

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
УКРАЇНСЬКА СПІЛКА ГЕРМАНІСТІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ  
КІРОВОГРАДСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ВИННИЧЕНКА

# **НАУКОВІ ЗАПИСКИ**

Серія:  
**Філологічні науки**  
**(мовознавство)**

**Випуск 89 (5)**

Кіровоград – 2010

**ББК 81.0**  
**УДК 81'27; 81'42**

**Наукові записки. – Випуск 89 (5).** – Серія: Філологічні науки (мовознавство): У 5 ч. – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. – 385 с.

**ISBN 966-8089-24-3**

До наукових записок увійшли статті, присвячені дослідженню актуальних питань різних галузей сучасного мовознавства – тексту та дискурсу у лінгвокогнітивному, лінгвопрагматичному, лінгвокультурному та соціолінгвістичному аспектах.

Збірник розрахований на наукових працівників, викладачів, студентів філологічних факультетів, а також учителів-словесників.

Друкується за ухвалою вченої ради Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка  
*(протокол № 8 від 22.02.2010 року).*

#### **РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:**

- |                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>1. Олег Семенюк</b>        | – доктор філологічних наук, професор<br><b>(відповідальний редактор).</b>  |
| <b>2. Григорій Клочек</b>     | – доктор філологічних наук, професор.                                      |
| <b>3. Болеслав Кучинський</b> | – кандидат філологічних наук, професор.                                    |
| <b>4. Василь Лучик</b>        | – доктор філологічних наук, професор.                                      |
| <b>5. Володимир Манакін</b>   | – доктор філологічних наук, професор.                                      |
| <b>6. Василь Марко</b>        | – доктор філологічних наук, професор.                                      |
| <b>7. Володимир Панченко</b>  | – доктор філологічних наук, професор.                                      |
| <b>8. Валентина Парашук</b>   | – кандидат філологічних наук, професор.                                    |
| <b>9. Василь Ожоган</b>       | – доктор філологічних наук, професор.                                      |
| <b>10. Олег Поляруш</b>       | – кандидат філологічних наук, професор.                                    |
| <b>11. Олена Семенець</b>     | – доктор філологічних наук, професор.                                      |
| <b>12. Олександр Білоус</b>   | – кандидат філологічних наук, доцент<br><b>(відповідальний за випуск).</b> |
| <b>13. Тетяна Ліштаба</b>     | – кандидат філологічних наук, доцент<br><b>(відповідальний секретар).</b>  |

**ISBN 966-8089-24-3**

**© Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка, 2010**

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕКСТУ

### ДИСКУСІЇ ПРО ТЕКСТ У СУЧАСНІЙ ФІЛОЛОГІЇ

Анатолій НАУМЕНКО (Миколаїв, Україна)

*У статті подається огляд класичних і сучасних думок щодо визначення поняття тексту, обґрунтовуються підходи до класифікації типів тексту, характеризуються основні типи тексту.*

*The article overviews classical and recent ideas concerning the definition of the text, determines various approaches to text classifications, characterizes basic types of the text.*

Логіка навіть неосвіченої людини, не кажучи вже про науковця, не може не підказати головного методологічного й методичного висновку цієї розвідки: під текстом повинна розумітися лише словесна дія, тобто вербальне оформлення мислення. Так що ж таке текст (від лат. *textus* – «тканина», «павутиння»), який і сьогодні належить до невизначених понять?

Як літературознавче явище він вивчався вже за часи античного Арістотеля, але його активне дослідження як лінгвістичного і навіть семіотичного феномена розпочалося лише у 1970-ті роки. Розвідки Р.О. Будагова та О.І. Москальської в Радянському Союзі, П. Гартманна в Німеччині, М.А.К.Холлідея в Англії та ін. започаткували нову філологічну науку – лінгвістику тексту і спровокували справжню лавину текстоцентричних досліджень.

Так, лише за часи існування України як незалежної держави в ній щороку захищається біля 100 дисертацій з філології, серед яких нараховується 65%–70% з реальних проблем тексту (останні – з абстрактних категорій мови, літератури, перекладу). Отже, лише у самостійній Україні вже створено близько 2000 наукових праць (!), а сутність поняття «текст» залишається і сьогодні науково не витлумаченою.

І не тільки в Україні.

Дійсно, якщо взяти декілька дитячих кубиків і на кожній їх поверхні написати одну лексему у словниковій формі, а потім кинути їх додола, то випаде якась сума слів. Постає питання: чи буде вона текстом? Не треба поспішати з відповіддю, шановний читачу, бо морфологічні зв'язки, які вагомі для однієї мови (наприклад, української), можуть не відігравати майже ніякої або значної ролі в іншій (наприклад, в китайській, англійській тощо).

Отже, домовимося, що у нашому філологічному експерименті випало (з урахуванням морфології відповідної мови): „*wir - trinken - Milch - in - der - schwarzen - Frühe*” в німецькій, „*о - сум - осені - осанна - осанна*” в українській, „*потому - зима - что - каблук - оставляет - следы*” в російській. Тут, мабуть, кожний погодиться, що маємо текст (речення). А якби випало інакше: „*Milch - der - schwarzen - Frühe - trinken - wir*“, „*осені - о - осанна - сум - осанна*“, „*потому - следы - что - каблук - оставляет - зима*”? Тут деякі будуть стверджувати, що випав текст, а інші – що нісенітниця. А тепер третій варіант: „*schwarze Milch der Frühe wir trinken*“, „*осанна осені о сум осанна*“, „*потому что каблук оставляет следы зима*“. Тут вже важко не погодитися з думкою, що тексту не випало, хоча три останні речення є рядками з віршів всесвітньо відомих поетів ХХ ст.: австрійця П. Целана, українки Л. Костенко, росіянина Й. Бродського.

Отже, **очевидно**, що одиницею тексту не може бути лексема, і тому не всякий набір слів є текстом. Не може бути з тієї ж причини одиницею тексту морфема або фонема, як і, з іншого боку, синтагма чи навіть речення. Взагалі лінгвістичним або структурним шляхами цієї проблеми не вирішити, бо на них сьогодні панує чисто формальний принцип, згідно з яким може бути сполученням, синтагмою, реченням, а отже, і текстом випадковий збіг не лише слів, а навіть і складів та літер, наприклад, українські опуси: «Далекий мандрівник з незбагнаних висот, / Мертвяк у мертвяка грудьми твердим вдарить, / Розсиплеться

вогнем і мертву тлінь розжарить, / І викреше новий золотострунний льот» (В.Бобринський); «В перебіжнім шумовинні / ланки-брузки марсельєз; / хай загине, хай загине / мріновтома сонних плес» (В.Чумак); «...Це травень, вічний еретик, – / Так з-під землі бомбить зелено...» (І.Драч); російські нісенітниці: “Чарари! Чурари! Чурель! Чарель! Чареса и чуреса. И чурайся и чаруйся” (В.Хлебніков), “...серце моє зубр арбр урбр хлрпр крпр трпр” (О.І.Введенській), “Дыр бул щил убещур скум вы со бу рл эз”(О.Кручених), інсталяція німця Тіма Ульріхса, в якій літеру “e” розташовано у квадраті 625 разів, хоч і у різних положеннях (і більше нічого!) і т.ін.

Про те, що сучасні дослідники вважають такі витвіри текстом, свідчить занадто крикливий дифірамб останній інсталяції українцем Б.В.Сторохою: “Вірш (?! – Н.А.М.) демонструє ризоматичне розгортання простору, рух фрактальної кривої, взаємодію магнітних полей, парадигму обертальних рухів чи просто насолоду артикуляцією, яка коріниться у персональному досвіді автора” [43: 139-140]. І знову, як і у випадку з рядками П. Целана, Л. Костенко, Й. Бродського, ми можемо дійти висновку, що безглуздя панує і тут, але є у процитованих опусах ще щось таке, що дозволить нам повернутися до них, хоч і зовсім на іншому рівні.

Так що ж таке текст? Широко відоме визначення тексту, яке запропонував ще 20 років тому корифей радянської лінгвістики І.Р. Гальперін і на яке активно спираються сучасні лінгвісти [5: 80], не може задовольнити вдумливого філолога, бо є багатослівним, непрозорим, занадто звуженим, навіть помилковим і може відноситися (та і то лише частково) до таких же багатослівних, непрозорих, занадто звужених, навіть помилкових релігійних текстів, типу іудейської Тори, християнського Нового Заповіту, мусульманського Корану, які претендують на істину в останній інстанції і, скоріше за все, і вплинули на гальперінське тлумачення тексту.

Ось воно: [текст – це] “витвір мовленнєвотворчого процесу, який є завершеним, об’єктивованим у формі письмового документа, літературно обробленим відповідно до типу цього документа, витвір, який складається з назви (заголовка) і низки основних одиниць, об’єднаних різними типами лексичних, граматичних, логічних, стилістичних зв’язків, і має певну цілеспрямованість та прагматичну настанову” [12: 18].

Неважко бачити, що через брак у цьому визначенні посилання на оточуюче нас і нашу мову середовище, воно легко може бути віднесено і до тих опусів, які було розглянуто вище і названо не текстом, а безглуздою сумою слів. Більш за те: воно є занадто звуженим, бо викреслює із поняття “текст” усне мовлення взагалі і фольклор зокрема, а також будь-яку писемну пам’ятку, якщо вона фрагментарна і не має заголовка.

Зовсім протилежну позицію займає француз Р. Барт, розширяючи межі цього поняття через змішування двох різних категорій (аналізу як об’єктивного сприйняття та рецепції як сприйняття суб’єктивного): для нього головний зміст тексту (у термінології Р. Барта – “культурний код тексту”) полягає не у самому тексті, а в “уписуванні тексту до вже існуючих текстів” [1: 424]. Більш за те: цей всесвітньо відомий структураліст відмовляє автору тексту у праві породжувати й мати власний зміст свого творіння, бо, за помилковою думкою Барта, який не враховує ані об’єктивного сенсу фольклору, ані реального змістовного наповнення національних традицій, ані самостійності об’єму фонових знань автора, “сучасний автор (у Барта стоїть тут латинізована лексема “скриптор”, тобто “той, хто пише”, щоб підкреслити нетворчий характер його діяльності – Н.А.М.) народжується водночас з текстом, у нього немає ніякого буття до тексту й поза ним” [3: 387].

Аналогічної позиції, але майже безмірно розширеної так, що вона змішує (навіть підмінює) дві різні думки (“ідея, яка поки що лише витає, відчувається у повітрі” та “ідея, яку вже реалізовано у вербальному тексті”), дотримується і не менш славнозвісний французький мислитель К. Леві-Стросс: “...джерела тексту існують не лише до тексту, але й після нього” [31: 107]. Російські вчені І.Л. Іоффе та С.Т. Золян, поставши на точку зору давно вже спростованих і від науки відхилених агностиків, щиросердно вважають, що “зміст, сенс і краса – це не властивості твору, але наше відношення до нього, його використання” [18: 533]. На позиціях все того ж агностицизму стоїть і сучасний український філолог В.В. Різун, який насильниче розриває словесний виріб на абстрактний й нічого не

прояснюючий “текст” (“лише графічно-знакову фіксацію твору” [36: 7]) і на чомусь незалежний від творця “твір” (“самостійну, відірвану від автора змістовну систему” [36: 7]). А провідна російська представниця сучасної когнітивної лінгвістики О.С. Кубрякова вважає разом з О.В. Олександровою, що поняття “текст” взагалі не можна визначити: “Чим глибше рівень розуміння тексту, тим більше кількості різних напрямів у його інтерпретації він відкриває. (...) уявлення про текст (...) і не повинні бути вичерпаними жорсткими дефініціями, вони не укладаються у межі суворих категорій” [21: 24].

Українські філологи Л.А. Мурач та Н.А. Полежаєва взагалі відмовляють тексту у власному змісті і розглядають його лише як наслідок відносин між текстами, хоча залишається незрозумілим, як може беззмістовність мати відношення до іншої беззмістовності і при цьому породжувати сутність: “Сутність тексту полягає не у тексті як такому, а в його міжтекстовому характері” [31: 107].

Чи не через таке витискування соціального і об’єктивного змісту з поняття “текст” та наповнення його волонтаризмом сприймаючого відомий російський структураліст Ю.М. Лотман дискусійно стверджував, що “тексти для більшості є незрозумілими і підлягають витлумаченню” [28: 137], “бо художній ефект в цілому виникає із зіставлень тексту та складного компоненту життєвих і ідейно-естетичних уявлень” [26: 25]. Чи не через це вже цитований англієць М.А.К.Холлідей стверджував у 1976 році, що під текстом треба розуміти одиницю мови під час її використання, а через 10 років Ч.Філлмор підтримав цю думку, заявивши, що термін текст “використовується для визначення будь-якого цілісного продукту мовної спроможності людини?” [48: 11-39]

Але ж безглуздий набір таких одиниць є також використанням та цілісним продуктом мовної спроможності людини, та чи буде він текстом?! Як справедливо вказує М.К.Бісміалієва, “в цьому випадку ми будемо мати справу вже не з текстом, а з набором або послідовністю часто не пов’язаних за змістом, але граматично правильних речень” [6: 83-84]. Але німець Е. Оккель і через 22 роки після М.А.К.Холлідея впевнений, що будь-яка сума мовних одиниць створює текст: “Текстом є для мене будь-яке зібрання речень, слів або складів, яке поділено на члени і оформлено, завершено і логічно скріплено” [63: 252].

Отже, поняття і термін “текст” за останні десятиріччя, особливо після появи терміна “дискурс”, стали розмитими настільки, що у Німеччині змогла навіть з’явитися у 1991 році монографія про танок як “текст руху” [59].

Але, як сказано на початку цього повідомлення, текст є для здорового глузду звичайним і зрозумілим поняттям і, отже, нісенітниця, яку продемонстровано прикладами, наведеними вище, текстом бути не може. І здоровий глузд має рацію, бо на рівні підсвідомості він відчуває, що мовленню притаманно багато інших і більш головних функцій, крім традиційної комунікації. У протилежному разі поширений український анекдот про буцімто комунікативність був би зразковим символом сутності (точніше: пустоти) будь-якого спілкування: “Куме, ти по рибу? – Ні, я по рибу. – А я вважав, що ти по рибу”.

Ми будемо вважати за текст лише такий набір слів і граматичних категорій, в якому є логічно оформлена думка про наше середовище.

Лише тепер є сенс повернутися до прикладів щодо нісенітниць П. Целана, Л. Костенко, Й. Бродського, О. Кручених та ін. Чи є у процитованих з їх виробів рядках думка про наше середовище, тобто чи можна їх оцінити як тексти? Звичайно, є, але вона впливає не з семантики використаних ними слів, як у класичній поезії, а з типу зв’язку між лексемами, який є однаковим для будь-якого опусу будь-якого ремісника вказаного безглуздя: не логіка поєднання слів, а лише морфологія (і частково синтаксис), котра і символізує абсурдність (так вважає творець опусу) навколишнього світу або його занадто герметичну складність для розуміння.

Констатація абсурдності соціального буття або його незрозумілої ускладненості і є думкою про наше середовище, але вона подається автором настільки узагальненою, що немає сенсу шукати в її втіленні у конкретного автора будь-які додаткові нюанси (наприклад, “не слово, а звук або склад є сировиною поезії” – це у О.Кручених та А. Введенського, “не думка, а звукопис є суттю поезії” – це у Л.Костенко, “не семантика, а графіка є сенсом

поезії” – це у Т. Ульріхса, “не прозорість думки, а герметичність є принципом поезії” – це у П. Целана та Й. Бродського тощо).

Звісно, що думка про дійсність може бути різною за змістом та стильовим оформленням, що потребує вирішення наступної проблеми про різновиди тексту. Оскільки під текстом в цій розвідці розуміється лише словесно втілена думка про навколишній світ, остільки видів тексту може бути велике розмаїття в залежності від рівня пізнання (часткове чи цілісне), ступеня впливу (нейтральний чи емоційний), зрілості адресата (дитина чи дорослий), форми мовлення (усне чи письмове) і т.ін.

Серед такої безлічі текстових видів можна і треба виділити головні, які є суттєвими для філології. Логічно буде класифікувати їх за пануванням в них однієї з головних функцій мови. Звісно, що соціолінгвістична гілка, яка плодоносить мовною варіативністю, давно вже показала її дослідникам, що будь-яка на перший погляд єдина національна мова на практиці існує як система підмов, котрі обслуговують певні соціально-професійні угруповання. Ці підмови мають багато синонімічних назв: “соціолект”, “функціолект”, “професійна мова”, “регістр”, “функціональний стиль” та ін., змістовим інваріантом яких є пристосування мови під її професійне використання різними громадами [див., наприклад, 55, 61 та 64].

Ми будемо вживати усталений в германістиці термін “функціональний стиль” (від лат. *functio* - „виконання обов’язкового” та давньогрец. *stylos* – “грифель для письма”), розуміючи під ним мовлення провідного соціально-професійного угруповання. І хоча варіативна лінгвістика пропонує безліч таких мовлень, ми вважаємо, що з філологічного боку класифікувати їх краще за принципом аналітичних труднощів, а останні пов’язані з функціями мови і тексту. Отже, треба поговорити про функції мовлення, без вирішення яких поняття “тип тексту” залишиться невизначеним.

Філософи, а слідом за ними і лінгвісти вже давно встановили, що мова має багато завдань, які розташовуються (за вагомістю використання у мовленні) ієрархічно. І у такій системі структурна складова під назвою “спілкування” посідає зовсім не перше місце, а це має велике значення для філологічного аналізу тексту. Починаючи з античної доби, а потім найбільш активно представниками соціологічної школи у філософії та мовознавстві (особливо у прихильників гіпотези про породження мови трудовою діяльністю) вважалось і вважається за аксіому (наприклад, Г.В. Колшанським [20: 3]), що саме функція спілкування є найголовнішою у мові.

Р.О. Будагов взагалі жалкував, що цю функцію багато сучасних лінгвістів як найголовнішу не оцінює [8: 93]. Об’єктивне вирішення цієї проблеми залежить від того, як розуміти поняття і термін “функція”: лише як здібність мови для використання її людиною (тобто як функціонування мови у співбесіді двох індивідів – згадати тут можна наведений раніше стародавній український анекдот про глухих кумів) чи як її спроможність моделювати людське оточення (тобто як її функціонування у суспільстві).

На необхідність розмежовувати ці дві іпостасі мовної функції (використання та світомоделювання) вказував А.В. Бондарко (у нього, правда, інші терміни: “потенційний та результативний аспекти функцій” [7: 17]), а потім О.М.Рудяков [39: 8]. Останній, до речі, запропонував цінне онтологічне тлумачення функції, яке активно спрацьовує саме в філології: “природа реалії є явищем, функція – сутністю” [40: 11].

На сутність мовних функцій як на наслідок світомоделювання давно вже вказували представники психологічного напрямку в лінгвістиці, зокрема, наприклад, харківський філолог XIX ст. О.О. Потєбня, коли у 1862 році у першому виданні своєї фундаментальної праці “Думка та мова” розробив логічну й струнку гіпотезу про внутрішню форму слова як “відношення змісту думки до свідомості,” розуміючи під останнім знаряддя для пізнання світу [34: 139].

Аналогічної точки зору дотримувався і німецький психолінгвіст К. Бюллер, коли у 1934 році запропонував поняття “символічного поля” (тобто семантичного) як сукупності відображених мовою явищ навколишнього світу [11: 25-26], або радянський психолог О.М. Леонтьєв, коли стверджував у 1959 році, що “функція мови – це також функція усвідомлення, тобто такого відображення об’єктивної дійсності, яке є наче відбитим через

призму соціально накопиченого і узагальненого досвіду, котрий зафіксовано у мовних значеннях” [24: 118].

Саме світомоделюючу функцію мови мав на увазі М.В.Ломоносов, стверджуючи, що це не мова пасує перед спробою мовця щось виразно й точно втілити у слова, а мовець виказує своє недостатнє володіння нею [25: 392]. Цю ломоносовську думку про хибність мовця, а не мови сучасний український філолог Г.В.Ейгер розвив до цілісної теорії, яку назвав “механізм контролю мовної правильності висловлювання” і заснував на світомоделюючій функції мови (за його термінами: “концептуальній”, або “відбивній” із завданнями категоризувати, класифікувати дійсність, оформляти думку, створювати мовну картину світу) [15: 21].

Отже, мову людство виробило перш за все для пізнання оточуючого світу, щоб адекватно (відповідно, життєдайно) на нього реагувати, інакше він би розтрощив людей і ніякого поширеного їх продукування (тобто виживання їх як біологічного виду) не дозволив би. Тому кожна лексема і кожна граматична категорія несуть відбиток соціального буття (“образ мира, в слове явленный”, Б. Пастернак), а першою функцією мови є пізнання навколишнього. Саме через це лексема, синтагма, речення тощо, які не мають вказаного образу світу, не можуть скласти тексту і вважатися мовленнєвими одиницями.

Буття, пізнане людиною і втілене в одиниці мови, стає, однак, вагомим і соціально необхідним не саме по собі, а лише у ролі головного чинника існування людської спільності, тому другою функцією мови не може не бути інформативність, тобто повідомлення. Але останнє завжди відбувається через мовлення індивіда, тобто у суб’єктивній формі; при цьому речник настільки впевнений у своїй правоті, що свідомо чи підсвідомо нав’язує її співбесіднику. Тому третьою функцією мови є вплив. І, звичайно, мовець втілює власний задум найбільш, як на нього, зрозуміло й яскраво, без зайвого, за законами краси, хоч і тлумачить її зі своєї маленької “грудки” зору, але матеріал для цього знаходить все ж таки у мові. І це означає, що вона має ще одну функцію – естетичну.

Всі названі функції реалізуються лише під час спілкування і тому мові притаманно ще одне завдання – комунікативність, яке інколи (бажання просто базікати) може ставати найголовнішим.

Зрозуміло, що мова може мати ще безліч інших, другорядних функцій, на які справедливо вказують лінгвісти. Одним з перших спробував систематизувати функції мови засновник порівняльно-історичного мовознавства німець Я.Грімм, хоча він і не використовував терміна “функція”. У своїй доповіді Пруській Академії наук (9 січня 1851) він просто сказав і довів, що людство передає мову “у спадщину нащадкам, які повинні зберігати її, користуватися нею та збільшувати” [54: 83]. У перекладі сучасною лінгвістичною термінологією, процитоване речення означає, що Я.Грімм акцентував наступні функції мови: інформативну (“передає у спадщину”), архівну (“зберігати”), спілкування (“використовувати”), накопичувальну (“збільшувати”).

Лінгвісти ХІХ–ХХ ст. пропонують інші класифікації мовних функцій, так що розмаїття лише збільшується. Так, росіянин Р.Якобсон, який багато років життя був емігрантом у США, виділив функції “пізнавальну, комунікативну, експресивно-емоційну, спонукальну (або апелятивну), фатичну (безпосередньо-контактну), поетичну” [58: 11], американський германіст Дж.К. Давідхайзер акцентував культурологічну функцію [47: 193], радянський лінгвіст Д.Е. Розенталь вважав, що найважливішими функціями мови є “спілкування, повідомлення, впливу” [38: 22], французький мовознавець А. Мартіне високо оцінював когнітивну, комунікативну, естетичну та експресивну функції мови [29: 406], український фахівець у галузі теорії мови М.М. Полужин привертав увагу читача до прагматичної функції [33: 11].

А корифей і старійшина української германістики Б.М. Задорожний висловив у 1999 році парадоксальну думку про вічність мови і, отже, про її “божественну” функцію [16: 6]. Тим самим він повернувся до аналогічно парадоксальної думки німця Й.Г. Гердера, висловленої ще у 1772 році (що людина змогла стати людиною тільки завдяки винаходу мови, але щоб винайти мову, людина повинна була спочатку вже бути людиною) [56: 116], яка була потім впевнено перекреслена філософською, психологічною та соціологічною школами у світовій лінгвістиці.

Отже, незважаючи на багатство класифікацій мовних функцій, лише п'ять залишаються стрижневими: пізнання (світомоделювання), повідомлення (інформування), впливу (прагматики, спонування), естетична (цілісності, краси), спілкування (комунікації). Панування однієї з них і дозволяє створювати відповідні комплекси текстів, якими послуговується певне соціально-професійне угруповання: світомоделююча породжує науково-технічний функціональний стиль, інформативна – діловий, спонукальна (прагматична) – публіцистичний, естетична – белетристичний, комунікативна – побутовий.

Саме відповідна функція і зумовлює аналітичні перепони: наприклад, герметичну термінологічність у науково-технічному типі тексту, клішовану канцелярність – у діловому, експресивну конотативність – у публіцистичному, багатозначну прагматичність – у белетристичному, національно забарвлену ситуативність – у побутовому.

Зрозуміло, що у мовленні як неподільному вербальному процесі всі ці 5 функцій (та й всі інші) злиті у синтетичну єдність, але накреслене вище є не лише логічною схемою, пристосованою до потреб аналізу, а й ще відбиває магістральне у мовній субстанції та мовленнєвій дійсності, хоч остання (як жива практика) постійно диктує лінгвістичній теорії нові аспекти оцінок функціональних стилів.

Так, за останні десятиріччя міцно заявили про себе економічний чинник стилю (*“Wirtschaftsdeutsch”*), бізнесовий (*“Geschäftsdeutsch”*), рекламний та ін. Але копіткий аналіз їх вербального наповнення свідчить про те, що всі вони є лише підстилями вказаних традиційних функціональних стилів, бо мають спільні з ними аналітичні труднощі: наприклад, економічний текст належить до науково-технічного комплексу, рекламний – до публіцистичного, бізнесовий – до офіційно-ділового тощо.

Аналітичні труднощі у галузі будь-якого функціонального стилю є за своєю суттю типовими, бо успіх філологічного аналізу залежить завжди від (крім, звичайно, мовних та професійних) фонових знань сприймаючого, але рівень останніх зумовлюється не тільки (та й не стільки) його підготовкою та практичним досвідом, а й – у першу чергу – його знайомством з текстом як фреймом (тобто розумінням типових ситуацій, закладених у текст).

Тільки розглянувши системно й ціннісно функції мови й мовлення, можна знову повернутися до класифікації типів тексту, поклавши до її логічних та філософських засад вказану мовно-функціональну систему, тобто панування в тексті однієї з п'яти вказаних функцій: науковий (панує функція пізнання), діловий (функція інформативна), публіцистичний (вплив), художній (естетична), побутовий (спілкування). У стилістиці такі типи тексту звуться функціональними стилями і підрозділяються на підтипи (або жанри) в залежності від додаткової активності в них ще однієї з мовних функцій.

Так, зокрема, К.-Е. Зоммерфельдт та Г. Шрайбер вичленюють з публіцистичного стилю жанри *“об'яви, реклами, інструкції”* тощо [67], а київські укладачі *“Програми з теорії і практики перекладу”* для вищої школи ще більше деталізують жанровий підхід, розмежовуючи тексти *“газетно-інформаційний”, “суспільно-політичний”, “економічний”, “науково-технічний”, “науково-популярний”, “художній”, “міжнародно-дипломатичний”, “юридичний”* і т.ін. [35: 2].

Для філологічного аналізу така ретельна класифікація значної ролі не відіграє, бо труднощі йому приносять саме функціональні стилі, а не їх гібриди та підстили: зокрема, наприклад, як вже було сказано, термінологія наукового тексту, конотативність публіцистичного, поетичність художнього, спонтанність побутового і т.ін.

Функціонально-стильовий підхід, запропонований нами для текстознавчої класифікації типів тексту, притаманно і багатьом іншим сучасним філологам [49]. З боку філології важко (та й несуттєво) встановлювати ціннісну ієрархію між вказаними типами тексту, але немає сумніву, що самим вагомим і через це найскрутнішим для філологічного аналізу є текст художній, бо лише в ньому не тільки активно діють усі 5 головних функцій, але й присутні всі інші типи тексту.

Специфіка художнього тексту є занадто складною і об'ємною проблемою, яка потребує окремого викладу. Саме тому зараз треба сказати лише про те, що серед двох провідних типів художнього тексту (класичний, або колективістський, та новітній, або



постмодерністський) останній активно вплинув і продовжує міцно впливати з кінця ХХ ст. на всі інші типи нехудожнього тексту.

Таким чином, беручи до уваги сказане вище, що одні філологи основу мови та мовлення вбачають у тексті [41: 34], а інші – у слові [9: 93-94], ми будемо акцентувати всі ці категорії з позицій потреб філології і вважати, що через наявність структур мовленнєвих (текст) і мовних (дотекстові: лексема, словосполучення, речення тощо) аналіз може бути текстовим або словниковим. І не треба їх змішувати, хоча на практиці це, на жаль, трапляється часто-густо. Словниковий аналіз використовує лише функцію пізнання (денотативну семантику), тоді як текстовий повинен враховувати всі 5 головних функцій з їх денотативною, конотативною і підтекстовою семантикою, без чого філолог не зможе об'єктивно оцінити текст і адекватно витлумачити його мовою аналізу.

Не зайвим буде тут ще раз нагадати, що два названих комплекси художніх текстів (класичний, або колективістський, та постмодерністський, або самовираження), хоч і породжують кожний свої особливі труднощі для аналітика, все ж таки принципових, непереборних перешкод йому не ставлять, бо об'єктивний аналіз класичного тексту завжди залежить від філологічного досвіду та фонових знань творця аналізу, а дешифрування ним постмодерністських опусів може бути або вдалим, або не здійснитися зовсім у випадку повної герметичної нісенітності оригіналу.

Обидва комплекси текстів не ставлять аналітику непереборних перешкод через те, що активно використовують мовну функцію спілкування: перший – на рівні постійного діалогу автора з читачем, другий – на рівні спочатку діалогічного поштовху автором читача (тобто адресант лише провокує сприймаючого на роздуми), а потім вже виключно “*монологічного діалогу*” (тобто сприймаючий постійно запитує себе, що може означати інсталяція адресанта, бо сам автор постмодерністського виробу відповіді на це запитання дати не може, тому що і сам її не знає).

Однак наприкінці ХХ ст. активно заявив про себе третій комплекс художніх текстів, який базується майже виключно на мовній функції повідомлення і який більшість дослідників одноставно назвала “*гіпертекстом*”, але повклала у цей термін таке розмаїття смислів, що він відразу ж перетворився на багатозначний поетизм. І хоча для філології він не став складною й важкою категорією, бо є сумою фрагментів з двох попередніх комплексів, розглянути цей феномен все ж таки треба, тому що його – на відміну від класичного та постмодерністського – перенасичено такими важливими для аналізу перепонами, як ремінісценція, алюзія, цитування тощо.

Серед вказаного розмаїття смислів лексеми “*гіпертекст*” легко вичленувати дві тематичні групи: філологічну і логічну. “Батьки” та прихильники першої йдуть поверховим шляхом від етимології префікса *гіпер-* (гр. *hyper-*, тобто “*зверху, занадто*” тощо) і звать гіпертестом будь-який надвеликий текст, розуміючи під останнім не стільки обсяг конкретного тексту, скільки, скоріше, його змістовне співвідношення з тематично спорідненими текстами: наприклад, усі юридичні тексти як “*правовий гіпертекст*”, усі дані про яке-небудь явище як “*довідниковий гіпертекст*” тощо [23: 48].

Про помилковість такого сьогодні поширеного (перш за все серед лінгвістів) підходу до тексту писав ще на початку 1980-х років провідний радянський філолог Р.О. Будагов: “*Раніше казали, що суттєвими є не слова, а речення, тепер вже стверджують, що більші суттєвими є сполучення багатьох речень, будь-який текст, художній твір (...). Розміри подібного тексту теж безупинно збільшуються. Текст ‘Братів Карамазових’ Достоевського, наприклад, виявляється вже недостатнім і треба говорити про зібрання творів цього автора, і навіть про всю російську літературу минулого століття. Через це починають стиратися грані між лінгвістикою, з одного боку, та історією літератури, історією культури, історією суспільної думки – з іншого. Виникає не взаємодія наук – важлива проблема нашого часу! – а їх повне змішення*” [10: 44].

Трохи інакше (не за суттю, а лише за формою) дивляться на гіпертекст літературознавчі структуралісти, і тому їх теж треба віднести до першої тематичної групи. Вони вбачають у сучасному тексті явні або приховані – незалежно від задуму його творця – посилання на попередників, через що він у них змістовно “розбухає” настільки, що становиться текстом-

монстром, дійсно надтекстом, тобто гіпертекстом. Здібність сучасного тексту до безмежного змістовного розбухання за рахунок посилань-зчеплень з текстами інших авторів структуралісти називають інтертекстуальністю, розуміючи під нею не, як вже було вказано раніше, обов'язково свідомі ремінісценції або алюзії його автора, а наявність у першотворі розхожих усталених кліше мислення, поведінки, висловлювання тощо [44: 78; 27: 150; 42].

Таке розуміння сутності гіпертексту притаманно майже всім структуралістам, хоча терміни тут можуть бути у них різними: у "батьків" інтертекстуального аналізу Ю.Крістєвої та Р. Барта конкретний текст зветься відповідно "*фено-текст*" і "*твір*", а його "розбухлий" варіант – "*гено-текст*" і "*текст*" [2: 424]; у Ю.Н.Караулова – "*текст*" і "*прецедентний текст*" [19], у О.С.Кубрякової її "*множинність просторів та світів*" [22: 15-26] теж повинна розумітися як структуралістська інтертекстуальність і т.ін.

Неважко бачити, що такий гіпертекст, щоб там не казали його творці та дослідники, не може бути новиною, відкриттям лише останнього часу, бо його архітектонічний стрижень (явне або приховане цитування) існував у словесному творі завжди, ще у давньофольклорну добу первісного суспільства [30]. Тому аналізувати його об'єктивно можна, бо він потребує лише відповідного рівня фонових знань аналітика.

Зовсім іншу картину пропонує нам друга тематична група, засновники і розроблювачі якої підходять до лексеми "*гіпертекст*" з логічного, тобто не кількісного, як працівники першого, філологічного угруповання, а якісного боку, оцінюючи вказане поняття як змістовну й формальну новизну, притаманну лише другій половині ХХ ст. як добі комп'ютерних засобів масової інформації.

Зовсім не випадково, а закономірно у 1998 році австрійська спілка прикладної лінгвістики провела теоретичний семінар щодо нових засобів суспільного спілкування, які вона назвала *гіпертекстом* [62], розуміючи під ним теж обсяг конкретного тексту, але не кількісний, а якісний, тобто такий об'єм, який є змістовно й змістовно нескінченим, хоч і існує тільки у межах двох книжкових обкладинок (або однієї комп'ютерної програми).

Історія такого парадоксального явища (тобто фізично обмеженого тексту, який чомусь має безліч варіантів прочитання; щось на зразок дитячого калейдоскопу, де невелика кількість кольорових камінців породжує нескінченну палітру неповторних мозаїчних панно) розпочалася у 1980-ті роки (в усякому випадку вона лише тоді впала у вічі сучасникам). Так, у бесіді двох видатних німецьких письменників В. Кьоппена та Г. Кунерта у 1985 році було висловлено побоювання, що традиційні мовлення і алфавіт як символи й знаряддя багатотисячолітньої писемної культури людства відмирають через прогресуюче збіднення словесного спілкування [60: 186].

Через два роки після цієї публічної співбесіди В.Флуссер, європейські відомий соціолог та теоретик засобів масової комунікації, висловився щодо причин вказаного побоювання та відмирання: у своєму есе під багатозначущим підзаголовком "*Чи буде письмо у майбутньому?*" він відмовляє письму і читанню у майбутньому житті, бо вважає, що інформативна революція вже зробила абетку майже зайвою і незабаром витисне її зовсім з людського вжитку, поставивши на її місце поки що "*незнану систему знаків*", яка занадто швидко перемаже традиційне лінійне письмо, а разом з ним і "*лінійне мислення*", а отже, і пов'язане з цим наше "*історичне, причинне, процесуальне, просвітительське і, врешті-решт, критичне мислення і спілкування*" [50: 22, 56, 78].

У своїх наступних працях В.Флуссер уточнив, але не конкретизував цей ледве народжений не лінійний, а "*новий, позамовний тип мислення у постабетковому коді*" [52: 67; 51: 898]. На жаль, В. Флуссер не протиставив терміну "*лінійний*" ніякого антоніма, хоч і дав зрозуміти, що нове читання-спілкування буде, так би мовити, всебічним у прямому розумінні цього слова: не лінійним, а у всі боки.

Не зробив цього і один із співбатьків світової комп'ютерної павутини Р. Кейліо, коли у 2000 році, наляканий лавиноподібним розширюванням Інтернету, сказав у Відні на електронному симпозиумі "**Майбутнє інформації**", що людство рухається до чогось такого нового, що залишить позаду себе не тільки галактику Гутенберга, винахідника друкарського верстату у 1440 році, а й, врешті-решт, світове комп'ютерне павутиння, але котре він описати

не в змозі; він лише знає, що папір з надрукованими на ньому літерами вже ніякої участі у цьому новому брати не буде [46].

В. Флуссер і Р. Кейліо помилялись, не знаходячи для нового комплексу текстів відповідного терміна. Помілялись і тому, що новий комплекс давно активно існував, і через те, що термін для нього теж було знайдено вже здавна. Як риторично стверджував-запитував К. Россбахер у 2000 році, який більш детально розповів про ці та інші факти з історії гіпертексту, хіба сьогодні у міжнародних аеропортах та на таких же вокзалах система знакової інформації є алфавітною і хіба це заважає іноземцю і навіть неписьменній людині розуміти її піктограмність [65: 43]?

Але всупереч своїм же справедливим роздумам цей войовничий захисник алфавітного письма чомусь вважає, що ані сучасна умовно-рисункова форма спілкування, ані надмодна “комп’ютерна література” („*Netzliteratur*“), яка побудована на принципах гіпертексту [66: 49-50], бо створюється користувачем комп’ютера через Інтернет за вказівками автора змістовного ядра майбутнього тексту, не спроможні витиснути з людського користування лінійний текст.

Але його віру руйнують деякі ще кількісно незначні, та потенційно занадто вибухові факти. Так, у 1970 році провідний австрійський письменник А. Окопенко створив роман-енциклопедію “*Енциклопедія сентиментальної подорожі до зустрічі експортів у Друдені*”, який складався з великої кількості автономних сюжетних фрагментів та з неменшого розмаїття вказівок на послідовність їх зв’язку (тобто читання); зрозуміло, що через безліч цих послідовностей текст “роману” читався й сприймався вже не лінійно, а гронувано, бо створений був за задумом автора і створювався за реалізацією читача як виноградна китиця.

А у американця М. Джойса з’явився на початку 1990-х роман “*Ополудні*”, який російський дослідник О. Геніс назвав “*гіпертекстом*” [13: 148-149], бо той, як і витвір А. Окопенка, складався не лише із суми сюжетних фрагментів (до речі: 539 умовних сторінок), а ще й з 951 вказівок-зчеплень цих фрагментів між собою. Та головне, що відрізняє текст М. Джойса від попередніх споріднених виробів, це неможливість читання його без комп’ютера, бо лише той в змозі вказані сторінки та зчеплення (а також і нові – за “бажанням” самого комп’ютера) вибудувати у щось нескінченно цілісне.

Неважко зрозуміти, що тексти А. Окопенка та М. Джойса репрезентують новий тип читання і сприйняття – гронovidний. Тоді ж, у 1990-ті роки, з’явився і “гронovidний театр” (“*гіпертеатр*”): так, режисер А. Васильєв зробив виставу за “*Бісами*” Ф.М. Достоевського у звичайному багатоповерховому будинку, в кожному приміщенні якого різні актори одночасно грали різні сцени, а глядач мандрував будинком і власною послідовністю сприйняття, як і читач вище вказаних гіпертекстів, сам собі складав гіпервидовище. Через декілька років у США з’явився і гіперфільм, хід сюжету якого глядачі кінотеатру, кожне місце в котрому обладнано дистанційним електронним керуванням, можуть у будь-яку мить змінити на інший, якщо таке бажання центральний комп’ютер кінотеатру нарахує у 51% присутніх.

Справжнім літературним засновником такого дійсно гіпертексту можна і треба вважати англійського письменника XVIII ст., який так і залишився до сьогодні незрозумілим для дослідників і читачів, хоч і вважається найяскравішим представником сентименталізму. Це – Л. Стерн з його чудернацьким романом “*Життя і думки Трістрама Шенді, джентельмена*” (1759–1767), в якому немає зв’язної оповіді та архітектоніки, логічної послідовності епізодів, зате є забагато бесід з читачем, відступів і т.ін., так що наприкінці 9-го тому книжки Стерн зміг довести біографію свого заголовного героя лише до п’ятирічного віку.

Що ж це за життя і думки джентельмена, який навіть через багато сотень сторінок тексту так і не дозрів до такого етичного й соціального статусу?! А справа тут в тому, що свій твір Стерн, випереджаючи літературний процес на 2,5 сторіччя, скомпонував у манері тоді ще невідомого асоціативного письма, яке за своєю суттю (випадковість розташування епізодів, волюнтаризм творця над персонажами і сюжетом, нескінченність оповіді тощо) є спорідненим сучасному гіпертекстному письму з його гронovidною схемою.

Саме на це, а також на назву другого роману Стерна (“*Сентиментальна подорож у Францію та Італію*”, 1768) натякав своїм романом-енциклопедією А. Окопенко, а покійний

Д.В. Затонський, найзначніший український літературознавець, не випадково сказав нещодавно, що “*життя і думки Трістрама Шенді*” (читай: принципи асоціативного письма у Л. Стерна – Н.А.М.) “*не призначені щось упорядковувати і ще менше покликані створювати рух у напрямку до будь-якої ‘Цілі’*” [17: 6]; а саме безцільність та невпорядкованість руху думки автора і є головним архітектонічним принципом сучасного гіпертексту, який акцентує через це мовну функцію не спілкування, а повідомлення, що і породжує специфічні проблеми для аналітика, пов’язані з активною девальвацією загальнословникової семантики слова, шаблонізацією (і через це пустопорожню фразеологізацією) сьогоденного мовлення, з якого невинно й нестримно витікає, як у пісок, світомоделююча функція – головне знаряддя аналізу.

Коли Р. Барт [45] і М. Фуко [53: 7-31] розпочинали кампанію про смерть автора у сучасній літературі, вони мали на увазі інтертекстуальність, яка, на їх погляд, з одного боку, мало що залишає власній оригінальності автора тексту, а з другого боку, дозволяє читачу сприймати текст як завгодно, але зовсім не так, як планував автор під час творіння. Але навряд чи вони думали тоді про те, що говорять насправді про шалений наступ нової для читача психологічної доби не лінійного, а гроновидного, асоціативного мислення, а з ним і сприйняття (читання) тексту як гіпертексту.

Чи спроможній той замінити традиційний земний лінійний текст? Через брак достатніх фактів відповіді однозначної тут немає, але не можна не згадати деякі з багатьох епізодів в історії людства, коли воно майже одноставно пророкувало велику майбутність чомусь занадто новому і тотальне забуття старому - та нове не приживалось, а старе не знищувалось. Так, у 1856 році значні французькі письменники брати Гонкури, прочитавши фантастичні, наукові та детективні новели американця Е. По у французькому перекладі Ш. Бодлера, записали у свій щоденник: ці новели побудовано “до прозорості ясно”, але в них немає “ніякої поезії”, всі вони – “передвістя літератури [наступного] ХХ ст.”, але це вже – “література хвороблива” [4: 3].

Гонкури, на щастя, помилилися. Будемо сподіватися, що помиляються і адепти гіпертексту.

А завершимо розгляд проблематики категорії “*текст*” вдалим за змістом дифіраблом традиційному текстові, який нещодавно проспівала йому українська філологиня С.Н. Денисенко, хоч і переважила свою оцінку зайвим акцентуванням функції спілкування: “*Лише в тексті як завершеному комунікативному творі розкриваються соціально-прагматична та контекстуально-естетична сутність перекладу як акту спілкування та одного із (...) способів виявлення в різних мовах таких одиниць, які здатні виконувати однакові комунікативні функції у висловлюванні* [14: 17].”

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Барт Р. Избранные труды. – М.: Прогресс, 1989: “...культурный код текста (...) – это вписанность текста в уже существующие тексты”.
2. Барт Р. Избранные труды. – М.: Прогресс, 1989.
3. Барт Р. Избранные труды. – М.: Прогресс, 1989: «современный скриптор рождается одновременно с текстом, у него нет никакого бытия до и вне письма».
4. Цит. за: Бэлза С. От Шерлока Холмса до комиссара Мегрэ // Мастера детектива. – М.: Правда, 1991: «После чтения Э.По. То, чего критики еще не заметили: новый литературный жанр, предвестие литературы ХХ в. Научная фантазия, сказка, основанная на принципе А+Б; литература болезненная и какая-то до прозрачности ясная. Никакой поэзии – воображение выверено анализом.»
5. Бисималиева М.К. О понятиях «текст» и «дискурс» // Филологические науки. – 1999. - № 2: «Пожалуй, наиболее полным является определение текста, данное И.Р.Гальпериним.»
6. Бисималиева М.К. О понятиях «текст» и «дискурс» // Филологические науки. – 1999. - № 2: «...в этом случае мы уже будем иметь дело не с текстом, а с набором или последовательностью часто не связанных по смыслу, но грамматически правильных предложений».
7. Бондарко А.В. Теория морфологических категорий. – Л., 1976: «В понятии функции как назначения той или иной единицы языка следует различать два аспекта: потенциальный и результативный. Функция в потенциальном аспекте (...) – это присущая той или иной единице в языковой системе способность к выполнению определенного назначения и к соответствующему функционированию. Функция в результативном аспекте (...) – результат функционирования данной единицы во взаимодействии со средой, т.е. назначение как достигнутая цель».
8. Будагов Р.А. Борьба идей и направлений в языкознании нашего времени. – М.: Наука, 1978: «...центральная функция языка (функция общения) оказалась отодвинутой на самый задний план».
9. Будагов Р.А. Борьба идей и направлений в языкознании нашего времени. – М.: Наука, 1978.
10. Будагов Р.А. Писатели о языке и язык писателей. – М.: МГУ, 1984: «Ранее говорили, будто бы существенны не слова, а предложения, теперь же утверждают, что еще существеннее сочетание многих предложений, любой текст, художественное

сочинение (...). Размеры подобного текста тоже непрерывно увеличиваются. Текст 'Братьев Карамазовых' Достоевского, например, оказывается уже недостаточным, приходится говорить о собрании сочинений этого автора, а то и обо всей русской литературе прошлого столетия. Так начинают стираться грани между лингвистикой, с одной стороны, и историей литературы, историей культуры, историей общественной мысли – с другой. Возникает не взаимодействие наук – важная проблема нашего времени! – а их полное смешение».

11. Бюллер К. Теория языка // Звегинцев В.А. История языкознания XIX-XX веков в очерках и изложениях. – Ч. 2. – М.: Просвещение, 1965.

12. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М., 1981: „Произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда основных единиц (сферхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку.“

13. Генис А. Гипертекст – машина реальности // Иностранная литература. – 1994. - № 5.

14. Денисенко С.Н. Особливості перекладу стійких словесних комплексів у процесі фразеологічної деривації // Методологічні проблеми перекладу на сучасному етапі. – Суми: СумДУ, 1999.

15. Эйгер Г.В. Механизм построения языковой правильности высказывания. – Х., 1990: «Мы имеем здесь (при осознании мира субъектом – Н.А.М.) дело с концептуальной функцией языка (категоризация, классификация явлений и оформление мысли)»; с. 23: [эту функцию можно назвать] «отражательной», [потому что она создает] «языковую картину мира».

16. Задорожний Б.М. Про одну нерозв'язану мовознавчу проблему // Іноземна філологія. – Випуск 11. – Львів: ЛНУ, 1999: “Людська мова виникла тоді і там, коли і де вже існувала мова.”

17. Затонский Д. Герой, что появился на свет лишь в XXXII главе, или Отходная здравому смыслу // Вікно в світ. – К.: НАНУ, 2001. - № 3: «Жизнь и мнения Тристрама Шенди (...) не предназначены для упорядочения и еще менее призваны создать движение в направлении к какой бы то ни было 'Цели'».

18. Золян С.Т. Семантические аспекты поэтики адресата // Res philologica. – М.-Л.: Наука, 1990. Цитируя Иоффе И.Л. («... содержание, смысл и красота – не свойства произведения, но наше отношение к нему, его применение»), он полностью с ним солидаризируется.

19. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987.

20. Колшанский Г.В. Коммуникативная функция и структура языка. – М., 1984.

21. Кубрякова Е.С., Александрова О.В. Виды пространств текста и дискурса // Категоризация мира: пространства и время. – М.: МГУ, 1997: «Чем глубже уровень понимания текста, тем больше количество разных направлений в его интерпретации он открывает. (...) представления о тексте и дискурсе и не должны быть исчерпаны жесткими их дефинициями и не укладываются в рамки строгих категорий».

22. Кубрякова Е.С., Александрова О.В. Виды пространств текста и дискурса // Категоризация мира: пространства и время. – М.: МГУ, 1997.

23. Курушин Д., Соболева О. Проект гипертекстовой информационно-справочной системы «Венеция в русской культуре 19-20 вв.» // Гуманитарное знание на пороге XXI века. – Ижевск: УдГУ, 1997: «В основу гипертекстовой информационно-справочной системы 'Венеция в русской культуре 19-20 вв.' положены тексты, составляющие венецианский текст русской литературы, а также многочисленные данные по истории и культуре, дающие понятие о культурном контексте, в состав которого входит венецианский текст».

24. Леонтьев А.Н., Леонтьев А.А. О двояком аспекте языковых явлений // Философские науки. – 1959. - № 2: «Функция языка – это также функция осознания, т. е. такого отображения объективной действительности, которое является как бы преломленным через призму общественно накопленного и обобщенного опыта, зафиксированного в языковых значениях».

25. Ломоносов М.В. Предисловие к «Русской грамматике» // Ломоносов М.В. Полное собрание сочинений. – Т. 7. – М. – Л., 1952: «И ежели чего точно изобразить не можем, не языку нашему, но недовольному своему в нем искусству приписывать долженствуем».

26. Лотман Ю.М. Анализ поэтического текста. – Л.: Просвещение, 1972.

27. Лотман Ю.М. Текст в тексте // Лотман Ю.М. Избранные статьи. – Т. 1. – Таллинн, 1992 (про текстовый код як набір стереотипних для доби засобів вираження думки).

28. Лотман Ю.М. Текст как семиотическая проблема // Лотман Ю.М. Избранные статьи. – Т. 1. – Таллинн, 1992: «...тексты для большинства непонятны и подлежат истолкованию».

29. Мартине А. Основы общей лингвистики // Звегинцев В.А. История языкознания XIX-XX веков в очерках и изложениях. – Ч. 2. – М.: Просвещение, 1965: «В первую очередь язык является (...) основанием для мысли (...). С другой стороны, человек часто обращается к языку с целью высказаться (...). Равным образом можно было бы говорить и об эстетической функции языка (...) ввиду ее тесной связи с коммуникативной и экспрессивной функциями».

30. Маються на увазі сталі епітети, метафори, порівняння, мотиви, персонажі, сюжети тощо. А ось приклад з XIX ст.: якщо новелу німецького романтика Й.Ейхендорфа “Із життя одного нікчемі” (1826) прочитати уважно, то не можна не помітити в ній явних та прихованих “цитат”-ходів з поширеної у майже все попередні літературні періоди комедії помилок, але навряд чи хто із структуралістів оцінить вказану новелу як гіпертекст.

31. Цитується за: Мурач Л.А., Полежаева Н.А. Интертекстуальный анализ // Вісник ЗДУ: Філологічні науки. – Запоріжжя: ЗДУ, 1998. – № 1: «В явление, которое принято называть интертекстуальностью, следует включать тексты, возникающие позже произведения: источники текста существуют не только до текста, но и после него».

32. Мурач Л.А., Полежаева Н.А. Интертекстуальный анализ // Вісник ЗДУ: Філологічні науки. – Запоріжжя: ЗДУ, 1998. - № 1: «Существо текста – не в тексте как таковом, а в его межтекстовом характере».

33. Положин М.М. Сучасні парадигми лінгвістичних досліджень // Проблеми романо-германської філології. – Ужгород: УДУ, 1998: “...мова є інструментом, знаряддям, засобом, механізмом для здійснення певних цілей і реалізацією людиною певних намірів...”

34. Потебня А.А. Мысль и язык // Звегинцев В.А. История языкознания XIX-XX веков в очерках и изложениях. – Ч. 1. – М.: Просвещение, 1964: «Внутренняя форма слова есть отношение содержания мысли к сознанию».

35. Програма з теорії і практики перекладу (англійська та німецька мова) / Карабан В.І., Радчук В.Д., Коломієць Л.В. – Київ: НУ ім. Тараса Шевченка, 1999.

36. Різун В.В. Аспекти теорії тексту // Різун В.В. та ін. Нариси про текст: теоретичні питання комунікації і тексту. – К.: Київський університет, 1998.

37. Різун В.В. Аспекти теорії тексту // Різун В.В. та ін. Нариси про текст: теоретичні питання комунікації і тексту. – К.: Київський університет, 1998.

38. Розенталь Д.У. Практическая стилистика русского языка. – М.: ВШ, 1987: «Важнейшие общественные функции языка: общения, сообщения, воздействия».
39. Рудяков А.Н. Лингвистический функционализм и функциональная семантика. – Симферополь: Таврия-Плюс, 1998: «...присущее определенной части лингвистов отождествление функции и использования, применения, употребления, функционирования, о недопустимости которого писал А.В.Бондарко...»
40. Рудяков А.Н. Лингвистический функционализм и функциональная семантика. – Симферополь: Таврия-Плюс, 1998: «...природа реалии есть форма ее функции, природа реалии есть явление, функция – ее сущность».
41. Рудяков А.Н. Лингвистический функционализм и функциональная семантика. – Симферополь: Таврия-Плюс, 1998: «...речь – это такая же абстракция, как и язык: (...) доступной для восприятия и непосредственного наблюдения речь становится только в форме текста...»
42. Смирнов И.П. Порождение интертекста. – СПб., 1995.
43. Стороха, Богдан. Принципи візуальної поезії у практиці української та німецькомовної літератур // Вікно в світ. – К.: НАНУ, 2001. – № 1.
44. Дивись, наприклад: Barthes R. Text // Encyclopedia universalis. – Vol. 15. – Paris 1973: „Будь-який текст є інтертекстом, бо інші тексти присутні в ньому на різних рівнях у більш-менш знайомих формах: тексти попередньої культури і тексти культури нашої. Будь-який текст є новою тканиною, яку виткано зі старих цитат. Уривки культурних кодів, формул, ритмічних структур, фрагменти соціальних ідіом тощо, – всіх їх поглинуто текстом і перемішано в ньому, оскільки завжди до тексту та коло нього існує мова. Інтертекстуальність, потрібна передумова для кожного тексту, не може бути зведеною до проблеми джерел та впливів; вона є загальним полем анонімних формул, місце народження яких рідко можна знайти, бо вони виступають як невідомі або автоматичні цитати без лапок”.
45. Barthes R. The Death of the Author // Heath S. Image, Music, Text. – London: Fontana, 1997.
46. Cailliau R. The World Wide Web: Evolution, Regulation and Perspectives as a Medium of Information // <http://science.orf.at/science.orf?-dor=vcailliau&event-id=23&tmp=106366>.
47. Davidheiser, James C. Die auswärtige Sprachpolitik der Bundesrepublik Deutschland aus der Sicht eines amerikanischen Germanisten // Muttersprache: Vierteljahresschrift für deutsche Sprache. – Jg. 108. – H. 3. – Wiesbaden, 1998: „...ist Sprache nicht nur ein Kommunikationsmedium, sondern auch ein Vermittler von Kultur.“
48. Fillmore Ch.J. Linguistics as a Tool for Discourse Analysis // Handbook of Discourse Analysis. – V. 1. – London, 1985.
49. Fix, Ulla; Poethe, Hannelore; Yos, Gabriele. Textlinguistik und Stilistik für Einsteiger. - Frankfurt a.M.: Lang, 2001. – 236 S.
50. Flusser V. Die Schrift: Hat Schreiben Zukunft? – 4. Aufl. – Göttingen: Edition Imatrix, 1992.
51. Flusser V. Zum Abschied von der Literatur // Merkur. – N 451-452. – 40. Jg. – Sept./Okt. 1986. – Hf. 9/10: „...neue, außersprachliche Denkart in nachalphabetischen Codes.“
52. Flusser V. Zwiegespräche, Interviews 1967-1991 / hrsg. von K.Sander. – European Photography 1996.
53. Foucault M. Was ist ein Autor? // Foucault M. Schriften zur Literatur. – FaM 1988.
54. Grimm J. Über den Ursprung der Sprache // Grimm J. Reden in der Akademie / hrsg. von Werner Neumann und Hartmut Schmidt. – Berlin: Akademie-Verlag, 1984: „...alle Sprachen sind eine in die Geschichte gegangene Gemeinschaft und knüpfen die Welt aneinander, (...) ihre Mannigfaltigkeit eben ist bestimmt, den Ideengang zu vervielfachen und zu beleben, von dem sich ewig erneuerndem, wechselnden Menschengeschlecht wird der köstliche allen dargebotene Erwerb auf die Nachkommen übertragen und vererbt, ein Gut das die Nachwelt zu erhalten, zu verwalten und zu mehren angewiesen ist...“
55. Див., наприклад: M.A.K.Halliday. The linguistic sciences and language teaching. – London 1964.
56. Herder, Johann Gottfried. Abhandlung über den Ursprung der Sprache // Herders Werke in 5 Bänden. - Bd. 2. - Berlin: Aufbau - Verlag, 1982: „Dies erste Merkmal der Besinnung war Wort der Seele! Mit ihm ist die menschliche Sprache erfunden“; S. 121: “Um das erste Wort als Wort, d.i. als Merkzeichen der Vernunft, auch aus dem Munde Gottes empfangen zu können, war Vernunft nötig; und der Mensch mußte dieselbe Besinnung anwenden, dies Wort als Wort zu verstehen, als hätte er’s ursprünglich ersonnen.“
57. Homy N. - Rules and representations. – N.Y., 1980.
58. Jakobson R. Linqaggi nella società e nella tecnica. – Milano 1970.
59. Jeschke, Claudia. Tanz als Bewegungstext. – Tübingen: Niemeyer, 1991. – 380 S.
60. Koeppen W. Einer der spricht: Gespräche und Interviews. – FaM 1995.
61. Klein W. Variation in der Sprache. – Kronberg 1974.
62. Medienkurse / hrsg. von B.Kettemann, M.Stegu, H.Stöckl. – FaM: Lang, 1998. - 167 S. Дивись зокрема статтю цієї збірки: Lutz B. Hypertext: Das Medium und der Autor.
63. Ockel, Eberhard. Wie kann ein Text durch gestaltetes Lesen zur Entfaltung der mündlichen Ausdrucksmöglichkeiten beitragen? // Muttersprache: Vierteljahresschrift für deutsche Sprache. – Jg. 108. – H. 3. - Wiesbaden 1998: „Ein Text ist für mich jede gegliederte, in sich geschlossene und sinnhaft verknüpfte Sammlung von Sätzen, Wörtern oder Silben“.
64. Narings K. Sprachliche Varietäten. – Tübingen 1981.
65. Roszbacher K. Weiter lesen, weiter leben: Kein Abgesang auf gedruckte Lektüre // Akten des X. Internationalen Germanisten Kongresses Wien 2000. – Bd. 1. – Wien: Lang, 2002: „...auf keinem Flughafen der Welt geht man mehr so ohne weiteres verloren“.
66. Roszbacher K. Weiter lesen, weiter leben: Kein Abgesang auf gedruckte Lektüre // Akten des X. Internationalen Germanisten Kongresses Wien 2000. – Bd. 1. – Wien: Lang, 2002.
67. Sommerfeldt, Karl-Ernst; Schreiber, Herbert. Textsorten des Alltags und ihre typischen sprachlichen Mittel. – Frankfurt a.M.: Lang, 2001. – 198 S. („Annoncen“, „Werbezettel“, „Gebrauchsanleitungen“).

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Анатолій Науменко** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри теорії та практики перекладу і німецької філології Чорноморського державного університету імені Петра Могили

*Наукові інтереси:* історія й теорія літератури, національна специфіка літератури, літературна компаративістика; філологічний аналіз тексту, ідіолект письменника; концептуальний переклад; лінгвопоетична методологія й методика створення підручників з німецької мови для студентів-філологів.

**МОТИВЫ ТАЙНЫ И УЖАСА В АНГЛИЙСКОМ  
ГОТИЧЕСКОМ РОМАНЕ XVIII ВЕКА  
(на материале произведений Г. Уолпола и А. Радклиф)**

**Сергей ТУЗКОВ, Инна ТУЗКОВА (Кировоград, Украина)**

*У статті надано характеристику готичного інваріанту. Розглядаються різні типи англійської готики, виділяються постійні ознаки жанру: готичний хронотоп, інфернальність, атмосфера таємниці та жаху.*

*The gothic invariant is characterized in the article. Various types of English gothic are examined, the constant signs of the genre such as gothic chronotop, infernal cruelty, the atmosphere of mystery and horror are distinguished.*

Современной литературе «тайны и ужаса» (“mystery and horror”) уже около 250 лет. Многообразие её жанровых разновидностей способно поразить воображение, но все они восходят исключительно к английской готической традиции, которой посвящена обширная библиография. Исследователей занимали проблемы зарождения готики, её эволюции, анализ наиболее ярких или, напротив, сегодня уже почти забытых произведений [1; 7; 12; 13]; особняком стоят работы, посвящённые типологическому изучению готической литературы [9; 10; 14]; кроме того, определённый интерес для учёных всегда представляли её отдельные аспекты: женские образы, хронотоп (особенно – топос замка) и связанные с ним мотивы [2; 5; 6; 11]; наконец, во многих работах готический роман рассматривается в контексте мировой литературы: как готика повлияла на дальнейший литературный процесс, какими путями шло освоение английского готического романа литературами других стран [1; 8; 15].

**Цель нашей статьи** – дать характеристику готического инварианта, который представляется нам вполне определённой и достаточно жёсткой структурой: её элементы (готический хронотоп, инфернальность, атмосфера тайны и ужаса etc) находятся в тесной взаимосвязи.

Готический инвариант оформился в произведениях ряда английских писателей рубежа XVIII–XIX вв.: в целом с 1764-го по 1820-й годы было издано более сотни готических романов. Основателем жанра справедливо считается Гораций Уолпол (Horace Walpole: 1717–1797), автор канонического текста «Замок Отранто» («Castle of Otranto», 1764). За ним последовала целая серия романов, среди которых выделялись «Старый английский барон» («The Old English Baron», 1777) Клары Рив (Clara Reeve: 1729-1807), «Ватек: арабская сказка» («Vathek: Arabian Tale», 1782) Уильяма Бекфорда (William Beckford: 1760–1844), «Убежище» («The Recess», 1783) Софии Ли (Sophia Lee: 1750-1824), «Удольфские тайны» («The mysteries of Udolpho», 1794) и «Итальянец» («The Italian», 1797) Анны Радклиф (Ann Radcliffe: 1764-1823), «Монах» («The Monk», 1795) Мэтью Грегори Льюиса (Matthew Gregory Lewis: 1775-1823), «Сент-Леон» («St. Leon: A Tale of the Sixteenth Century», 1799) и «Мандевилл» («Mandeville», 1817) Уильяма Годвина (William Godwin: 1756–1836), «Франкенштейн, или Современный Прометей» («Frankenstein, or The Modern Prometheus», 1818) Мэри Шелли (Mary Shelley: 1797–1851), дочери У. Годвина и жены поэта-романтика П. Б. Шелли, и «Мельмот Скиталец» ("Melmoth the Wanderer", 1820) Чарльза Роберта Метьюрина (Charles Robert Maturin: 1780–1824). Все эти произведения неоднократно переводились на различные европейские языки, поэтому не удивительно, что воздействие классического готического романа постоянно ощущается в творчестве многих выдающихся писателей не только XIX или XX столетий, но и XXI века. Среди них – Э. По, В. Скотт, М. Лермонтов, Н. Гоголь, Ф. Стендаль, В. Гюго, Ш. и Э. Бронте, Ч. Диккенс, О. де Бальзак, Ф. Достоевский, Р. Л. Стивенсон, О. Уайльд, Г. Джеймс, Г. Лавкрафт, Ф. Кафка etc.

Всех этих писателей объединяет представление о мире как арене извечной борьбы двух противоположных начал – добра и зла, небесного и инфернального, Бога и Сатаны: мы разделяем мнение исследователя готической традиции и её проявлений в русской литературе XIX века Марка Симпсона, который утверждал, что «литература тайны и ужаса» составляет единое целое, поскольку рассматривает вопросы веры и неверия, предопределённости и

свободы воли, природы зла и греха [15: 10]. Тем не менее учёные-филологи неоднократно предпринимали попытки выделить типологические разновидности готического романа. В современном литературоведении доминирует концепция, согласно которой существует два вида готической литературы: «сентиментальная готика», развивающая традиции А. Радклиф («сладкий ужас», соединённый с меланхолией), и «френтическая готика», восходящая к М. Г. Льюису («чёрный роман» с нарочитой натуралистичностью описаний inferнального мира).

Данная систематизация готической литературы нам представляется чересчур прямолинейной, упрощённой. Более привлекательной, на наш взгляд, выглядит классификация, предложенная А. Поляковой, в основе которой лежит соотношение реального и фантастического в готическом тексте. Исследовательница предлагает выделять три группы готических произведений:

- у Г. Уолпола, М. Г. Льюиса и авторов, так называемых, «чёрных романов» inferнальные силы вводятся в число действующих лиц, т.е., фантастика является неотъемлемой частью художественного мира произведения;
- в романах А. Радклиф и её последователей (Ш. Бронте, У. Коллинз, А. Конан Дойл) таинственные события имеют рациональное объяснение;
- существуют тексты (Ян Потоцкий, Г. Джеймс, Г. Лавкрафт), в которых сохраняется равновесие между реальным и фантастическим, и читателю предстоит самому выбрать ту или иную интерпретацию происшедшего [10: 149].

Очевидно одно: литературная готика – в различных модификациях – сохраняет постоянные жанровые признаки, однако «инопространственность» готической литературы не только буквальная (внешняя), но и иносказательная (психологическая).

Сюжетная доминанта романа Г. Уолпола «Замок Отранто» – тщетная борьба человека с роком – отсылает читателя к пьесам У. Шекспира и античной трагедии. Повествование начинается с сообщения о предстоящем бракосочетании Конрада, сына и единственного наследника Манфреда, князя Отрантского, и Изабеллы, дочери маркиза Фредерика да Виченца. При этом подчёркивается, что не только члены семьи Манфреда (жена Ипполита и 18-летняя дочь Матильда), но даже вассалы и подданные отмечают, с каким нетерпением князь ожидает совершения свадебного обряда. Именно поспешность, с которой готовится бракосочетание юного и болезненного Конрада, вводит в повествование мотив т а й н ы ..... Вскоре читатель получает возможность объяснить эту поспешность тем, что князь боится исполнения старинного пророчества, гласившего, что «замок Отранто будет утрачен нынешней династией, когда его подлинный владетель станет слишком велик, чтобы обитать в нём» [4: 43]. Но смысл пророчества и то, какое отношение оно имело к предстоящему браку, остаётся т а й н о й вплоть до последних страниц романа.

Неожиданная смерть Конрада в день бракосочетания – он был раздавлен возле часовни гигантским шлемом, который в точности (кроме размеров) соответствовал шлему мраморной статуи, изображающей Альфонсо Доброго, одного из прежних владельцев замка – параллельно с мотивом тайны вводит в повествование мотив у ж а с а: «... он быстро шагнул вперёд и <...> увидел перед собою тело своего сына, раздавленное и наполовину прикрытое гигантским шлемом, во сто раз большим, чем любая каска, когда-либо сделанная для головы человека, и увенчанном огромным пучком перьев. Ужасная картина, которая предстала перед ним, полнейшая загадочность происшедшего несчастья <...> – всё это подействовало на Манфреда так, что он лишился дара речи» [4: 44]. Далее таинственные события, вызывающие ужас у обитателей замка, нагнетаются в повествовании, подобно снежному кому:

- Манфред с маниакальной одержимостью начинает преследовать Изабеллу, вынуждая её согласиться на брак с ним;
- портрет его деда Рикардо неожиданно оживает: призрак хочет о чём-то предупредить Манфреда, ведёт его за собой до конца галереи замка, но дверь в горницу перед князем захлопывается;



- Изабелла, воспользовавшись подземным ходом, с помощью молодого крестьянина Теодора убегает из замка и находит убежище у отца Джерома в церкви Святого Николая;
- вассалы Манфреда с ужасом замечают присутствие в горнице замка призрака рыцаря-великана: «... это – великан, он, верно, весь закован в латы; я видел его ступню и часть голени, они такие же огромные, как и шлем, что лежит посреди двора» [4: 66];
- неожиданно выясняется, что Теодор, приговорённый Манфредом к смертной казни, – благородного происхождения: он сын отца Джерома, графа Фальконара;
- у ворот замка появляется Рыцарь Большого Меча, вассал бесследно пропавшего в Палестине маркиза да Виченца: он заявляет свои права на Изабеллу и княжество Отранто;
- Матильда – вопреки воли отца – освобождает Теодора, и молодые люди влюбляются друг в друга;
- Теодор, ошибочно полагая, что Рыцарь Большого Меча – один из вассалов князя Манфреда, в честном поединке наносит ему несколько ран;
- выясняется, что Рыцарь Большого Меча – долгое время находившийся в плену у неверных маркиз да Виченца, отец Изабеллы;
- маркиз, полагая, что вскоре умрёт, рассказывает о вещем сне, который привёл его сначала к таинственному Мечу, а затем к замку Отранто;
- сначала Матильда, а затем и Манфред обращают внимание на невероятное сходство Теодора и портрета Альфонсо Доброго;
- оправившись от ран, Фредерик да Виченца влюбляется в Матильду и соглашается на предложение Манфреда забыть о былой вражде, заключив браки с дочерьми друг друга;
- Фредерику является призрак монаха-отшельника, передавшего ему Меч Альфонсо Доброго, и требует отречься от Матильды;
- Манфред совершает своё последнее преступление: ослеплённый ревностью к Теодору, он убивает Матильду, в темноте приняв её за Изабеллу;
- выясняется, что Теодор прямой потомок Альфонсо Доброго и по праву может претендовать на княжество Отранто;
- стены замка рушатся, среди развалин появляется исполинская фигура призрака Альфонсо Доброго и называет Теодоро своим истинным наследником;
- раскаявшийся Манфред раскрывает суть старинного пророчества, которое свершилось, несмотря на все его усилия преодолеть силу рока.

Интрига на протяжении повествования сохраняется за счёт варьирования постоянных мотивов, связанных с какими-либо тайнами, разгадка которых – в прошлом героев романа: Манфред ото всех скрывает, что его дед Рикардо отравил Альфонсо Доброго и присвоил себе его княжеский титул; Фредерик да Виченца, прибыв в замок Отранто, не называет Манфреду своё настоящее имя, представляясь Рыцарем Большого Меча – вестником рока; с Теодоро связана тайна его рождения и т.д. Ужасное в романе «Замок Отранто», в свою очередь, зеркально отражает тему рока с такими его атрибутами, как гигантский шлем и огромный меч Альфонсо Доброго, призраки рыцаря-великана, Рикардо и монаха-отшельника. Сюжетную динамику повествования создают упорные попытки Манфреда преодолеть силу рока и сохранить за собой и своими потомками право на княжеский титул: отсюда его стремление сначала женить своего сына – а после его смерти – самому жениться на Изабелле, которая по боковой линии была законной наследницей княжества Отранто. Торжество рока: угасание рода Манфреда и возрождение рода Альфонсо Доброго в лице его прямого потомка Теодоро, женившегося на прекрасной Изабелле, – утверждает чёткие правила, по которым выстроен мир.

Анна Радклиф, год рождения которой, как не без иронии подметил Л. Сумм, «готически-случайно» совпал с датой выхода в свет романа «Замок Отранто», предприняла попытку скрестить готический роман с реалистическим, – тем самым создав традицию романа «тайны и ужаса» с разгадкой: в конце повествования читатель получает естественное объяснение всему таинственному и ужасному [4: 18]. Одним из лучших произведений А. Радклиф заслуженно считается роман «Итальянец, или Тайна одной исповеди»: ощущение

постоянного присутствия ирреальных сил, ожидание встречи с ними, событийная и психологическая подготовка их появления занимают здесь больше места и играют более важную роль, чем прямое изображение таинственного и ужасного. В результате читатель оказывается под впечатлением не столько от рассказанного в романе, сколько от того, что в процессе чтения породила его собственная фантазия.

Между тем мотив тайны заявлен уже в подзаголовке романа А. Радклиф, а inferнальное начало представлено «сатанинской злобой» монаха Скедони. В центре повествования история любви благородного Винченцо, сына маркиза ди Вивальди, и никогда не видевшей своих родителей добродетельной Эллены, браку которых мешают сословные предрассудки. Сюжет романа насыщен многочисленными перипетиями: постоянные встречи Винченцо с монахом-призраком у развалин замка возле виллы Алтиери, где Эллена живёт со своей тётушкой; похищение Эллены таинственными незнакомцами в масках и заточение её в горном монастыре; знакомство Эллены со своей матерью (о чём ни одна из них не догадывается!) – сестрой Оливией, графиней ди Бруно; поиски Винченцо Эллены и их бегство из монастыря; коварные происки монаха Скедони и матери Винченцо; суд инквизиции над Винченцо; заточение Эллены в заброшенном доме у моря с целью её убить; разгадка тайны рождения Эллены (мнимая и настоящая); суд инквизиции над монахом Скедони и разгадка тайны исповеди; бракосочетание Винченцо и Эллены.

Герои-любовники романа «Итальянец» статичны: они преодолевают все выпавшие им испытания, сохраняя нравственную чистоту и преданность друг другу. Образ заглавного героя – «готического злодея» монаха Скедони – не столь однозначен: в ходе повествования он предстаёт то как преследующий свои эгоистические цели интриган и убийца, то как страдающий от раскаяния грешник и любящий отец. Авторская характеристика этого персонажа лишь добавляет ему зловещей загадочности: *«За замкнутой внешностью угадывался незаурядной силы дух, однако никто из монахов монастыря не мог бы припомнить его великодушия, а скорее всего, все видели в нём мрачную гордыню неудачника <...> В чёрной сутане своего монастырского ордена он невольно внушал страх, ибо было в нём что-то не от человека* (выделено нами – С.Т. и И.Т.)» [4: 211 – 213]. По воле автора за Скедони тянется шлейф пугающей таинственности: с одной стороны, его образ ассоциируется с муками раскаяния за совершённое некогда убийство брата, вызванное преступной страстью к его жене («тайна исповеди»); а с другой стороны, его коварство и жестокость, гордыня и зависть провоцируют откровенную неприязнь к Винченцо и стремление погубить как его (донос в инквизицию), так и Эллену (совет маркизе – убить её).

Огромную роль в создании атмосферы тайны и ужаса играет готический хронотоп. Художественное пространство романа «Итальянец» – развалины крепости, монастырь, заброшенный дом у моря, застенки инквизиции и т.п. – пограничное: Винченцо и Эллена постоянно оказываются в ситуации несвободы, на грани жизни и смерти. Но страхи героев (прежде всего это касается Винченцо, которого всюду «преследует» таинственный монах-призрак) чаще всего – мнимые: А. Радклиф последовательно придерживается принципа задержанного рационального объяснения сколь угодно невероятных и пугающих событий. Художественное время романа «Итальянец» – в соответствии с готической традицией – многопланово: повествование носит ретроспективный характер. С помощью ретроспекции осуществляется связь времён: события многолетней давности (преступление Скедони, отголоски которого проявляются в основной части повествования, пугая своей внешней необъяснимостью) становятся известны героям романа благодаря появлению персонажа (монаха-призрака), знающего всю историю, но вынужденного молчать много лет; а познакомиться непосредственно с фабулой произведения получают возможность сначала путешественник-англичанин, один из героев обрамления романа, а вслед за ним – и читатели, благодаря всё разъясняющей рукописи, сделанной по просьбе его спутника, безымянного итальянца, нищим студентом из Падуи сразу же после того, как произошли привлекшие его внимание таинственные события. Таким образом, по воле автора в пространство романа входит не только время преступления Скедони, предшествующее времени основных событий, но и последующее время прочтения рукописи как путешественником-англичанином, так и читателями романа. Кстати, к подобному приёму мистификации

обращается и Г. Уолпол: в первом предисловии к своему роману он выдал собственное сочинение за перевод якобы найденной в библиотеке старинной рукописи и только во втором предисловии, которое было написано через несколько лет, признал своё авторство.

Итак, классический готический роман XVIII века с его особой атмосферой тайны и ужаса, присутствием в сюжете инфернальных, ирреальных сил и пограничным хронотопом представляется своеобразным инвариантом готического жанра, получившим дальнейшее развитие в творчестве писателей более позднего времени. У последователей Г. Уолпола и А. Радклиф дивергенция этих жанровых констант со временем усиливается, обуславливая появление и развитие различных ветвей готической литературы (разновидностей массовой беллетристики): уже к концу XIX века готическая склонность к суевериям предстаёт не как примета средневекового мировоззрения, а как трансисторическое свойство психологии личности. Именно такое исследование тёмных, заповедных глубин человеческого сознания утверждается в готической литературе XX и XXI веков.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

1. Вацура В.Э. Готический роман в России. – М.: НЛЮ, 2002. – 543 с.
2. Горохов П.А. Герои и антигерои английской готической прозы // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. – Оренбург, 2005. – № 11. – С. 23-31.
3. Готический рассказ XIX – XX веков: антология. – М.: Эксмо, 2009. – 736 с.
4. Готический роман. – М.: Эксмо, 2007. – 736 с.
5. Григорьева Е.В. Средневековый архитектурный колорит и его роль в пространственно-временной организации "готического" романа // Литература в диалоге культур. – Ростов н/Д., 2003. – С. 66-72.
6. Заломкина Г.В. Поэтика пространства и времени в готическом сюжете / Самар. гос. ун-т. – Самара, 2006. – 227 с.
7. Ковалькова Т.М. Готический канон в английской литературе второй половины XIX – начала XX вв // Филологич. заметки. 2002. – Саранск, 2002. – С. 50-54.
8. Лимборський І. Західноєвропейський готичний роман і українська література // Всесвіт. – Київ, 1998. – № 5/6. – С.157-162.
9. Напцок Б.Р. Типология жанра английского "готического" романа XVIII в. // Филол. вестн. – Майкоп, 2002. – № 4. – С.40-52.
10. Полякова А.А. Готический роман: Жанровый канон и типологические разновидности // Судьба жанра в литературном процессе. – Иркутск, 2005. – Вып. 2. – С.145-156.
11. Скобелева Е.В. "Готическая" героиня – прекрасная и... страшная? // Вопр. филологии = J. of philology. – М., 2007. – № 1. – С. 99-102.
12. Тютюнник И.А. Категория "готического" в английской литературе XVIII века // Вопросы романо-германской филологии. – Киров, 2006. – Вып. 4. – С.90-96
13. Kilgour M. The rise of the Gothic novel. – L.; N.Y.: Routledge, 1995. – 280 p.
14. Napier E.R. The failure of Gothic: Problems of disjunction in an 18th-cent. lit. form. – Oxford: Clarendon press, 1987. – 165 p.
15. Simpson M.S. The Russian Gothic novel and its British antecedents. – Columbus (OH), 1986. – 110 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

**Сергій Тузов** – доктор філологічних наук, професор кафедри зарубіжної літератури та компаративістики Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* типологія літературного процесу.

**Інна Тузова** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* класична англійська і американська література.

## **ЛІТЕРАТУРА ДОБИ ВІДРОДЖЕННЯ У НІМЕЧЧИНІ**

### **Болеслав КУЧИНСЬКИЙ (Кіровоград, Україна)**

*У статті коротко аналізується німецька література доби Відродження – творчість Себастьяна Бранта, Ульріха фон Гуттена та Ганса Сакса.*

*The paper overviews the main tendencies of the German literature in the epoch of Renaissance as reflected in the writings by Sebastian Brant, Ulrich von Gutten and Hans Saks.*

Протягом більш як двох століть, з середини XIV ст. до початку XVII ст., у країнах Західної Європи відбувався процес поступової кризи й розпаду феодалізму, зумовлений переходом європейського суспільства до нової соціально-економічної формації. Цей період відомий в історії під назвою доби Відродження, або Ренесансу.

Відродження – це час первісного накопичення капіталу, ліквідації феодальної анархії, виникнення великих централізованих держав, формування націй та національних культур, бурхливого розвитку наук та виробничих сил.

Видатні люди цієї доби називали себе гуманістами, підкреслюючи тим самим суто світський характер своєї діяльності, спрямований на боротьбу за земне щастя людини.

Середньовічному аскетизмові та схоластиці гуманісти протиставляли «життєрадісне вільнодумство» й «відкриття миру й людини» (Гете).

У XV–XVI ст. «Священна Римська імперія німецької нації» залишалась в політичному відношенні роздробленою країною. Володарі окремих німецьких земель якнайменше думали про державне об'єднання Німеччини й розвиток її економіки та культури; вони, навпаки, планомірно й цілком свідомо проводили політику децентралізації країни, свідомо заважаючи спробам деяких імператорів хоч якоюсь мірою стримати їхнє свавілля.

У Німеччині панував феодальний спосіб виробництва, більшість населення становило змучене й суцільно неписьменне селянство. Спільного внутрішнього ринку в Німеччині не було, темпи розвитку й економічні інтереси різних її частин не збігалися. Цивілізація в країні зосереджувалась навколо окремих промислових та торговельних центрів, найбільші з яких знаходились на півдні Німеччини (Аугсбург, Нюрнберг, Ульм). Саме завдяки цим містам до Німеччини потрапили ранні гуманістичні віяння з Італії.

Ідеї гуманізму були співзвучними опозиційним настроям німецького бюргерства, з рядів якого вийшли майже всі діячі німецького Відродження. Особливості німецького гуманізму визначалися специфікою розвитку опозиційних настроїв, що на початку XVI ст. охопили майже всі верстви німецького суспільства.

На відміну від італійського, англійського, французького та іспанського гуманізму, німецький гуманізм не породив поетів, прозаїків та драматургів світового значення. У Німеччині доби Відродження не було жодного письменника, якого можна було б хоч якоюсь мірою порівняти з Данте й Рабле, Шекспіром і Сервантесом. Вплив навіть найвидатніших німецьких письменників цього часу зрідка виходив за межі самої Німеччини. Справжніми титанами німецького Відродження були не письменники, а такі великі художники, як Альбрехт Дюрер та Ганс Гольбейн Молодший, чиї твори назавжди увійшли до золотого фонду світового мистецтва.

Серед письменників-гуманістів, які відіграли велику роль у розвитку німецької літератури, слід особливо виділити Себастьяна Бранта, Ульріха фон Гуттена і Ганса Сакса. Величезне значення у формуванні гуманізму, духовного життя й політичної думки німецького Відродження мала діяльність Йоганна Рейхлінга, Велібальда Піркхеймера, Мартіна Лютера і Томаса Мюнцера. Унікальне місце в культурі німецького Відродження посідали так звані народні книги.

У 1494 р. у Базелі з'явилось перше видання сатирико-дидактичної поетичної книги «Корабель дурнів», автором якої був уроженець Страсбурга, професор Базельського університету, а пізніше канцлер «вільного» імперського міста Страсбурга Себастьян Брант, один із зачинателів німецької гуманістичної літератури. Його книга мала великий успіх у Німеччині і викликала значний інтерес за її межами, справивши безперечний вплив на сатиру Еразма Роттердамського.

Юрист і філолог, педагог і письменник – Себастьян Брант був людиною широкої ерудиції, вільно володів латинською та давньогрецькою мовами, добре знав античну й вітчизняну літературу. Особливо приваблювала Бранта німецька середньовічна міська сатира, зокрема твори Фрейданка (перша половина XII ст.), поета-сатирика, автора збірки віршованих висловлювань «Розуміння», в якій послідовно викривається католицьке духовенство і папський Рим. На відміну від більшості німецьких гуманістів, які писали свої твори латинською мовою, С. Брант вважав за потрібне звертатися до народу його мовою, перетворити художню літературу на загальний здобуток. «Корабель дурнів» він свідомо стилізував у дусі німецької середньовічної сатири, щоправда, помітно поступаючись Фрейданку у плані суто соціальної критики.

Себастьян Брант зовсім не був справжнім вільнодумцем. У його «Кораблі дурнів» повно міщанських сентенцій, які, безперечно, чимало сприяли успіху книги в бюргерських колах [1: 278].

І все ж С. Брант написав досить сміливий і справді гуманістичний твір, де реалістично відбито прагнення й сподівання широких мас. Композиція книги цілком оригінальна. С. Брант збирає натовп дурнів та дурок (що втілюють у собі різні людські вади) на великому кораблі, який має відвезти їх до Наррагонії – країни дурнів. С. Брант одразу ж дає відчути,

що зовсім не всі дурні відпливають з Німеччини саме туди. «Усі вулиці й провулки заповнені дурнями, – пише він. – Світ живе у нічному мороці, затопившись у гріхах». Глупота скрізь «править бал». Кого тільки немає на кораблі дурнів – тут і астрологи, і алхіміки, й шукачі скарбів, склочники та базіки, заздрісники та ледарі, хабарники та розпусники й рогоносці, модники й модниці, злі та неохайні жінки тощо.

Головною вадою сучасності, що веде до розвалу держави й занепаду усіх державних станів, С. Брант вважає загальний егоїзм, коли особисті інтереси ставляться понад державні.

«Того, хто не цінує загальної користі як своєї власної, вважаю я суцільним дурнем, бо особисте є невіддільним від загального», – каже С. Брант. Цю ваду письменник нерозривно пов'язує з паном Пфенінгом (грошова одиниця) – користолобством та здирництвом, що позбавляють суспільство честі й дружби, любові та солідарності. Все на світі, говорить С. Брант, продається за золото, яке калічить розум і думку людей, робить їх взаємоворогами, породжує у світі нескінченний ланцюг злочинів. І С. Бранту приходить на пам'ять давня легенда про Золотий вік, коли ніхто не думав про гроші, коли все було спільним, і доброзичливість панувала серед людей, бо кожен був задоволений найпростішим та найнеобхіднішим. У зв'язку з цим німецький поет розвиває свою філософію історії. За С. Брантом, мужня бідність є початком державного устрою, вона була будівельницею міст, творцем мистецтв та ремесел [2: 212].

С. Брант свідомо вихваляє бідність і наводить приклади її благородних виявів в античній історії з метою засудження німецьких князів, чиїми діями керує жадова збагачення, внаслідок чого країна залишається бідною і роздробленою. С. Бранта серйозно хвилює загроза турецького вторгнення, яка нависла над країною; він не вірить, що німецькі князі, що гризуться між собою, зуміють протистояти йому. Як і кожний видатний письменник, С. Брант умів розрізнити в подіях сучасності прикмети майбутнього, він відчував наближення великих і катастрофічних змін у німецькому житті, наближення Реформації.

«Кораблик святого Петра сильно хитається, я боюсь якби ж то він не потонує; хвилі сильно б'ють по ньому, буде велика буря й безліч горя», – писав він.

«Корабель дурнів» справив помітний вплив на творчість, успіх видатних письменників німецького Відродження, зокрема Ульріха фон Гуттена та Ганса Сакса.

Однією з найяскравіших та самобутніх постатей серед німецьких гуманістів доби відродження був і Ульріх фон Гуттен – талановитий публіцист і сатирик, який писав переважно латинською мовою.

Рано уславившись у колах німецьких гуманістів своєю дидактичною латинською поемою «Про мистецтво поезії» (1510) та численними віршами, Ульріх фон Гуттен здобув ім'я у самій Німеччині і за її межами завдяки своїм дошкульним памфлетам, що викривали герцога Ульріха Вюртемберзького – одного з найогидніших правителів тодішньої Німеччини.

До найкращих творів Гуттена належать: діалоги «Лихоманка», «Вадиск, або Римська трійця», «Спостерігачі», «Розбійники», вірші «Скарга та застереження проти непомірного нехристиянського насилля папи й не духовного духівництва» та «Скарга вільних міст німецького народу». Діалоги «Лихоманка I» і «Лихоманка II» висміюють обжерливість, невігластво, пиху та аморальність католицького духовенства, що витягає з кишень німецьких громадян золото начебто для війни з турками, а насправді – для власних розваг. Найвідоміший з діалогів Гуттена – «Вадиск, або Римська трійця» – повністю присвячено викриттю папської курії. Він завершується заклик до німців – нарешті взятися до зброї і назавжди скинути з себе ганебний гніт папської тиранії. Ульріх фон Гуттен увійшов до свідомості німецького народу як символ справжнього патріотизму, борець проти церковного і князівського деспотизму.

Видатним німецьким поетом і драматургом доби Відродження був також Ганс Сакс, який протягом багатьох десятиліть очолював школу нюрнберзьких мейстерзінгерів (школа німецьких поетів XIV–XVI ст.).

Ганс Сакс був різножанровим і плодотворним письменником, він написав понад 6000 творів, сюжети яких брав з навколишньої дійсності та різноманітніших літературних джерел, значно розширивши тим самим діапазон мейстерзанга, колись майже обмеженого релігійною

тематикою. Найбільшу славу Г. Саксу принесли його знамениті фастнахтшпілі – невеликі побутові дидактичні комедії, призначені для вистав у дні популярного свята – Масляної.

Протягом усього XVI ст. Ганс Сакс був ледь не найпопулярнішим та улюбленим німецьким письменником серед простого народу, його твори витримали багато видань у вигляді окремих листівок, і у формі солідних збірок. Проте у XVII – більшій частині XVIII ст. творчість Сакса було забуто. Інтерес до нього у самій Німеччині відродився лише в останній чверті XVIII ст. завдяки молодому Й.-В. Гете та його друзям – штурмерам (представники німецького літературного руху другої половини XVIII ст.). Згадуючи в «Поезії і правді» про початок свого літературного шляху та творчі пошуки молодих прогресивних письменників тих часів, Й.-В. Гете писав: «Ганс Сакс, справжній майстер поезії, був до нас ближче всіх. Це був справжній талант, щоправда не лицар, і не придворний, як ті (Гете мав на увазі міннезінгерів), а просто бюргер, яким могли похвалитися і ми. Його дидактичний реалізм подобався нам, і ми часто-густо користувалися його легким ритмом, його зручною формою. Ця форма видавалася нам вельми придатною для поезії кожного дня, а така поезія була нам потрібна щоденно» [1: 278].

Належачи до заможного бюргерства, живучи у вільному Нюрнберзі (що мав власний міський уряд і був підпорядкований безпосередньо імператорові, який дуже рідко втручався у міські справи), Г. Сакс порівняно рідко звертався до політичних проблем, хоч і вболівав душею за роздроблену Німеччину, котру роздирали феодалні міжусобиці («Достославна розмова богів щодо розладу, який панує в Римській імперії», 1544). У великому алегоричному вірші «Віттенбергський соловей» (1523) Г. Сакс палко вітав виступ Мартіна Лютера. Він був переконаним прихильником церковної Реформації у її поміркованій бюргерській формі.

У багатьох своїх веселих та дотепних фастнахтшпілях і шванках Г. Сакс з обуренням говорив про лицемірство, жадібність та аморальність католицького духовництва, слідом за Брантом і Гутеном неодноразово різко засуджував користолюбство й скнарність купців і лихварів («Користолюбство – лютий звір», 1527) дошкульно висміював усіляких дармоїдів та нероб («Країна молочних річок і кисільних берегів», 1530).

Ганс Сакс був натхненним та наполегливим співцем праці, в якій вбачав головну мету й головну основу людського життя. Ідеалом для Г. Сакса завжди залишався чесний і добropорядний трудівник, справжній майстер своєї справи, відкритий і добрий, що неодмінно прагнув нових і нових знань, усе більшого вдосконалення своєї майстерності.

Корисна праця, знання, майстерно зроблені речі були для Г. Сакса джерелом поетичного натхнення, темами його численних художніх творів. Набуваючи знань шляхом посиленої і постійної самоосвіти, Г. Сакс ділився ними з читачами, справедливо вважаючи, що головною метою народної літератури є виховання високих морально-етичних уявлень, прилучення до нових знань, зокрема, до любові, до праці.

Гарячий патріот Німеччини, а ще більше рідного Нюрнберга, Г. Сакс з любов'ю та вдячністю, просто й образно розповів про творців великої й самобутньої німецької міської культури. У великому вірші «Похвальне слово місту Нюрнбергові» (1530) він з гордістю та любов'ю описує рідне місто, його вулиці і провулки, прикрашені старовинними будівлями з вигадливими баштами, водограї та мости, оздоблені мармуром та гранітом колодязі, баштові годинники; розповідає про мешканців міста – «хитромудрих майстрів», умілих у кожній справі; про «друкарство, живопис та скульптуру, подібних до яких немає в інших країнах»; він малює галасливі й пишні ярмарки; характеризує навіть санітарний та господарський стан міста.

В іншому, подібному за жанром вірші «Усе домашнє начиння, чисельністю у триста предметів» (1544) він так само любовно й детально описує свій власний будинок, увесь спосіб життя якого уявляється йому ідеалом сімейного затишку й комфорту, що їх досягнуто працею й старанням усіх членів родини, їхньою акуратністю та бережливим ставленням до кожної речі й повагою один до одного. Г. Сакс виявляв надзвичайну винахідливість у трактуванні всіляких комічних ситуацій, запозичених ним з різних літературних джерел, або просто помічених у навколишньому житті. Дивує вміння письменника огорнути все, про що він розповідає, м'яким і ненав'язливим, суто батьківським повчанням. Особливої

майстерності та справжнього «демократичного реалізму» (за визначенням Гете) Г. Сакс досягав у своїх численних шпрухах (від нім. «вислів»), шванках та фастнахтшпілях, що в цілому становлять своєрідну художню енциклопедію народного побуту тих часів. Як джерело етнографічних та культурно-історичних відомостей ці його твори важко переоцінити. Завдяки своїй винятковій спостережливості та вмінню виділяти головне від другорядного Г. Сакс створив величезну галерею типів своїх сучасників, не залишивши поза увагою жодного суспільного прошарку, жодної професії, жодного віку. Майже до всіх своїх персонажів він ставився з незмінною доброзичливістю.

«Сатира Г. Сакса», – писав Б.І. Пуришев, – «позбавлена руйнівної сили й злості, він вірить у силу доброї дидактики, хоча й не переоцінює можливостей людства, яке завжди виступає у нього у скромному мешканці напівсередньої Німеччини XVI ст. Добре орієнтуючись у всіх недоліках своїх співвітчизників, він з м'яким гумором розповідає про їхні вчинки, витівки, сповнені жвавості й непідробної веселості» [2: 316].

Поряд з реальними людьми у його шванках діють казкові персонажі, запозичені з фольклору і християнської міфології, але всі вони неодмінно наділені живими рисами його безпосередніх сучасників («Святий Петро з козою», «Кравець із прапором», «Святий Петро і ландскнехти», «Сатана більше не пускає до пекла ландскнехтів» тощо).

Надзвичайною сюжетною різноманітністю, іскристим оптимізмом, справжнім народним гумором і мудрістю позначені й найвідоміші фастнахтшпілі Г. Сакса («Селянин і злодій, що вкрав корову», «Вкрадена свиня», «Фюнзингенський конокрад», «Стара звідня і піп», «Про те, як ревнивець сповідав свою жінку», «Ненажерлива жадоба», «Школяр у раю» тощо).

У знаменитому фастнахтшпілі «Школяр у раю» Г. Сакс розповідає, наприклад про шахрая – школяра, який обманює довірливу селянку, пообіцявши їй відвідати у раю її покійного чоловіка і передати йому там окулючок з одягом та грішми, щоб «померлий ні в чому не знав нестатків». Коли про це дізнався другий чоловік наївної селянки, він з гнівною лайкою мчить на жвавому скакуні, щоб наздогнати школяра, але той обманює і його, відбирає у нього коня й зникає. Зніяковілому селянинові доводиться викручуватись перед жінкою, говорити їй, ніби він тимчасово позичив коня школяреві, щоб той швидше досяг райської обителі.

Унікальним явищем літератури європейського Відродження були німецькі народні книги. Вони поширились у Німеччині з часів запровадження книгодрукування Йоганном Гуттенбергом, але особливої популярності набули у XVI столітті.

З чисельних німецьких народних книг («Прекрасна Мелузіна», «Понт і Сідонія», «Трістан та Ізольда», «Прекрасна Магелона», «Сказання про Рогового Зігфріда», «Герцог Ернст», «Гайманові діти», «Історія про маленького Мука», «Про Фортуната та його гаманець, а також про чудесний капелюшок», «Соломон і Маркольф», «Піп з Каленберга» та ін.) у Західній Європі найпопулярнішими були «Цікава книга про Тіля Ейленшпігеля» (1500), «Історія доктора Фауста» (1587) та «Шільдбюргери» (1598).

Гуманісти доби Відродження внесли свій внесок у справу оновлення німецького життя. Вони заклали основи нової, звільненої від схоластичних пут освіти, знайомили Німеччину з чудовими творами античної та італійської ренесансної літератури.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Гете Й.-В. Соб. соч.: В 13т. – М., 1937. – Т.10. – С. 278.
2. История немецкой литературы. – Т.1. – С. 210, 212, 316.
3. Прокаев Ф.І., Кучинський Б.В., Булаховська Ю.Л., Долганов І.В. Зарубіжна література ранніх епох. – К.: «Вища школа». – 1994. – 405 с.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Болеслав Кучинський** – кандидат філологічних наук, доктор філософії у філологічних науках, професор, завідувач кафедри германської філології Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.  
*Наукові інтереси:* німецька філологія, зарубіжна література.

## ФУНКЦІОНУВАННЯ ПАРЦЕЛЬОВАНИХ СТРУКТУР У ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

Тетяна БУЙНИЦЬКА (Львів, Україна)

*Стаття присвячена функціонуванню парцельованих структур у художньому тексті. Парцеляти визначаються як стилістичні трансформації членування синтаксичної структури речення.*

*The article deals with functioning of segmented structures in fiction. Segmented structures are defined as stylistic transformations of segmenting the syntactic structure of the sentence.*

Питання парцельованих структур неодноразово ставало предметом дослідження вчених, які займалися проблемами стилістичного синтаксису. Особливо велику увагу було приділено відмежуванню парцелятів від приєднувальних конструкцій, хоч і до цього часу немає однозначної думки щодо спільних та відмінних особливостей цих дуже подібних синтаксичних явищ.

Не торкаючись детально цього питання, все ж можна погодитися з твердженням В.Л. Ринберг, що при багатьох спільних рисах їх все ж роз'єднує граматичний бар'єр. Він полягає у різниці синтаксичних зв'язків і синтаксичних функцій відокремлених компонентів: парцелят має двосторонню граматичну залежність, приєднувальний комплекс – односторонню. Парцелят виступає як член простого речення або предикативна частина складного речення, а приєднаний елемент – це складова частина приєднувальної конструкції [4: 43].

Під парцеляцією розуміють розчленування синтаксичної структури на дві або більше частин, причому перша частина утворює базу висловлювання, а друга, відокремлена від неї частина, т. зв. парцелят, залишається граматично та семантично залежною від базової частини, хоч інтонаційно та комунікативно вона чітко усамостійнена.

Як зауважує В.Л. Ринберг, саме у цій самостійності полягає суть суперечливої природи парцелята: будучи інтонаційно та комунікативно виділеним, він все ж не набуває повної самостійності, а залишається у функції члена базового речення [4: 39].

В.Н. Стрельцов визначає парцеляцію як прийом експресивного синтаксису зі стилістичними трансформаціями, при якому відокремлений від синтаксичного цілого певний сегмент викликає експресію та підкреслення [5: 238].

В. Г. Гак відзначає здатність парцельованих конструкцій долати жорстку схему речення і привести синтаксичну структуру у відповідність до комунікативного завдання висловлювання. Парцелят виражає рему висловлювання, уточнює сказане [3: 204].

Ю.В. Ванніков розглядає парцеляцію як реалізацію єдиної формально-структурної одиниці мови – речення не в одній, а в декількох комунікативних одиницях-фразах. Відповідно до цього парцеляція – результат незбігання меж мовної одиниці-речення, з межами мовленнєвої одиниці-фрази в рамках висловлювання. Висловлювання виступає як відрізок мовленнєвого ланцюжка, що включає одну або декілька фраз і реалізує одне речення [2: 12].

Г.М. Астанова, яка проаналізувала роботи англійських науковців, присвячені проблемі парцеляції, свідчить, що всі вони одностайно твердять, що синтаксичні відрізки, які стоять після крапки, не можуть розглядатися як самостійні утворення, оскільки це завершальні фрагменти речення і можуть розглядатися як його частини при: 1. перерахуванні; 2. апозиції, додаванні або поширенні попереднього висловлювання; 3. функціонуванні як частини іншого речення [1:122].

Як бачимо, не всі перераховані випадки відокремлення можна зарахувати до парцеляції, однак і зарубіжні вчені дотримуються думки, що крапка перед парцелятом – сигнал інтонаційного, а не граматичного розриву, сигнал експресивного розчленування тексту.

Г.М. Астапова звернула увагу на те, що зарубіжні англісти визначають 4 процеси, які беруть участь у розширенні структури за крапкою:

1. аддиція – додавання елемента того ж синтаксичного статусу;
2. субституція – заміна одного елемента іншим;



3. повтор;

4. заперечення, які при поширенні структури за крапкою можуть по-різному поєднуватись між собою [1: 122].

Не зважаючи на те, що зарубіжні вчені і не вживають термін «парцеляція», однак і вони пояснюють це явище необхідністю створення ефекту експресивності.

Хоча всі дослідники парцеляції відзначають, що ці структури характерні для розмовної мови, звідки вони переходять у письмову мову, проте тут парцельовані вирази одержують свої особливості, оскільки у художньому тексті письменник спеціально застосовує цей мовний прийом додаткової інформації, що викликана змістом базового речення.

За своєю структурою парцеляції можуть мати різні форми. Звичайно вони відсічені від простого речення і виражені одним словом або словосполученням та виконують функції певного члена базового речення. Як було відзначено, складні речення також можуть мати парцеляти, частіше це підрядні речення, що відокремилися від своєї базової структури і є предикативною частиною складного речення. Б.Т. Турсунов, який присвятив свою роботу парцеляції підрядних речень у німецькій мові, наголошує на тому, що саме повна смислова інформація цих структур викликає можливість їх відчленування з метою стилістичного ефекту.

Базуючись на дослідженнях вчених явища парцеляції, можна визначити її як стилістичну трансформацію членування синтаксичної структури речення з метою виконання комунікативного завдання з найменшою витратою мовного матеріалу і з найбільшим стилістичним ефектом. Тому її можна розглядати як спеціальний прийом, що дозволяє автору виділити, підкреслити певну частину повідомлення, надати думці, яку вона виражає, стилістичної ефективності. Причому парцеляти не доповнюють думку речення новими міркуваннями, а лише експресивно підсилюють її, що саме і відрізняє парцеляцію від приєднувальних структур, які звичайно доповнюють думку базового речення новим висловлюванням.

Парцеляти дуже широко вживаються в різних стилях, але художній текст надає їм найбільшого простору для вживання.

У цьому дослідженні стилістичні функції парцельованих конструкцій були проаналізовані на тексті роману „Angstblüte” відомого сучасного німецького письменника Мартіна Вальзера.

Найчастіше парцеляти зустрічаються у внутрішньому монолозі головного героя Карла Кана, виражаючи його душевний стан: схвильованість, захоплення, розгубленість, страх і т.п.:

*„Der genaue Ausdruck dafür, dass du nichts zu verlangen hast. Null Anspruch. Null Anrecht. Null Legitimität. Lehne die Wörter ab. Beherrscht wirst du von ihnen. Du hoffst aber. Du erwartest ohne Grund und Recht und Sinn. Nein du erwartest nicht. Du wartest. Das ist es. Das ist alles. Du wartest. Sonst ist nichts. Du investierst ins Nichts. Das ist es. Das ist alles“.* [7:305].

У цьому уривку парцельовані структури передають душевний стан героя, який хоче сподіватися, що його не покинула кохана, проте він розуміє, що надії немає, і це сум'яття почуттів якнайкраще передають парцеляти, підсилені лексичним повтором.

Парцеляти виникають у тексті також у тому випадку, коли думка конкретизується, підтверджується, логічно фіксується:

*„Dass er überhaupt hingegangen war, war ein Fehler. Ein Fehler, typisch für ihn. Diego wickelte einfach sein Programm ab. Wie es seinem Freund Karl ging, interessierte ihn kein bisschen. Nur sein Programm.* [7: 446]

Парцелят може ніби розшифровувати думку, яка подається у базовому реченні:

*„Joni lächelte. Sie begriff, dass Karl angeben wollte. Vor ihr. Und dass er zeigen wollte, er wisse, jetzt gebe er an. Ihretwegen.“* [7: 266].

Парцельовані структури, виражені підрядними реченнями, мають сильний прагматичний вплив – саме вони несуть головну думку всього висловлювання:

*„Würde der Erfolg sich von dir trennen, er käme nie mehr zurück. Er finde dich nie mehr. Weil es dich nicht mehr gäbe. Ohne dich wäre dein Erfolg verwaist“* [7: 134]

„Und Gundi sofort: Das Schlimmste sei, wenn man sich nichts mehr übelnehme. Wenn man gesiegt hat in sich selbst. Herr ist über sich selbst“. [7: 59].

Звичайно, наведені приклади не вичерпують способів використання Вальзером парцельованих структур у своєму романі. Оскільки парцеляти письмового тексту завдячують своє походження у першу чергу усному мовленню, то у творі М. Вальзера вони широко представлені у монологіях персонажів, у їхній внутрішній мові. Проте у тексті вони нерідко набувають додаткових стилістичних функцій, що використовує автор для експресивності виразу думок, впливу на читача.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Астапова Г.Н. О парцелляции как одном из стилистических приёмов экспрессивного синтаксиса. // Сб. научн. трудов Моск. ГПИИЯ им. М. Тореца, вып. 67. – 1972.
2. Гак В.Г. Теоретическая грамматика французского языка. Синтаксис. М., 1981.
3. Ванников Ю.В. Явление парцелляции в совр. русском языке. Автореф. канд. дисс. М. – 1965.
4. Ринберг В.Л. Конструкции связного текста в современном русском языке. Львов, 1987.
5. Стрельцов В.Н. О природе парцелляции. // Уч. записки Моск. областного пединститута. – Т. 249, вып. 25. – М., 1971.
6. Турсунов Н.Т. Придаточные предложения в роли парцеллированных конструкций. Тезисы докладов по романно-германской филологии, вып. 1. Самарканд. – 1971.
7. Walser, Martin. Angstblüte. Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbeck bei Hamburg, – 2008.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Тетяна Буйницька** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри німецької філології Львівського національного університету імені Івана Франка.

*Наукові інтереси:* лінгвостилістика, теорія тексту, сучасна німецька література.

### **“TALL TALES” КАК ОРИГИНАЛЬНЫЙ ЖАНР АМЕРИКАНСКОГО ФОЛЬКЛОРА**

**Світлана ВОЛКОВА (Херсон, Україна)**

*У статті розглянуто особливості композиційно-сміслові структури американських незвичайних історій як оригінального жанру американського фольклору, проаналізовано особливості композиційної побудови та засоби смислової реалізації.*

*The article investigates the peculiarities of representation of compositional plot structure and compositional meaning structure of Tall Tales as American folklore specific genre.*

Изучение теоретических проблем фольклора самым тесным образом связано с научным наследием А.Н. Афанасьева, Ф.И. Буслаева, А.Н. Веселовского, А.А. Потебни, В.Я. Проппа, а также тщательными разысканиями их многочисленных учеников и последователей. Обращение к фольклорным источникам, изучение их языковой стороны и на сегодняшний день являются, как нельзя, актуальными для лингвистических исследований. В центре внимания ученых стоят вопросы антропоцентризма, учет человеческого фактора как части коммуникативных процессов (О.М. Ильченко, О.И. Лещенко), проблемы национальной и культурной специфики (Д.И. Руденко, И.Я. Харитоновна, Л.А. Иванова), исследования языка юмора фольклорных произведений (S. Attardo, L.C. Harvey, J. Palmer, А.С. Архипова, А.В. Карасик, А.П. Мартынюк, М.С. Петренко и др.), изучения языковой картины мира в малых жанрах английского фольклора (А.С. Птушка, О.И. Лещенко, Н.Ф. Еремеева), американской народной смеховой культуры (В.И. Оленева, З.В. Новицкая).

Сам американский фольклор изучен не так широко, как, скажем, английский. Он, исторически, достаточно молод. Но, несмотря на молодость американского фольклора, его наследие богато различными жанрами: сказаниями, религиозными историями (myths); легендами (legends); балладами (ballads); волшебными сказками (fairy tales); небывлицами (tall tales); шутками (jokes); анекдотами (anecdotes) [3: 501].

В силу исторического развития и становления в американском фольклоре выделяют:

1. Фольклор коренных жителей Америки: 1) американских индейцев; 2) эскимосов; 3) гавайцев.

2. Фольклор, который пришел из других стран и, в дальнейшем, развивался на территории Америки, приобретая новые специфические черты: 1) фольклор негров; 2) европейский фольклор.

3. Фольклор, который формировался из рассказов путешественников, изучающих Америку и Дальний Восток, но стремящихся приукрасить действительность, наполнить ее необычайными героями и событиями: небылицы.

*Объектом* нашего исследования выбраны американские небылицы, а *предметом* – особенности композиционно-смысловой структуры небылиц как специфически американского жанра фольклора.

Объект и предмет определили *цель* работы – проанализировать композиционно-смысловую структуру американских небылиц (Tall Tales) как специфически американского жанра фольклора.

Само понятие жанра в фольклористике, как утверждает в своей книге “Фольклор и народная культура” Б.Н.Путилов, “употребляется в двух значениях”: 1) как совокупность произведений / текстов, характеризуемых общностью художественного содержания, поэтической системы, функций, особенностей исполнения, связей с невербальными художественными формами (музыкой, танцем, театром); 2) как исторически сложившаяся и реализуемая в конкретных произведениях, система содержательных, собственно поэтических, функциональных принципов, норм, стереотипов, за которыми стоят выработанные коллективным опытом представления, отношения, связи с теми или иными сферами действительности, социальными институтами, бытом и т.д.” [2: 167].

Как жанр американские небылицы представляют совокупность текстов, обладающих одной функцией (рассмешить, возбудить веселье, создать оптимистическое настроение) и определенной системой поэтических средств (гипербола, антитеза, метафоры), а также объективируют своей художественной формой менталитет американской нации, ибо ни в чем так явно не проступают, не прослеживаются специфические национальные черты, как в фольклоре.

Анализ композиционной структуры американских небылиц показывает, что сам текст небылиц представляет форму правдивого повествования, наполненного дополнительными деталями из повседневной жизни рассказчика: “*From the way Davy Crockett’s father and mother lived, you might guess they were just ordinary people*” [7: 340]. Фасад действительности поддерживается стилем deadpan (внешне кажущаяся серьезность, когда автор действительно шутит): “*Davy Crockett’s mother, even when she was an old woman and had lost a good part of her spryness, could do these things: jump a seven-rail fence backwards; dance a hole through a double oak floor; spin more wool than a steam mill; and cut down a gum tree ten feet around, and sail it across the Nolichucky River, using her apron for a sail*” [7: 340]. Ввиду того, что *Tall Tale* кажется спонтанным воспоминанием каких-либо событий автора, как бы вырисован из реального его опыта, жанр *Tall Tale* оказывается более гибким по структуре в отличие от многих других жанров фольклора.

Как и другие жанры американского фольклора, *Tall Tales* возникали и распространялись в устной форме теми поселенцами, которые прибывали на территорию Америки, чтобы обосновать свои жилища на этой дикой земле, а позже, с развитием культуры этого народа, переводились на язык письменной речи.

Структуру повествования *Tall Tales* можно проанализировать следующим образом: многие небылицы состоят от трех до пяти элементов: три сюжета с прологом и послелогом. Часто *Tall Tale* начинается с обращения о том, что история произошла в реальности, а сам автор высказывает неодобрение по отношению к лжецам. Таким образом, схема построения сюжета такова:

1. Для того чтобы создать атмосферу правдоподобных событий рассказ начинается с правдивых деталей.

2. Последующие события развиваются в атмосфере абсурдности или отдалены от настоящей действительности.

3. Наконец, рассказ достигает своей кульминации, а, в некоторых небылицах, разрешения проблемы.

4. Многие рассказы имеют самую невероятную концовку: “*The Injun killed me*”, “*I went home and got a shovel to dig myself out.*” Иногда за кульминацией следует другое формульное подтверждение правды: “*It is a fact*”.

Часто цепь событий небылицы, у которой уже есть своя финалия и, кажется, нечего уже добавить, продолжает следующий рассказчик, привнося в нее новые детали, еще более абсурдные. На основе рассказов об огромных овощах, к примеру, может создаваться рассказ о производстве огромного металлического котелка. Когда первый рассказчик спрашивает второго для чего можно использовать такой котелок, тот отвечает “*Why, to cook your turnip, of course*”. Задача – подшутить, подыграть друг другу – стоит перед создателями этих невероятных историй, а реализуется она способом гиперболизации описания предметов, героев и событий.

Преувеличение в небылицах – экстравагантность выдумки – выстраивается в ряд от невозможности происходящих событий, через физическую неспособность их осознания до понимания того, что все абсолютно нелогично. Алогичность – есть то, что Гилберт Райл, в свое время, назвал категорией ошибочности [5: 567]. Но эта категория по отношению к американским небылицам рассматривается несколько иначе. Здесь ошибочность – умышленная, преднамеренная.

В американских небылицах сквозь призму национального менталитета отражается особое понимание видения мира, что дает возможность исследовать языковую картину мира американского народа с помощью анализа составляющей ее концептосистемы. Так, в этих историях, построенных на принципе юмора, абсурдности и гиперболизации, коллективное национальное сознание народа актуализируется в концептах СВОБОДА, АВАНТЮРИЗМ, ИЗОБРЕГАТЕЛЬНОСТЬ. Так, например, в тексте небылицы “*The Rooster in the Jug*” концепт СВОБОДА объективируется в безграничном стремлении жить даже в замкнутом пространстве, то есть, там, где, в реальности, это просто невозможно: “*One time a cyclone passed over a man’s farm and harmed nothing, except that it blew a young rooster into a gallon jug. People came from miles around to see the rooster inside the jug. At last he grew so big that his owner had to break the jug and let him out.*” [7: 264].

В силу отмеченных особенностей американские *Tall Tales* – рассказы с преувеличениями, в современном литературоведении считаются “специфически американским” жанром фольклора, содержание которых отличается крайне абсурдным характером, наполнено юмористическими ситуациями, что создает комический эффект [1: 625]. Например, в серии небылиц под названием “*Seven Tiny Tall Tales*” мы находим этому подтверждение: *A man planted a big field of popcorn and one hot summer day it all started popping in the field. A team of mules standing nearby mistook the popcorn for snow and froze to death*. (“*The Popcorn Frost*”) [7: 264]. Уже в самом начале этого текста присутствует небывалый факт – человек засеял большой участок поля попкорном (“*popcorn – a food made from dried grains of maize that swell when they are heated*” – [6: 1094]). Абсурдность данного произведения строится на антитезе: *hot summer day – froze to death* (замерзли до смерти в жаркий летний день); материальной аналогии: *mistook the popcorn for snow* (снег – белый и попкорн – белый). Для описания обстановки происходящих событий используются эпитеты: *big field of popcorn, hot summer day*; для несложного восприятия незамысловатого сюжета – простые грамматические формы: *planted, started, mistook, froze*. А совокупность этих средств создает комический эффект произведения и вводит слушателя/читателя в атмосферу юмора.

В современных лингвистических исследованиях отмечается, что *Tall Tales* отличаются не только гротеском и гиперболичностью, а также и грубостью описания комических ситуаций. Рассказчики ставили целью развлечь слушателей, используя любые темы для шуток, в частности, темы насилия, любые способы изображения в зависимости от представления действительности, отношения к жизни и фантазии [4: 208]. Так, в небылице “*Davy Crockett and the Frozen Dawn*” герой разогревает солнце с помощью “*a gush of hot oil*”, что является метафорическим описанием медвежьей крови: “*Soon a gush of hot oil burst out of the bear and it melted the ice*”. Главный персонаж совершил свой “подвиг” и далее рассказчик, чтобы разрядить обстановку событий вводит серию гротескных деталей – Дейви поджигает сигару от лучей солнца, скатывается по ним как с горы и даже уносит в кармане кусочек солнечного лучика, что в реальном мире, конечно же, невозможно: “*Davy gave the sun a good hard kick to get it started, and the sun’s heat unfroze the earth and started it spinning again. So*

*Davy lit his pipe on the sun, shouldered the bear, slid himself down the sun rays before they melted and took a bit of sunrise home in his pocket.” [7].*

Проведенное нами исследование позволяет сделать следующий вывод: американские *Tall Tales* – рассказы с преувеличениями, в современном литературоведении считаются “специфически американским” жанром фольклора, содержание которых отличается крайне абсурдным характером, особым чувством юмора. Тематика американских небылиц – разнообразна, полна комичных ситуаций. Анализ композиционной структуры американских небылиц показывает, что сам текст небылиц представляет форму правдивого повествования, наполненного дополнительными деталями из повседневной жизни рассказчика. Схема построения сюжета следующая: 1) для того чтобы создать атмосферу правдоподобных событий рассказ начинается с правдивых деталей; 2) последующие события развиваются в атмосфере абсурдности или отдалены от настоящей действительности; 3) наконец, рассказ достигает своей кульминации, а, в некоторых небылицах, разрешения проблемы. Смысловая структура небылиц актуализируется сквозь призму концептов СВОБОДА, АВАНТЮРИЗМ, ИЗОБРЕТАТЕЛЬНОСТЬ.

В силу своего сказочного построения сюжета небылицы могут бытовать как самостоятельно, так и в виде стилистической орнаментовки серьезных эпических произведений: волшебных сказок и былин, присоединяясь к ним в начале или в конце.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Литературная энциклопедия терминов и понятий/Под ред. М.Л.Гаспарова, С.И.Кормилова, А.Е.Махова и др. – М.: НПК “Интелван”, 2001. – 1595с.
2. Путилов Б.Н. Фольклор и народная культура; In memoriam. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2003. – 464с.
3. Царева Г.И. Америка. Северная и центральная. – М., 2004. – 568с.
4. Шонь О.Б. Дискурс гумору, іронії і сатири в американському жанрі “short story”/ Дискурс іноземно мовної комунікації: кол. Монографія. – Львів: Вид-во Львів.нац.ун-ту ім. І.Франка, 2001. – С.201-220.
5. Brown C.S. The Tall Tale in American Folklore and Literature. – The University of Tennessee Press: Knoxville, 1987. – 789p.
6. Macmillan English Dictionary For Advanced Learners. – Oxford, 2002. – 1692p.
7. Once there was a man ... American folklore = Однажды один человек ... : американский фольклор: (книга с параллельными текстами) / пер. с англ. А.Сергеева. – М.: Астрель: АСТ: Транзиткнига, 2005. – 382с.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Світлана Волкова** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладознавства Херсонського державного університету.

*Наукові інтереси:* когнітивна лінгвістика.

## **АДРЕСАНТ И АДРЕСАТ В СОБСТВЕННО АВТОРСКОМ ПОВЕСТВОВАНИИ (на матеріалі зачинів англійської короткої прози)**

**Маргарита ДАНИЛКО (Кировоград, Україна)**

*У статті розглядаються функції адресанта та адресата у власно авторському мовленні художнього тексту. Здійснено аналіз співвідношення між домінуючою композиційно-мовною формою та представленням і активністю адресанта та адресата в літературному творі.*

*The article deals with the roles of the addresser and the addressee in the author's narrative of a literary text. The analysis of the correlation between the dominating compositional form and the representation and activity of the addresser and the addressee in the literary text has been made.*

Собственно авторское повествование максимально приближено к реальной личности автора, но не является прямой трансляцией мыслей и чувств писателя. Речевая структура образа автора не сводима к мировоззрению художника так же, как не сводима личность реального писателя к образу автора в произведении.

Собственно авторское повествование – неотъемлемая составная часть текстовой категории «образ автора», организующей силы художественного произведения. Авторская речь представляет собой единственное материальное (вербальное) воплощение художественного образа автора, чувственная конкретность которого создается через организацию словесного ряда. Посредством своего слова автор объективирует себя как определенный речевой субъект, открыто заявляет о своем мировосприятии и

миропонимании, оценивает изображаемые события, комментирует поведение героев, выражает личное отношение к ним, непосредственно обращается к читателю, тем самым реализуя свою субъективную модальность.

В собственно авторском повествовании адресант-автор является всеведущим и вездесущим субъектом речи, своеобразным надлицом, несоизмеримым с действующими лицами литературного текста как фигура иного пространственно-временного плана, творец того мира, в котором существуют остальные персонажи произведения. Занимая особое место в художественной системе произведения, возвышаясь над созданным им художественным миром, находясь вне его, автор осмысливает «весь этот мир с более высоких и качественно иных позиций» [1: 138], и его точка зрения является доминирующей и определяющей все повествование. Для ее выражения в данном подтипе изложения нет никаких ограничений.

В отечественном и зарубежном языкознании различают и разграничивают две разновидности собственно авторского повествования: 1) изложение с эксплицитно выраженным авторским «я» («эпическое «я», «персонифицированный автор», «editorial omniscience») и 2) внешне объективное повествование со скрытым проявлением субъекта речи («нейтральное повествование», «скрытый автор», «neutral omniscience») [4; 5; 6; 7; 8; 9; 12; 13; 15; 16].

Как свидетельствует исследуемый материал, для зачинов англоязычной короткой прозы открытая заявленность авторского, эпического «я» не характерна, а если и имеет место, то не в начале произведения. Зафиксированные случаи употребления местоимения первого лица по отношению к персонифицированному автору не опровергают закономерность, а, скорее, как всякое исключение, подтверждают ее. Нивелировка субъекта речи в произведениях малой прозы вызвана предельной концентрацией информации при увеличении доли подтекстовой информации в рассказах, повышением в них удельного веса каждого слова, желанием избавиться от средств, разрыхляющих повествование, каковыми и являются эксплицитное «я» персонифицированного автора, его размышления и переживания, и связана со стремлением автора достичь иллюзии идентичности реальной действительности и ее художественно-образного воплощения в литературном произведении.

Почти полная элиминация «эпического я» автора приводит к тому, что авторская речевая партия характеризуется отсутствием разговорных элементов при явном доминировании книжного строя речи, нарочитой внешней нейтральности стиля, так что у реципиента текста создается впечатление реальности изображаемого. В исследованных зачинах с собственно авторским повествованием последнее ориентировано на нормы литературного языка. Эта подчеркнутая стилистическая нейтральность повествования не означает отсутствия активной авторской позиции, имплицитно проявляющейся в словесной ткани произведения искусства и определяющей все своеобразие исследуемого подтипа изложения.

Степень авторской активности в организации и построении изложения обусловлена доминирующей в зачине композиционно-речевой формой и развивается от наименее выраженной авторской точки зрения в повествовании, через отдельные сигналы ее проявления в описании, к открытому выявлению авторского мировосприятия в рассуждении.

Композиционно-речевая форма «повествование» является наиболее распространенной в зачинах анализируемых рассказов с собственно авторским речевым сегментом. Авторский повествовательный контекст играет основную роль в сюжетодвижении произведения, служит развитию художественного действия, является «событийным костяком» текста, характеризуясь при этом опосредованной репрезентацией адресанта-автора. Выдвигая на передний план объективное изложение событий автор становится «незримым». Тем не менее непредвзятость, отсутствие явной тенденции на самом деле иллюзорны, «скрываясь за событиями и персонажами, автор все равно творчески интерпретирует действительность» [2: 157], и его субъективное отношение «просвечивает» сквозь внешне объективное повествование. Всеведущий автор, излагая ход событий, находится вне сюжетного времени и пространства, на эпической дистанции от них. Эпическая удаленность создает видимость объективности повествования, позволяет автору оперировать ходом сюжета, исходя из собственной прагматичной установки, произвольно выбирая последовательность изложения событий, что и является косвенной характеристикой адресанта.

*Berry was the first to arrive, but soon afterward he saw Harley come out of the darkness, humming and coughing at the same time* [14: 363].

В анализируемом зачине остраненность речевого субъекта от хода событий изначально задана. Эксплицитно адресант никак не заявляет о своей точке зрения на изображаемое. Однако начало повествования «ex abrupto» (с уже развивающегося действия) стилистически значимо и объективирует активное участие авторов в изложении. Скрытый автор намеренно заостряет внимание на внешне сюжетном рисунке, «заманивая» читателя вглубь повествования. Позиция субъекта речи имплицитно проявляется и в определённом именовании действующих лиц в зачине, поскольку наименование всегда связано с тем, каким образом воспринимает именуемого познающий субъект, какую позицию принимает по отношению к данному лицу. Имя собственное, служа знаком постинформации в абсолютном начале произведения, представляет персонажей как хорошо известных автору. Что касается читателя-адресата, то для него данный абзац полон неизвестных величин: не ясно ни положения действующих лиц, ни их возраст, ни цель встречи, ни их взаимоотношения. Малая информативность интродуктивного абзаца задана дидактико-прагматической установкой автора, ибо «художественное творчество неточно в той мере, в какой это требуется для сотворчества читателя» [3: 197]. То, что речевой субъект оформляет и передает развитие сюжетной линии, поступки действующих лиц в определенной последовательности, есть способ его толкования изображаемого, это и раскрывает его возможный мир. Итак, сам отбор излагаемых фактов, субъективный выбор обозначения действующих лиц, способ интерпретации событий служит выявлению завуалированной авторской точки зрения в собственно авторском повествовании, разрушают иллюзию объективности изложения, вызывают с известной определённой представлением о субъекте, строят его образ.

Интенсивное использование композиционно-речевой формы «описание» в абсолютном начале англоязычных произведений является закономерным способом презентации основных содержательных универсалий литературного текста: человека, времени и пространства. Посредством своего видения воссоздаваемой картины автор знакомит читателя с персонажами, местом и временем действия, вовлекает адресата-читателя в вымышленный мир словесного произведения искусства. Описательный контекст всегда несёт в себе оценочный момент, оценка содержится повсюду, где происходит какое-бы то ни было соприкосновение субъекта познания с объективным миром. Аксиологическое утверждение, в свою очередь, имплицитно свидетельствует о включении речевого субъекта в повествование, а также апеллирует к оценке адресата-читателя, к его сотворчеству, так как ценностное отношение к познаваемому объекту и перспективам его развития является определяющим фактором мировосприятия человека.

Интродуктивные описания в собственно авторской речи с открыто заявленными эмоционально-оценочными словами несут информацию об адресанте, оценивающем лице, эксплицируя точку зрения скрытого автора на изображаемое.

*The room was hardly more than a garret. High up, at the very top of the building, there was nothing between it and the sky but a thin roof, and the walls were outside walls, exposed to every breath of air. There was one large window on the left, and through this could be seen the ugly chimney-pots and the glade roofs of other houses, stretching for ever, as far as the eye could reach, with no trees to break the monotony, and a ceaseless stream of smoke rising from the chimneys into the leaden sky* [11: 363].

Данный абзац, как и всякий инициальный описательный контекст, замедляет ход рассказа. Автор, передавая посредством своего восприятия обстановку художественного действия предполагаемому реципиенту текста, сознательно приостанавливает, «замораживает» ход времени, предоставляя тем самым возможность адресату хорошо взглянуть в изображаемые явление и предметы. При этом автор художественного описания не имеет ввиду перечислить все признаки предмета или местности. Он берет лишь те, которые поразили его воображение и дали ему цельное впечатление о предмете. Наличие в анализируемом абзаце эмоционально-оценочных (thin, large, ugly, ceaseless), модальных слов (hardly more) и глаголов восприятия (could be seen) служит средством авторизации высказывания, формирует образ оценивающего субъекта, выявляет его мир восприятия,

несет информативные сигналы о его концепте. Завуалированный автор, судя по оценке, просвечивающий через описательный контекст, явно не приемлет лишнего красота и чуждого самой человеческой природе места обитания своих персонажей. Имплицировано выраженная авторская антипатия к изображаемой действительности является свидетельством частного проявления идейно-эстетической концепции автора.

Одним из самых мощных средств передачи содержательно- концептуальной информации произведения является авторское рассуждение, композиционно-речевая форма, наиболее полно и открыто выражающая авторскую точку зрения. Рассуждение в собственно авторском повествовании есть «рупор авторских идей, не облеченных в образную форму, непосредственно выражающих его мировосприятие и в особенности ту сторону последнего, которая воплощена в концепте произведения» [4: 199].

Несмотря на то, что авторские рассуждения употребляются достаточно редко в исследуемых зачинах англоязычной короткой прозы, их значимость в формировании концепта очевидна.

*Children are unaccountable little creatures. Why should a small boy like Dicky, good as gold as a rule, sensitive, affectionate, obedient, and marvellously sensible for his age, have moods, when, without the slightest warning, he suddenly went "mad dog" as his sisters called it, and there was no doing anything with him?* [10: 155]

Авторское рассуждение в абсолютном начале произведения, раскрывая мировоззрение речевого субъекта-автора и типизируя факты художественной действительности, выполняет интегрирующую функцию для всего литературного текста. Ибо, во-первых, содержит эксплицитно заявленные сигналы концепта и, во-вторых, вся последующая содержательно-фактуальная информация коррелирует с интродукцией произведения, что предопределено отсутствием в авторском рассуждении временной соотнесенности с изображаемыми событиями, наличием эпической дистанции между автором и сюжетным действием, а также крайне обобщенным инициальным выражением авторской позиции.

Одним из характерных признаков данной композиционно-речевой формы в авторской речи является употребление ее в редуцированном виде. Так, наряду с четко вычленимыми в анализируемом рассуждении тезисом и его аргументацией, наблюдается отсутствие заключения – выводного суждения, что придает высказыванию диалогичность, активизирует внимание адресата-читателя, апеллирует к его сотворчеству, вывод предоставляется сделать самому читателю.

Непосредственный контакт автора и читателя, иллюзия беседы между ними создаются и за счёт оформления авторского рассуждения в риторический вопрос, основной конститутивной особенностью которого является установка на слушателя и на его ответ. С информационной точки зрения и редуцированная форма рассуждения, и риторический вопрос несут дополнительную эстетическую информацию, которая оказывает эмоциональное воздействие на читателя и заставляет его соразмышлять вместе с автором, эмоционально откликаться на изображаемое.

В собственно авторском повествовании адресант-автор наряду со своим образом создает образ адресата-читателя. Последний отличается меньшей степенью определенности и большей ограниченностью средств проявления по сравнению с автором. Материальным воплощением образа читателя в собственно авторском повествовании служит прономинальное включение адресата в литературный текст, составляющее эксплицитное ядро довольно расплывчатой категории «образ читателя». Прямая апелляция к читателю всегда функционально двойственна, поскольку, во-первых, служит проявлению авторского «я» во внешне объективном повествовании, и, во-вторых, позволяет адресату идентифицировать себя как получателя речи.

В авторской речи адресат текста, как правило, обозначается либо обобщающим отправителем и получателем речи местоимением первого лица, либо местоимением второго лица. Использование личного местоимения первого лица, интимизирует внешне объективное повествование, эксплицитно субъективную модальность автора, включает реципиента в художественный мир произведения. Вовлекая читателя в течение своей речи и мыслей, автор делает его своим единомышленником. Однако показательно следующее: в анализируемом



матеріалі випадки використання, об'єднуючого автора і читача, «we» не відрізняються високою частотою використання, що, ймовірно, обумовлено майже повною елімінацією епічного «я» автора в англійській короткій прозі ХХ століття.

Найбільш поширеним способом відкритого введення читача в художній текст є його ідентифікація місцевим ім'ям другого особи, багатозначним за своїм змістом, конкретизуючимся лише в даному мовному акті. Місцеве ім'я «you» використовується, по-перше, для звернення до персонажу-розмовника, по-друге, для символічного позначення автора і читача, тим самим визначаючи «любого» людину і фактично збігаючи за змістом з місцевим ім'ям «everyone», і, нарешті, в-третьє, для прямого звернення до читача. В аналізованому підтипі викладу місцеве ім'я «you» використовується, як правило, як еквівалент невідомого місцевим ім'ям «everyone», передбачаючи, крім автора і читача, нескінченний коло осіб. Відсутність жорсткої адресованості і здатність залучати в текст ще не ідентифікованих реципієнтів свідчить про крайнє розширення значення місцевого імені. Отже, даний випадок введення адресата в твір завжди відкритий, так як допускає включення неіменуваних осіб.

Прямий апеляційний звернення до «you-everyone», експлікуючи наявність адресата повідомлення, закладає основи діалогічності художнього твору, скорочує дистанцію між адресантом-автором і адресатом-читачем, імплікує достовірність, істинність оповіщення, оскільки «you» передбачає кожного людину, кожного з нас. Місцеве ім'я другого особи в значенні «everyone», як правило, застосовується при відтворенні місця дії, описі зовнішності персонажа, викладі його життєвої позиції. Використання «you» в описово-спостережливих картинах художнього твору сприяє більшій наочності зображуваного, допомагає читачеві увійти в описуваний художній світ твору.

*Rosemary Fell was not exactly beautiful. No, you couldn't have called her beautiful. Pretty? Well, if you took her to pieces... But why be so cruel as to take anyone to pieces? She was young, brilliant, extremely modern, exquisitely well dressed, amazingly well read in the newest of the new books, and her parties were the most delicious mixture of the really important people and ...artists-quaint creatures, discoveries of hers, some of them too terrifying for words, but others quite presentable and amusing [10: 120].*

Використання загального «you» в інтродуктивному абзаці розповіді К.Менсфілд «A cup of tea» постулює наявність розмовника, об'єднує автора і реципієнта художнього твору, створює видимість розмови між ними. Діалогізоване описання Розмари Фелл проникливо авторською оцінкою і, відкрито апелюючи до оцінки читача, залучає останнього до дискусії про зовнішність героїні, що викликає емоційну участь читача в описуваних подіях, активізує особисту його зацікавленість у долі персонажа.

Ілюзія становлення авторської точки зору в присутності читача виникає і в зв'язі з використанням риторических питань, відкрито звернених до читача-розмовника, імітують сумнів автора в ході бесіди. Використання звернень до «you – everyone», риторических питань, емоційно оцінних слів сприяє реалізації авторської модальності і, в кінцевому підсумку, концепта, так як служить аргументації авторської точки зору.

В досліджуваній частині поряд з використанням багатства позитивно-оцінних слів, що характеризують Розмари Фелл, імпліцитно задана негативна авторська оцінка героїні, яка посилюється і підкріплюється вкрапленнями неособисто-прямої мови і лінгвістическими засобами діалогізації викладу. В результаті ретельного аналізу даного абзацу і виявлення істинної авторської позиції, Розмари Фелл постає як тщеславна егоїстка, прагнуча бути завжди в центрі уваги, презирливо відносячись до людей не свого кола. Ініціална імпліцитна характеристика героїні передбачає наступне проявлення жорстокості і жорстокості Розмари по відношенню до бідної дівчинки, випадково зустрівленої нею на вулиці. Отже, в абсолютному початку розповіді містяться закладені автором перспективні елементи, що дозволяють читачеві

прогнозувати як дальнєше поведєнє данного персонажа, так и розвитку идейно-естетической концепции автора.

Наряду с контактоустанавливающей функцией, экспликацией адресанта-автора и его модальности, употребление обобщающего местоимения второго лица несёт информацию о совпадении точек зрения адресанта и адресата литературного произведения в собственно авторском повествовании. Всеведение скрытого автора в данном подтипе изложения и его пространственно-временная вневидимость и удаленность от хода сюжета, с одной стороны, обуславливают полное доверие читателя авторскому воспроизведению действительности, гарантируют общность позиций автора и читателя, что вербально выражается обобщённым «you», и, с другой стороны, прямо определяют уровень читательской осведомленности, ограниченной знаниями автора.

Поскольку образ автора и образ читателя тесно связаны, переплетены и взаимообусловлены в художественном тексте, постольку конкретный тип адресанта литературного произведения, его позиция (внутренняя или внешняя) по отношению к изображаемому, моделируют соответствующего ему адресата. В собственно авторском повествовании имплицитный всезнающий автор способствует появлению наиболее обобщенного типа адресата неконкретного, «любого», реципиента текста.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 383 с.
2. Долинин К.А. Интерпретация текста. – М.: Просвещение, 1985. – 282 с.
3. Лихачев Д.С. Литература–реальность–литература. – Л.: Сов.писатель, Ленинградс. отд-ие, 1981– 214 с.
4. Кухаренко В.А. Интерпретация текста. – Одесса: Латстар, 2002. – 292 с.
5. Одинцов В.В. Стилистика текста. – М.: Наука, 1980. – 262 с.
6. Пономарів О.Д. Стилїстика сучасної української мови. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – 248 с.
7. Томашевский Б.В. Стилистика. – Л.: Изд-во Ленинградс. Ун-та, 1983. – 283 с.
8. Єфімов Л.П., Ясінецька О.А. Стилїстика англійської мови і дискурсивний аналіз. Учебно-методичний посібник. – Винниця: НОВА КНИГА, 2004. – 240 с.
9. Friedman N. Point of View in Fiction the Development of a Critical Concept// Theory of the Novel. Ed. by Ph.Stevick. – New York: The Free Press, 1967– P.108-137.
10. Maugham W.S. Rain and Other Short Stories. – Moscow: Progress Publishers, 1977. – 373 p.
11. Modern American Short Stories. – Moscow: Foreign languages Publishing House, 1960. – 515 p.
12. Romberg B. Studies in the Narrative Technique of the First Person Novel. – Stockholm Almqvist & Wiksel, 1962. – 369 p.
13. Short M. Exploring the Language of Poems, Plays and Prose. – Longman, 1996. – 399 p.
14. Updike John. Pigeon Feathers and Other Stories. – Greenwich, Conn: Fawcett Publications, Inc., 1978. – 189 p.
15. Verdonk P. Stylistics. – Oxford: Oxford University Press, 2003. – 124 p.
16. Widdowson H.G. Practical Stylistics. – Oxford: Oxford University Press, 1992. – 230 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Маргарита Данілко** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладу та загального мовознавства Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* сучасні тенденції у стилістиці, лінгвістиці тексту, інтерпретації тексту, перекладознавстві.

## СЕМАНТИЧНИЙ ПРОСТІР ЛЕКСЕМИ „ЛІС” У ТВОРАХ ОЛЬГИ КОБИЛЯНСЬКОЇ

**Олена КАРДАЩУК (Чернівці, Україна)**

*Проаналізовано реалізацію семантичної структури лексеми „ліс” у творах О.Кобиллянської. Вивчення інтерпретації образу лісу дозволяє визначити його функціонування в різноманітних контекстах. Ці структури відбивають художнє бачення О.Кобиллянської, її розуміння моделі світобудови, семантично наповнюючи лексему „ліс” новими конотаціями.*

*Realization of semantic structure of the lexeme „forest” in the novels by O.Kobylyanska is analyzed. The study of interpretations of the image of forest allows to define its functioning in various contexts. These structures remove artistic vision of O.Kobylyanska, her understanding of the model of the universe, enriching the semantics of the lexeme „forest” with new connotations.*

В українському мовознавстві на сучасному етапі широко розгорнулися когнітивні дослідження, у яких з'ясовується, як світ (навколишня дійсність) відбивається у мові. Цей образ світу, засвідчений мовою, відповідає поняттю „мовна картина світу”, тобто спосіб відбиття реальності у свідомості людини, що полягає у сприйнятті цієї реальності крізь призму мовних та культурно-національних особливостей, притаманних певному мовному колективу тощо [8: 87]. Ціла низка українських вчених вивчає художні концепти

(В. Кононенко, Н. Сологуб, М. Скаб, К. Голобородько, О. Кардашук, М. Свердан та ін.); розвивають певні теоретичні положення когнітивної лінгвістики (співвідношення концептуальної та мовної картин світу тощо) – О. Селіванова, В. Іващенко; вивчають мовні концепти в етнологічному аспекті В. Жайворонок, та ін.; концепти сакральної сфери – М. Скаб.

Отже, дослідники розрізняють концептуальну і мовну картини світу, відносячи до першої сукупність знань про світ, а до другої – означування основних елементів концептуальної картини світу та експлікацію її засобами мови [7: 122]. До цілісних картин світу, безумовно, належить і художня, що являє собою картину суб'єктивних світів, а в поєднанні з міфологією та філософією має здатність досягти певної адекватності світорозуміння. Художня мовна картина світу, відбиваючи набуті традиції художнього пізнання дійсності й сучасні творчі пошуки в мистецтві, виразно демонструє естетичний напрямок розвитку мови в цілому. Для неї світу характерне наповнення символами, зокрема національними, трансформованими народними образами, авторськими актуалізаціями й естетичними оцінками відтворюваних явищ. При цьому беремо до уваги також позатекстові чинники, передусім контекст культури, а також соціальні параметри функціонування поезії та характер читацького її сприйняття.

У сучасному українському мовознавстві створено школу лінгвістичного аналізу художнього тексту. Це праці С. Єрмоленко, Л. Пустовіт, М. Сологуб, Л. Ставицької, Ю. Лазебника, А. Мойсієнка та ін. Проте на сьогодні ще мало досліджень, присвячених ідіостилу українських письменників. В умовах незалежності України поглибився інтерес не лише до штучно вилучених із мовно-літературного процесу письменників, а й до знаних, хрестоматійних, творчість яких в наш час можна досліджувати глибше, вільніше, без ідеологічного тиску, під кутом їхнього світобачення та естетичного кредо. Великий інтерес у цьому плані становить творчість Ольги Кобилянської.

У кожного митця традиційно виділяють твір, який є своєрідною „візиткою” автора. З цим твором асоціюються ідейно-естетичні пошуки письменника, в ньому найбільш яскраво реалізуються можливості творчого методу автора і найсильніші сторони його обдарування. У творчості Ольги Кобилянської такий твір – повість „Земля”, крім нього, ми долучили до аналізу низку новел („Битва”, „Віщуни”, „Природа”, „Час”, „Жебрачка”), нарис „Осіню” та повість „У неділю рано зілля копала”.

Стаття продовжує низку праць присвячених концептуальному аналізу ключових слів у творчості знаної Буковинської письменниці. Нами поставлено **за мету** з'ясувати семантичний простір лексеми „ліс” у творах Ольги Кобилянської.

Найближче знайомство з письменником дають його щоденники та автобіографії. Для Ольги Кобилянської щоденник був розрадою, втіхою і смутком. Вона вела його впродовж восьми років своєї юності – з 1 листопада 1883 до 19 квітня 1891 року. У своїх записах не раз зізнається, що дуже любить природу, відчуває всі її відтінки й порухи, часто ходить до лісу і він є її натхненням у написанні творів. Із щоденникових записів, бачимо, що ліс був для Ольги Кобилянської: 1) **пошуком самої себе** : „... а я – знайти захисток у їхніх обіймах, як знаходжу його в зеленому, в рочистому лісі, що так ніжно шелестить до мене, оберігає казки про богів і своєю мовою нашіптує схвильованій душі слова розради... О чарівний лісе!” [5: 67]; 2) **половиною, парою**: „ ... Ліс, місяць, смереки – ось хто моя пара. Я не хочу силувати себе до спокою, бо це не життя. Як можна жити, коли ти не горши?... Хоч би мені довелось до крові битися чолом об кожну ялину, я однаково хотітиму в ліс...” [5: 35]; 3) **витвором Всевишнього**: „ Цей витвір Всевишнього підносив мені душу, я була сама серед священної самоти. Господи, чи Ти є, чи Тебе нема? Якби я могла затримати в своїй душі цю хвилину, в яку пишу ці слова! Але ні, це неможливо...” [5: 144]; 4) **дзеркалом душі**: „ Природа часто буває дзеркалом душі...” [5: 317]. Натомість в „Автобіографії” знаходимо таке сприйняття лісу: 1) **стимул для творчості**: „Сама моя фантазія диктувала мені на папір повісті, новели і стихи. Я ж не знала ще тоді що треба звертатися з сюжетом до живого життя, я була несвідомим, молодим, диким романтиком, замкненим, так сказати б, в лісах і горах, з очима, зверненими в гуцавину лісу. А той ліс... скільки б і кликала до нього молода груди живим тужливим голосом за життям – він мовчав і заодно шумів ” [5: 328];

2) **душевна сила**: „А що воліла бути самотною, чим у товаристві, що не могло мене вдоволити, я робила довгогодинні проходи серед природи, де набирала сили й розкошувала на шпильях гір між широкораменними соснами, вслухаючись в їх шум ” [5: 302]; 3) **творче натхнення**: „З одної з таких дальних прогулок привезла з собою з великого лісу здобуток, а це – „Битву”, котру бачила я власними очима, перебувши більше, як день, у лісах і де мала нагоду бачити боротьбу робітників з столітніми великанами, соснами та смереками” [5: 321].

Отже, ліс завжди хвилював Ольгу Кобилянську. Він став одним з головних „персонажів” у багатьох творах письменниці. Аналіз слововживань лексеми „ліс”, трансформацій її семантичної структури, образне навантаження тощо дозволило визначити її як ключове слово. Термін „ключові слова” давно використовується в науковій літературі. Використовують також й інші назви для позначення цього поняття: слова-скріпи, лейтмотивні слова (В. Адмоні, Г. Сільман, С. Бочарок, Н. Кожевникова), тематичні слова (Д. Малявін), опорні ключові метафоричні словоформи (Т. Матвєєва), концептуальні слова (В. Петровський), ключові слова (Л. Зубова, В.А. Кухаренко), слова-символи (М. Гіршман, Д. Малявін, Н. Сологуб). Майже у всіх визначеннях ключових слів, що стосуються аналізу та сприйняття художнього тексту, йдеться про контекстуальне прирощення смислу, про виникнення естетичного значення в ключових словах у порівнянні із звичайним словом, про суб'єктивну модальність, підкреслюється зв'язок ключового слова із специфікою індивідуального стилю письменника.

Семантичний простір слова визначається як сукупність його значень, що функціонують у мові й мовленні та реалізуються в усіх напрямках розгортання його семантики.

Семантичний простір певного слова не існує як явище саме по собі, а є частиною системи, аналіз же семантичного простору окремого слова може дати уявлення й про певний фрагмент лексико-семантичної системи в цілому, якщо його розглядати у співвіднесеності із семантичними просторами інших слів, які мають стосунок до аналізованого [7: 56]. Парадигматичний вимір слова звичайно виявляється у словниковій статті, де певним чином зафіксована семантична структура слова. Найбільші зміни в семантиці слова відбуваються в художньому тексті, тобто значення слів часто характеризуються багатшою семантикою, можуть супроводжуватися семантичною конденсацією, дифузністю тощо [6: 122], і саме це дозволяє з'ясувати механізми формування та реалізації авторських картин світу.

Таким чином, семантичний простір слова - це вся сукупність його значень, що функціонують у мові й мовленні та реалізуються в усіх напрямках розгортання його семантики.

Уведення в обіг такого способу моделювання лексичної семантики як семантичний простір слова, на нашу думку, є актуальним, тому що останнім часом велику увагу приділяють мікролінгвістичним дослідженням [7: 16]. Використання поняття семантичного простору слова, як ми вважаємо, дозволить змоделювати повну картину функціонування семантики слова у мові, а зведений опис семантичних просторів усіх слів мови міг би бути одним з варіантів опису функціонування лексико-семантичної системи мови загалом.

У творах Ольги Кобилянської нами з'ясовано семантичний простір лексеми „ліс”, семантичну структуру якої визначаємо на підставі розгляду словникової дефініції (У Словнику зафіксовано 2 значення). У повісті О.Кобилянської „Земля” поняття „ліс” представлено такими словосполученнями: „великий ліс”, „сусідній ліс”, „малий ліс”. „**Великий ліс**” у творі О.Кобилянської – це: 1) той, що творить зелений мур: „... і якби не той великий ліс, що тягнеться по західній стороні села і творить зелений мур поперек широкої площини, щоб обмежити її розмах”[4:6]; 2) той, що є панським лісом: „Ліс панський. Власність приватна.”[4: 6]; 3) старий величезний, що стоїть біля села як велетенський мур: „Мала хатина, що стояла посередині малого садка, була стара й похила, і здавалося, що по кожній сильній тучі щораз більше похиялася в сторону лісу.” [4: 84]; 4) що був поважним і стурбованим: „Великий ліс, що задержався коло села, виглядав поважно і стурбовано, і лиш десь-не-десь дрижало замираюче пожовкле листя на чорному гіллі, зазеленілась якась витривала рослинка на землі, зрештою лежали лиш грубі верстви обпалого листя у пнях дерев і панувала тиша...” [4: 94]. „**Сусідній ліс**” у повісті виступає

самостійною, активно діючою особою. Письменниця змушує нас звернути увагу на те, що ця „дійова особа” втілює певну чужу, ворожу людям силу. „Надвечір, – пише О.Кобилянська, – загубилась десь мряка і густий дощ спустився на землю. Сусідній лісок, що визвірювався неухванно на рівнину села своїми темними очима, закутався в миготливу темряву і ждав” [4: 103]. Протягом всієї повісті, аж до трагічної загибелі Михайла й не менш трагічної моральної смерті Сави, ліс „чигає” на людей, „манить”, „притягує” їх до себе, „слідкує” за ними й постійно „жде”, „чекає”, „вичікує” чогось. І лише після того як непоправне сталося, як гріх братовбивства був доведений, ліс перестає „ждати”, „чигати”, „ліс лежав замкнений у собі, вдоволений.” [4: 212] Отже, ліс винен у злочині братовбивства! Це він, ліс, увесь час мав до себе людей (згадаймо Анну, яка панічно боялася його притягальної страшної сили), доки не заманив Саву, не „виговорив” йому всього, що зробило злочин можливим, щоб, врешті, вдоволюватися своєю перемогою над людиною. У повісті „У неділю рано зілля копала” це такі значення – „жива істота”, „порятунок від смерті”, „сховище злих духів”, „вимір самотності”, „той, кому можна довірити таємниці”; у новелі „Битва” – „територія, заросла деревами”, „жива істота”; у новелі „Віщуни” – „костьол”, „сене життя”, „рай”, „місце, у якому людина є паном в убогій одежі, але з чистою душею”, „той, що передчуває смерть”; у новелі „Природа” – „місце душевного відпочинку”; у нарисі „Осінь” – „краса природи”; у новелі „Час” – „спомин за минулим”; у новелі „Жебрачка” – „живий організм”.

Досліджуючи художній простір творів Ольги Кобилянської „Земля”, „У неділю рано зілля копала”, „Битва”, „Віщуни”, „Природа”, „Осінь”, „Час”, „Жебрачка”, ми визначали основні просторові характеристики цих творів (місце дії та його зміни, тип простору), а також функцію концептуальної просторової лексеми „ліс”. У повісті „Земля” концептуальна лексема „ліс” представлена кількома номінаціями: „великий ліс”, „панський ліс”, „сусідній ліс”, просторову семантику повісті утворює образно-асоціативна парадигма: земля-поле(лан) – місто; ліс – великий ліс – маленький лісок – „сусідній” ліс; дорога, бурдей „доля”, „багатство”, „життя”, „злочин”, „смерть”, „велика радість”, „великий смуток”, „праця”, „каяття”. Тобто, у коло образів художнього простору входять слова, що позначають абстрактні поняття і конденсують знання про світ. У просторі повісті „У неділю рано зілля копала” ліс є місцем, в якому перехрещуються всі важливі події і при цьому він займає чітко окреслене місце – під горою Чабаницею. Художній простір новели „Битва” обмежений певними рамками – це смерековий ліс у Карпатах. Зміни ж лісу („праліс” – зрубані смереки – залишені пні) визначають динаміку простору цього твору. Художній простір новели „Віщуни” – контраст білого і чорного кольорів, що є домінантою сюжету і визначає перебіг лісу. У новелі „Природа” художній простір побудований на ідеї протиставлення міста лісу, при чому місто визначається як „долина”, а ліс знаходиться на горі. У нарисі „Осінь” лексема „ліс” формує художній простір твору на основі синтезу зорових та слухових образів, а в новелі „Час” виступає обрамленням та реалізується у символічному значенні „простір того, що існує в пам’яті”. Художній простір новели „Жебрачка” розділений на вимірний (кімната та сто кроків від неї) та фоновий, яким є ліс.

Отже, лексема „ліс” у досліджуваних творах реалізує різноманіття потенційних і вірогідних значень, що пов’язано насамперед із сприйняттям лісу Ольгою Кобилянською, який для неї був джерелом натхнення, розради, любов до якого вона зберегла на все життя („Щоденник”, „Автобіографія”).

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Голобородько К.Ю. Лінгвістичний статус концепту // Культура народів Причорномор’я. – Симферополь, 2002. – №32. – С.27-30.
2. Кардашук О., Кульбабська О. Концепт каяття в повісті Ольги Кобилянської „Земля” // Наукова спадщина професора Семчинського і сучасна філологія: Зб.наук.праць: У 2-х ч. – К.: Київський університет, 2001. – С.135–140.
3. Кардашук О.В., Душак Л.В. Реалізація семантичної структури лексеми „ліс” у творі О.Кобилянської „Земля” // Матеріали Всеукр. Наук.-практ. конф. „Мовна комунікація і сучасні технології у форматі різнорівневих систем”. – Горлівка: Вид-во ГДПІМ, 2009. – Вип.17. – С.101-105.
4. Кобилянська Ольга. Твори в 2-х томах. –Т.ІІ. – К.: Вид. Худож. Літ. „Дніпро”,1980. – 597 с.
5. Кобилянська Ольга. Слова зворушливого серця: Щоденники; Автобіографії; Листи; Статті та спогади / Упоряд., передм. Ф.П.Погребенника. – К.: Дніпро, 1982. –359 с.
6. Лисиченко Л. Лексико-семантична система української мови. Харків. Харківський державний педагогічний університет ім. Г.С. Сковороди. – Х. – 1997. – 129 с.

7. Скаб М.В. Закономірності концептуальної та мовної категоризації сакральної сфери. – Чернівці: Рута, 2008. – 560 с.

8. Штерн І. Вибрані топіки та лексики сучасної лінгвістики: Енциклопедичний словник для фахівців з теоретичних гуманітарних дисциплін та гуманітарної інформатики– К.: Арт Ек, 1998. – с. 87.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Олена Кардашук – кандидат філологічних наук, доцент кафедри сучасної української мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Наукові інтереси: семантика.

## ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ЛИНГВОПОЭТИКИ

Наталья КОЛЕСНИЧЕНКО (Одесса, Украина)

У роботі наводиться аналітичний опис історичного шляху становлення термінологічних і функціональних характеристики поняття 'поетика', ключових культурологічних, лінгвістичних та семіотичних інтерпретацій гендерних тенденцій оформлення поетики художніх текстів різного соціального і естетичного спрямування. Підтверджується формування прийомів і естетики гендерної і, зокрема, феміністської поетики, а також виникнення нового, гіноцентричного (феміністського) підходу до вивчення поетики в цілому.

The work presents an analytical description of the historical process of forming terminological and functional characteristics of the concept "poetics" and the key culturological, linguistic and semantic interpretations of genderic tendencies of forming the poetics of the belles-lettres texts with various social and aesthetic trends. There is also corroborated in it the formation of methods and aesthetics of the genderic and, in particular, feminist poetics, as well as the origin of the modern gynae-centric (i.e. feminist) method of approach to the study of the poetics as a whole.

При том, что терминология каждой науки стремится уйти от полисемии термина и создать одно/однозначные соответствия между научным понятием (явлением, феноменом, фактом) и его словесным обозначением, многие термины, к сожалению, не соответствуют этой тенденции: часть из них теряет свою узко-специфическую привязанность к определённой научной сфере и входит в общеязыковой узус для означивания более широкого круга фактов/ситуаций, часть обрастает синонимами, нередко метафоризованными. С терминопонятием «поэтика» случилось и одно, и другое, и даже третье. С античных времён, в отличие прочих наук, *поэтика* не имеет названия для лица, ею занимающегося, и не имеет своего словообразовательного гнезда, потому что *поэт* и *поэтический* принадлежат этимологически родственной – *поэзии*: оба термина восходят к греч. *polein* – создавать [36: 508]. В латыни они различались грамматическим родом: *poetica*, -ae – женского рода – поэтика; *poetica*, -orum – среднего рода – поэзия, стихи [31: 779]. Представители самых разных направлений древнегреческой и древнеримской науки обращались к поэтике, главным образом, как к учению о закономерностях текста как такового и хотя *Ars Poetica*, небольшой трактат великого римского поэта Горация (65 г. до н/э – 8 г. н/э), ставший теоретической основой классицизма, был посвящён только закономерностям стихосложения, *Poetics* – *Поэтика* – «отца всех наук» Аристотеля (384 – 322 гг. до н/э) анализирует и поэзию, и драму, и эпос.

В Средние Века, в эпоху Возрождения и Классицизма поэтика приобрела выражено нормирующий характер, указывая способы построения произведения. Сегодня она рассматривается как «наука о структурных формах художественных произведений и исторических законах изменения этих форм под влиянием нового содержания» [32: 221], «включённая в круг семиотических наук через лингвистические факторы, в первую очередь, поэтическую функцию языка» [35: 417].

Идея поэтической функции языка была впервые упомянута в 1929 г. в «Тезисах Пражского лингвистического кружка», где она, наряду с функцией общения, выдвигалась как одна из двух основных функций речевой деятельности. Не меняя в принципе её трактовки и сохраняя за ней значение «материальной стороны художественного текста», Роман Якобсон, тридцать лет спустя закрывая ставший знаменитым по составу участников и плодотворности дискуссий международный съезд лингвистов в Бостоне, в заключительном докладе развил положения своих единомышленников по Пражской школе и положения французской школы А. Мартине, выделив 6 функций языка как функциональной системы: коммуникативную (референтивную, когнитивную), экспрессивную (эмотивную), конативную (понимания, усвоения), фатическую (контактоустанавливающую),

метаязыковую и поэтическую (структурирующую сообщение, представляющую его форму) [10].

Помимо этимологической амбивалентности и словообразовательной недостаточности, нечёткость термину, *поэтика*, как и многим обозначениям других наук, сообщает его употребление в двух смыслах – широком и узком. В первом случае можно говорить об *общей*, во втором – о *частной поэтике*.

Поскольку объектом общей поэтики является художественный текст, во всём многообразии его порождения и функционирования, естественно стирание граней между поэтикой, с одной стороны, и *риторикой* – «наукой о способах построения художественной выразительной речи» [35: 416]; *стилистикой*, изучающей «универсальные приёмы языкового построения произведений литературы» [там же: 492], декодирующей лингво- и литературоведческие замыслы автора [1: 5]; *герменевтикой* (интерпретацией) – наукой, «направленной на толкование глубинного смысла текстов через их структуру, семиотическую природу языка, изучение исторических, философских и пр. данных, связанных с конкретным типом литературного произведения» [34: 81], *лингвистикой текста*, «изучающей семиотическую, структурно-грамматическую, семантико-смысловую, коммуникативно-прагматическую организацию текста (...), а также процессы порождения, понимания и интерпретации текстов в семиотическом универсуме культуры» [там же: 283 - 284], с другой.

Самой молодой из этих смежных и в разных своих аспектах накладывающихся друг на друга филологических наук является лингвистика текста. Термин был впервые употреблён Э. Косериу в 50-х годах, во время бурных дебатов, связанных с развитием дескриптивной (структурной) лингвистики. Необходимость выхода за рамки поуровневого анализа единиц, составляющих текст (речь), отмечали многие лингвисты: «Традиционная лингвистика делила свой предмет примерно следующим образом: фонетика (фонология) занималась звуками, морфология – морфемами, семантика – словами, синтаксис – простыми и сложными предложениями. Что касается текстов, то ими занималась стилистика (...). Однако очевидно, что элементы нельзя рассматривать как «данное». Напротив, лингвист должен вывести их в результате сегментации и анализа (...), т. е. отталкиваться от текста (...). Если прав Декарт, рассматривающий анализ и синтез как два аспекта одного и того же метода, то тексты должны быть признаны альфой и омегой лингвистического анализа» [3: 370 - 371].

Примерно в это же время Р. Барт тоже установил различия между текстом, имеющим нижнюю границу («минимальный текст в две морфемы» у Вайнриха), и текстом, имеющим верхнюю границы, обозначив их как *произведение* и *текст*. Первый объект представляет интерес для «классического», второй – «авангардного» анализа, «ибо первый пространственно ограничен, второй – всегда интертекст, связанный со всей предыдущей культурой» [2: 496-497].

Оппозиция *текст vs произведение* возвела *текст* в общесемиотическое понятие и сделала возможным его употребление не только в языковой (речевой), но и в других сферах культуры и бытия. «Отцы» современной филологии, начиная с А.А. Потебни, А.И. Пешковского, Л.В. Щербы, В.М. Жирмунского, Б.М. Эйхенбаума, В.Б. Шкловского, включая будущих пражцев, заложили основы широкого филологического подхода к анализу художественного текста, настаивая на неразрывном единстве его формы и содержания, на необходимости поисков его эстетического воздействия в особенностях организации его словесной сущности. Оптимальным термином для науки, объединяющей лингво- и литературоведческие методы и цели анализа, стала *лингвопоэтика*: «Поскольку материалом [художественного произведения] является слово, постольку в основу систематизации поэтики должна быть положена классификация языка, которую даст нам лингвистика», написал в 1919 г. В. М. Жирмунский [5: 28]. Ср.: «*Лингвопоэтика* – это наука, направленная на анализ художественного текста как целостности содержания и формы – совокупности художественных средств, реализующих концепцию автора» [7: 89].

Обратимся к некоторым новым/пересмотренным положениям, вошедшим в лингвопоэтику в последние полтора-два десятилетия. В наибольшей степени они касаются проблемы адресанта и адресата текста. В первом случае предлагается раздельно

рассматривать сообщения от собственно автора (скриптора – «того, кто пишет», в терминологии Р. Барта [2: 121]), от замещающего его вымышленного нарратора, и от персонажа, ибо каждый из них представляет свой индивидуально концептуализованный мир и, соответственно, его отдельную языковую репрезентацию.

Практически все французские постструктуралисты в своих работах последних десятилетий XX в. настаивают на множественности, не-конечности интерпретаций одного и того же текста, на установлении каждым интерпретатором «новых связей между человеком и миром» [8: 127], «добавлении к тексту ещё чего-то», ибо «именно в интерпретационном диалоге [читателя и текста] мы сталкиваемся с воплощённой [в словах] множественностью текста» [2: 58].

Исследуя реакции читателей разного возраста и пола немецко- и англоязычной литературы XIX–XX вв., учёные разработали несколько типов моделей чтения с учётом гендерного фактора. Основная из них может быть сведена к противопоставлению «мужского» чтения – рационалистического, отстраненного, с превалированием эстетического аспекта, «женского» – эмоционального, идентифицирующему себя с текстом, с превалированием этического аспекта [18]. Альтернативные концептуализации мира имеют место в пределах одного языка: различие концептуальных систем градуировано от *тотального*, через *радикальное* и, далее, *небольшое*, к *незначительно* малому [21: 399]. Мужская и женская концептуальные системы, даже в пределах одного языка, одной эпохи и культуры, тоже различны, ибо каждый пол актуализирует «свои», иные от противоположного, параметры/признаки эпизода [9: 215-218].

С развитием феминистской филологии в теорию и практику анализа художественного текста активно включились и гендерологи, которые в области поэтики обращают внимание на эксплицитное или имплицитное (но обязательно присутствующее) противопоставление мужских и женских персонажей архетипических сюжетов: главный герой (даже лежащий на печи) и удачлив, и ловок, и умен, и смел, а героиня – страдалница, которую надо вызволить, пассивная и терпеливая. Био-социо-психологические факторы, обеспечивающие различия мужского и женского поведения, в том числе речевого, несомненно проявляются и на уровне когниции – в восприятии окружающего мира и точке зрения на него. «Женская логика» издавна стала синонимом «отсутствующей логики», ещё раз подтверждая андроцентричность как норму организации общества.

Гендерная лингвопоэтика развивается в двух основных направлениях 1) история женской литературы и женского письма; 2) теория и методология его анализа. Гендерные литературные историки занимаются извлечением из небытия женских имён, весьма скромно отмеченных публикациями в XVIII–XIX вв. Это литературно-историографические труды, восстанавливающие общекультурный контекст соответствующей эпохи и знакомящие читателя с доселе неизвестными или малоизвестными фактами развития культуры родной страны [28; 29].

Второе направление гендерной лингвопоэтики (гинокритики) занимается проблемами анализа мужского/женского стилей письма и выявлением характеристик каждого. При том, что общее мнение склоняется в пользу существенной разницы между мужским/женским письмом, обусловленной разными подходами к концептуализации картины мира [26; 27], имеют место и утверждения о гендерной нейтральности литературы, ибо «писатель – это андрогин, который не должен проявлять свой пол» [14: 87], что хорошо демонстрирует знаменитая фраза Флобера «*Madame Bovary, c'est moi*».

Гиноцентрический (феминистский) подход к чтению и интерпретации текста определяется двумя основными факторами. Это: 1) исходная феминистская позиция, усматривающая в тексте прежде всего проявление поло-ролевого взаимодействия мужчины и женщины с доминированием/властью первого над второй [24]; 2) полная зависимость интерпретации, т.е. понимания и толкования читаемого от контекста, представляющего социально-исторический, морально-этический, религиозно-идеологический и пр. фон рецепции текста. Эта позиция, по сути, основывается не на том, что автор *вписал* в текст, а на том, что адресат *вчитал* в него и смыкается с деконструктивистским (постмодернистским) направлением риторико-стилистического анализа, исходящего из формулы «сколько



читателей – столько текстов», в связи с чем, считают его сторонники, «единый, закреплённый за текстом смысл является заблуждением, и любой канон интерпретации лишён основания» [25: 240-242].

Хотя гендерные исследования ассоциируются преимущественно с «женской» тематикой и феминизмом, на протяжении последнего десятилетия появились статьи и монографии о маскулинности и об эволюции понятия «мужское». Сначала «мужское» выступало в качестве синонима «власти», однако, как полагают гендерные психоаналитики, приход модернизма и смена литературных парадигм XIX–XX вв. вызвали к жизни иной взгляд на «мужское»: если мужчины-писатели XIX в. видели в женщине только «объект» – музу, возлюбленную, жену, мать, в XX в. они обнаружили её как коллегу, тоже пишущую, т.е. субъект, не только лишаящий их векового монопольного права, но и вводящий в подсознание (по Фрейд) «комплекс кастрации», который, в свою очередь, вызвал чувство беспомощности перед проблемами конца века *fin de siècle* [15: 146-149].

В 90-х гг., в противовес феминизму, возникает маскулинизм – мужское движение, отстаивающее, в частности, права разведенных отцов и мужчин, занимающихся домом и детьми (*male home-makers*), которое в американских СМИ называют «новой войной за самоопределение». В 2003 г. в апреле состоялась научная конференция в Москве – «Мужское в традиционном и современном обществе», а в июне – в США – *Masculinities in Russia* [6: 431-435]. И в докладах, и в публикациях маскулинность рассматривается с исторической, социальной, идеологической, сексуальной точек зрения и называется одной из ведущих проблем человековедения XXI в.. Можно сказать, что движение маскулинизма вписалось в одно из ведущих представлений классической науки – о бинарных оппозициях, подтверждая своим появлением и развитием универсальность принципа дихотомии.

Однако, феминистки резко выступают именно против тоталитаризма этого постулата, ибо равенства мужское:женское не существует. В своём требовании его пересмотреть, т.е. разрушить и перестроить, они смыкаются с деконструктивистской философией постмодернизма, «отрицающего эпистемологические догматы, выработанные Просвещением, о возможности постижения истины при помощи логических процедур» [12: 242], и к терминам *постмодернизм*, *постструктурализм* легко присоединился *постфеминизм*, т.е. феминизм конца 80-х – 90-х гг. Ср.: «Постмодернистский, деконструктивистский подход феминизма третьей волны (постфеминизма) базируется на отрицании (деконструкции) бинарной оппозиции, мужское/женское и связанной с ней иерархией полов» [30: 84]. Методологические основы постструктурализма в значительной степени заложил Ж. Деррида, который настаивал: «философия должна научиться мыслить отсутствующее», ибо настоящее – это промежуток, разрыв между прошлым и будущим, и текст не следует воспринимать как фиксированную речь. «Задача философии – его деконструкция, т. е. построение глубинных смыслов, обнаружение возможных ассоциаций, отсылок, коннотаций, всегда индивидуальных, ибо единого фиксированного смысла, единой интерпретации нет. Нет, следовательно, и единого языка с фиксированными значениями своих составляющих <...> и того единства норм и ценностей, которое традиционное мышление называет культурой. <...> Речь идёт о новом, не приемлющем статики и однозначных определений, взгляде на мир» [4: 176-177], чего требуют и феминистки.

Раньше других, теория и практика феминистской поэтики начала развиваться во Франции, что непосредственно связано с влиянием философии и методологии двух выдающихся теоретиков XX в. Мишеля Фуко (1926-1984), разработавшего историческую эпистемологию – учение о смене «призм видения» мира (эпистем) в связи со сменой эпох, и Жака Лакана (1901-1981), создателя системного психоанализа. Психоанализ стал неотъемлемой составляющей феминизма, при том, что «отец психоанализа» Зигмунд Фрейд подвергается феминистской критике как апологет господствующего патриархатного устройства общества, отрицавшего наличие собственной сексуальности у женщины и наделявшего её тремя основными признаками: пассивностью, мазохизмом и компенсаторным нарциссизмом, который стоит ступенью ниже активного фаллического нарциссизма мужчины [23: 65-68].

Жак Лакан, отождествлявший с фаллической (фаллоцентрической) структурой (доминирование мужского, «закон Отца») культуру, общество и всякий вид порядка, утверждал, что цельного, «нерасщеплённого» субъекта с однозначно фиксируемой идентичностью нет и быть не может. Доминирующей составляющей субъективности является не «реальное» (что имело место в классическом психоанализе), а «символическое» и «воображаемое», и «гендер – не простая производная от биологического пола, но социальная конструкция, (...) составной эффект визуальных и дискурсивных репрезентаций, (...) не только семьи, системы образования, масс-медиа, но также (...) языка, искусства, литературы, кино и науки» [22: 26]. Иными словами, «пол является продуктом человеческой культуры и должен рассматриваться именно так» [4: 15].

Одним из оснований теории психоанализа З. Фрейда было учение о *бессознательном* – «содержаниях, не допущенных в систему «Подсознание-Сознание» [33: 71]. Развитие этого тезиса принадлежит знаковой фигуре XX в. – Мишелю Фуко, изучавшему бессознательное различных исторических эпох, его влияние на историческую семиотику и на историческую сексуальность, проявление и способы подавления сексуальности от античности до второй половины XX в., а также их включённости в отношения власти/подчинения. В русле теории Фуко работали ведущие французские феминистки Л. Иригарей, Э. Сиксу, Ю. Кристева (которая, правда, не всегда радовалась собственному феминистскому атрибутированию), каждая в пределах интересующих её проблем.

В теории Фрейда и, позже, Лакана, большая роль отводится метафоре зеркала: женщина принимает на себя функции зеркала в своём желании быть полноценной, имитировать мужчину, отражать его. Эта мужская точка зрения, по мнению Иригарей, не соответствует действительности, ибо женщину следует определить как самостоятельную целостную сущность, со своим типом сексуальности, желаний, языком, способом бытия, со своим письмом. Поэтому «стремление к общественно-политическому равенству полов никоим образом не должно означать, что «мы» стали, как «они», ибо женщины требуют своих прав только затем, чтобы иметь возможность проявить своё отличие от мужчин» [20: 38]. «Сексуальность для феминизма является тем же, что и труд для марксизма: тем, что более всего принадлежит тебе и более всего забирается у тебя» [19: 42]. Сексуальность как форма женского самовыражения, способ самоидентификации, возможность – через женское письмо – изучить и письменно отобразить переживания «разных состояний женского тела» [13: 356] стала темой не только научных исследований, но и литературной практики феминисток, где начали широко обсуждаться лесбийские и квир-отношения<sup>1</sup>.

Внимание аналитиков к «телесности» объектов воображаемого мира произведения имеет собственную историю в XX в. Так, оно характерно для лингвопоэтического анализа «русских формалистов» и Пражской школы. Именно к ранним работам В. Шкловского и Р. Якобсона обращались многие теоретики-феминистки. Напр., Ю. Кристева связывает появление женских *субъектов* в литературе с переходом семиотического в символическое, описанном на примерах русской поэзии; Э. Сиксу говорит о метафорах тела и пола как основных источниках построенной формалистами теории поэтических приёмов; эстетические программы авангарда связывают «женское» (как «нерешаемое, расплывчатое, колеблющееся») с практикой субверсивной (у формалистов – тропеической/символической) деконструкции доминирующих структур значений, с «субверсивным дискурсом о сексуальности» [16: 214], с «воскресением тела в тексте» – *Auferstehung des Korpes im Text*» [17: 60-72]. Теоретики немецкой гендерной поэтики отмечают и важность начатого формалистами пересмотра истории эстетики для развёртывания концепции «женского» в ней. Таким образом, в практике разностороннего анализа художественного текста феминистская поэтика использует и структурные методы, и психоанализ, и методологию «новой критики» и деконструктивизма.

<sup>1</sup> Термин *квир-теория* предложила Р. Брайдотти, исходя из широко распространённого *queer* (странный, не такой, как все), используемого в современном языке преимущественно для обозначения отклонения от общепринятой сексуальной нормы [11].

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. – Изд. 4-е, испр. и доп. – М.: Флинта, 2002. – 384 с.
2. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
3. Вайнрих Х. Текстовая функция французского артикля // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. VIII. – М.: Прогресс, 1978. – С. 370-387.
4. Введение в гендерные исследования: Учеб. пос. / Под общ. ред. А.А. Костиковой. – 2-е изд., перераб., доп., - М.: Аспект-Пресс, 2005. – 255 с.
5. Жирмунский В.М. Задачи поэтики // Теория литературы. Поэтика. Стилистика. – Л.: 1977. – С. 21-32.
6. Литовская М., Ушакин С. Мужественность в России // Новое лит. обозрение. – 2003. – №63. – С. 431-436.
7. Науменко А.М. Філологічний аналіз тексту (Основи лінгвопоетики). Навчальний посібник. – Вінниця: Нова книга, 2005. – 416 с.
8. Рикёр П. Герменевтика. Поэтика. Политика: Московские лекции и интервью. – М.: Academia, 1995. – 160 с.
9. Серова И.Г. Роль гендерной интерпретанты в высказывании: параметризация события // Вестник Воронежского ГУ. Серия: Гуманитарн. науки. – 2003. – Вып. 2. – С. 210-227.
10. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против», – М.: Прогресс, 1975. – С. 193-230.
11. Braidotti R. Nomadic Subjects: Embodiment and Sexual Difference in Contemporary Feminist Theory. – N.Y.: Columb. UP., 1994. – 286 p.
12. Cameron D. Feminism and Linguistic Theory. – 2-nd ed. – L.: Macmillan Press, 1992. – 247 p.
13. Cixous Reader / Ed. by D. Cameron. – N.Y. – L.: Routledge, 1992. – 386 p.
14. Friedrichsmeyer S. The Androgyne in Early German Romanticism. – Bern et al.: Artemis and Winkler, 1983. – 284 p.
15. Gilbert S., Gubar S. No Man's Land. The Place of the Woman Writer in the Twentieth Century. In 3 vol. – V.1. The War of the Worlds. – New Heaven: Yale UP, 1988. – 342 p.
16. Hansen-Löve A. Die 'Realisierung' und 'Entfaltung' semantischer Figuren zu Texten // Wiener Slavischer Almanach. – 1982. – V. 10. – S. 197-252.
17. Hart-Nibbrig Ch.L. Die Auferstehung des Körpers im Text. – Frankfurt a/ Main: Suhrkamp, 1985. – 212 S.
18. Hausen K. Die Polarisierung der „Geschlechtscharaktere“ – Eine Spiegelung der Dissoziation von Erwerks- und Familien-leben // Sozialgeschichte der Familie in der Neuzeit Europas / Hg. von W. Conze. – Stuttgart, 1976. – S. 363-393.
19. Hazelton L. Dorris Lessing on Feminism, Communism and 'Space Fiction'. – The New York Times. – 1982. – №198. – P. 42.
20. Irigaray L. This Sex which is not One // Psychoanalytic Theory: Another Look. – Ithaca: Cornell UP, 1985. – P. 34-85.
21. Lakoff G. Women, Fire and Other Dangerous Things. What Categories Reveal about our Mind. – Chicago, L.: Chic. UP, 1990. – 635 p.
22. Lauretis T. de. Technologies of Gender: Essays on Theory, Film and Fiction. – Bloomington etc.: Indiana UP, 1987 – 166 p.
23. Lindhoff L. Feminismus und Psychoanalyse // L. Lindhoff. Einführung in die feministische Literaturtheorie. – Stuttgart, 1995. – S. 61-71.
24. Millet K. Sexual Politics. – 3-d ed. – N.Y.: Columbia UP, 2000. – 630 p.
25. Münich A. Notorious Signs, Feminist Criticism and Literary Tradition // Making a Difference – Feminist Literary Criticism / Ed. by G. Greene, C. Kahn. – N.Y.: Routledge, 1985. – P. 238-259.
26. Stephan I. Frauensprache – Frauenliteratur? // Akten des VII. Internationalen Germanisten-Kongress, Göttingen. – 1985. – Bd. 6. – S. 110-132.
27. Stephan I. Musen & Medusen. Mythos und Geschlecht in der Literatur des 20. Jahrhunderts. – Köln et al.: Moritz Diesterweg, 1997. – 198 S.
28. Weigel S. Die verborgene Frau. Sechs Beiträge zu einer feministischen Literaturwissenschaft. – 3. Aufl. – Hamburg: Argument Vlg., 1988. – 175 S.
29. Weigel S. Die Stimme der Medusa. Schreibweisen in der Gegenwartsliteratur von Frauen. – Hamburg: Dürman-Hiddingsel, 1987. – 316 S.
30. Weedon C. Feminist Practice and Poststructuralist Theory. – L.: Basil Blackwell, 1987. – 302 p.

СПРАВОЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА

31. Дворецкий И.Х. Латинско-русский словарь. Изд. 2-ое, перераб. – М.: Русский язык, 1976. – 1096 с.
32. Квятковский А. Поэтический словарь. – М.: Сов. энциклопедия, 1966. – 375 с.
33. Лапланш Ж., Понталис Ж.-Б. Словарь по психоанализу. – М., 1996. – 623 с.
34. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля. – К., 2006. – 716 с.
35. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – Изд. 2-ое. – М.: Большая рос. энциклопедия, 2000. – 688 с.
36. Partridge E. Origins. A Short Etymological Dictionary of Modern English. – N.Y.: Greenwich House, 1983. – 972 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Наталія Колесніченко** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри німецької філології Одеського національного університету ім. І.І. Мечникова.

*Наукові інтереси:* гендерні дослідження, стилістика.

**ПІДТЕКСТ ТА КУЛЬТУРНА КОМПЕТЕНЦІЯ АДРЕСАТА****Тетяна ЛЯШЕНКО (Львів, Україна)**

*У статті розглянуто проблему підтексту, розмежовано текстові категорії «смісл» та «зміст», «підтекст» та «імпліцитність», висвітлено поняття культури та культурної компетенції адресата, проаналізовано засоби творення підтексту у газетно-публіцистичному тексті та роль культурної компетенції адресата у його сприйнятті.*

*The article covers the problem of implication, differentiates the text categories "sense" and "contents", "implication" and "implicity", highlights the concepts of culture and cultural competence of the addressee, analyzes the means of creating an implication in a newspaper-publicistic text and the role of the cultural competence of the addressee in the comprehension of the implication.*

Вивчення підтекстової інформації мовленнєвого твору належить до актуальних питань сучасної лінгвістики тексту, що зумовлено відсутністю глибоких досліджень цього лінгвістичного явища. Прихований смисл, що відіграє часто головну роль у семантичній структурі мовленнєвого твору, мало брався до уваги під час його інтерпретації. Феномен підтексту приваблював дослідників різних напрямів, проте загальна його теорія, що повною мірою враховує різні аспекти цієї складної проблеми, ще потребує системного викладу і тому знаходиться на стадії становлення.

Останнім часом значно зріс дослідницький інтерес до прихованого смислу художнього тексту, однак підтекстова інформація інших мовленнєвих творів, зокрема газетно-публіцистичних, ще не підлягала детальному аналізу.

У розумінні терміну «підтекст» не існує єдності, це явище ще не дістало вичерпного й однозначного пояснення у сучасній лінгвістиці. У вітчизняній науці приховане, не виражене експліцитно позначається як «підтекст» [8], «імпліцитний смисл» [7], «текстова імплікація» [1]. І. А. Солоділова пропонує під час дослідження вербально не вираженого смислу тексту послуговуватися терміном «прихований смисл» через невизначеність та багатозначність поширених у лінгвістиці термінів «підтекст» та «імпліцитний смисл» [9]. У лінгвістичних дослідженнях підтекст розглядають і як явище семантичне [5], і синтаксичне [8], і прагматичне [6].

Смисл тексту традиційно протиставляється його змісту. Під змістом розуміють семантичну категорію, яка виражена автором через словникові значення складових одиниць тексту. Відповідно до цього зміст є лінійним, експліцитним, матеріальною основою того, що повідомляється. Смисл тексту є категорією інтерсуб'єктивною і формується в результаті рефлексивної діяльності суб'єкта над змістом [3: 18].

Розмежування смислу та змісту за принципом експліцитне/імпліцитне, яке широко використовується у сучасній лінгвістиці, не є повним, а тому абсолютно вірним [3: 44-81]. Під імпліцитним розуміють насамперед імплікації як умовне висловлювання, вид логічного зв'язку та пресупозиції, які не є смислом, який розуміють, а є фоновим знанням щодо предмету мовлення, представленим у тезаурусі читача. Пресупозиція є знанням, яке застосовується, в той час як смисл є результатом розуміння читача [1: 87].

Підтекст і імпліцитність присутні в тексті паралельно, ці категорії взаємодіють одна з одною. Н. В. Шевченко вважає підтекст більш загальною категорією, зараховуючи до нього пресупозиції, символ, імплікації, так званий асоціативний та ситуативний підтекст, контрапункт [10: 28]. В. А. Кухаренко виокремлює зовнішній імплікований смисл, виражений за допомогою лінійних зв'язків та значень, та внутрішній, що потребує переосмислення повідомлення стосовно попередньо сказаного.

Незважаючи на відмінності у розумінні підтексту та імпліцитності, дослідники погоджуються в тому, що по-перше, ці дві категорії пов'язані із смислом мовленнєвого твору, а не з сумою значень мовних елементів, що входять до його складу, а по-друге, є вивідною інформацією, яка зумовлена позицією інтерпретатора. Адресат намагається збагнути приховану текстову інформацію, спираючись на власний досвід розуміння твору. Мовні маркери він співвідносить з моделлю смислу тексту, який він вже збагнув.

Т. І. Сільман кваліфікує підтекст як дистантний повтор фрагментів тексту, який привносить нові відтінки сприйняття того, що вже одного разу мало місце, занурює читача у

атмосферу невиразних асоціацій та приблизних відголосків [8: 85]. І. Гальперин, ототожнюючи категорії змісту й інформації, говорить про підтекст як про змістово-підтекстну інформацію, яка передається «завдяки властивості одиниць мови породжувати асоціативні і конотативні значення, а також завдяки властивості речень... прирошувати смисли» [5: 28], тобто розвивати додаткові текстові смисли. Вищезгадане визначення підтексту покладено в основу цього дослідження.

Сприйняття підтексту є процесом творчим, індивідуальним, хоча і регламентується словесним оформленням мовленнєвого твору. Здатність збагнути підтекстову інформацію залежить не лише від індивідуального досвіду читача, багатства його тезауруса, а й від рівня його культурного розвитку. Все це зумовлює множинність інтерпретацій тексту. Автор же, створюючи текст, прогнозує до певної міри наявність в адресата цих факторів.

Щодо визначення поняття “культура”. Сучасна наука нараховує декілька сотень дефініцій культури що зумовлено складністю і багатоплановістю культурних процесів і явищ. Культуру визначають насамперед як інтегральний образ, що об'єднує науку, освіту, літературу, мистецтво, мораль, уклад життя при визначальній ролі світогляду. Суть соціального призначення культури розкривається у визначенні її як форм і способів комунікації людей; соціальної пам'яті людства; нормативно-спадкового програмування суспільної поведінки людей. Сучасне розуміння культури розглядає її як систему життєвих орієнтацій людини. Герхард Малетцке визначає культуру як систему концептів, переконань, поглядів, цінностей, які виявляються і у поведінці людини, і у її духовних та матеріальних здобутках [11: 16]. Ця дефініція не враховує, на жаль, того факту, що згадані вище фактори не завжди матеріалізуються, а часто навіть не розпізнаються, створюючи певні труднощі у процесі комунікації.

Культурна компетенція адресата розглядається як орієнтація носія мови в базових елементах культури, вона передбачає розуміння пресупозицій, фонових знань, ціннісних установок, психологічну та соціальну ідентичність, притаманні цій культурі [2].

Дискурс масової комунікації, до якого належить і газетно-публіцистичний текст мистецтвознавчої рецензії, характеризується узагальненим образом адресата. Останній визначається як неоднорідна аудиторія з різноманітними інтелектуально-емоційними, ціннісними та іншими характеристиками, а тому з відмінними інтерпретативними позиціями. З уваги на це, О. П. Воробйова розрізняє читачів наївного, середнього (аналітик) та критичного (експерт) [4], які вона визначає відповідно до їхніх знань про об'єкт мовлення, ерудиції, особливостей мовлення.

Рецензії з підтекстовим оцінним смислом зорієнтовані передусім на адресата, здатного самостійно його сприйняти, декодувати прихований смисл з “півслова”. Звичайно, це читач старшої вікової групи з високим рівнем інтелектуального та культурного розвитку, який знається на мистецтві завдяки професійній діяльності або захопленню.

На поверхневому рівні тексту завжди можна виявити засоби творення підтекстової інформації. До них дослідники підтексту відносять використання багатозначних слів, тропів (метафори, порівняння, перифрази, іронії, алегорії та ін.), фігур (різні види повтору, умовчання, парцеляція, еліпс, інверсія та ін.), структурних особливостей речень, символіки мовних фактів, графічних засобів (різних шрифтових виділень тексту, розділових знаків тощо).

Простежимо створення підтекстової інформації у типовому тексті мистецтвознавчої рецензії та роль культурної компетенції адресата у її декодуванні. Тематика підтексту у рецензії на виставку творів німецького художника Тільмана Дамрау тісно пов'язана насамперед з негативною оцінною спрямованістю тексту рецензії. Цей текст зорієнтований на інтелект читача, його здатність аналізувати інформацію та проводити паралелі.

***Bilder, die sich selbst genug sind***

*Fast naiv erscheinen die großen Bilder von Tillmann Damrau: scheinbar zusammenhanglos auf den weißen Bildgrund gesetzte Versatzstücke, die maßstäblich und maltechnisch nicht zusammenpassen, teilweise farbig angelegt, teilweise in Grisaille oder rein zeichnerisch. Gestalten stehen in Räumen, die keine sind, weil sie zerfallen in rein frontal gesehene Teile, etwa kindlich gemalte Häuser ohne Fassade, perspektivische Elemente wie Bodenfluchten. Naturalistisch sind die*

*Figuren in momentanen Bewegungen und Posen festgehalten, fast nie sehen sie den Betrachter an. Sie diskutieren mit ausladender Gestik, verrenken sich, schauen vor sich hin oder schlafen. Wie Film-Stills oder Schnappschüsse sind sie aus irgendeinem Kontext isoliert, ohne dass man verstünde, was da im Gange ist. Als Ausstellungsbesucher bekommt man das unguete Gefühl, von dieser Kunst nicht wahrgenommen zu werden. Weder suchen die Bilder den Kontakt, noch versuchen sie, zu beeindrucken oder zu provozieren. Sie sind einfach da, sich selbst genug. Noch dazu ist da offenbar eine Geschichte, in die kein Einstieg zu finden ist. Unbehaglich. Was wird da bloß erzählt?*

*Die Titel, die es immerhin gibt, helfen auch nicht wirklich weiter, vielmehr wirft der Künstler da noch ein paar Assoziationsbrocken in den Raum, die das Sujet auch nicht erschließen. Und dieser Ausstellungstitel – "Crossings"! Auf Damraus Homepage, die er bemerkenswerter Weise "wordpress" nennt, gibt es noch so einen Begriff: "mental cruising". "Mental Cruising ist das Gegenteil von Gedankenflucht", schreibt er darüber und schildert eine Art lustvolles Schweifen der Gedanken, zufällig, nie verweilend, mit jeder Menge Umwege.*

*Fest steht, dass Damrau malen kann. Wo Perspektive geboten wird, funktioniert sie, und auch an den Figuren stimmt anatomisch und in der Proportion eigentlich alles. Aber warum stehen sie so planlos herum, fuchteln so unmotiviert, starren so peinlich entrückt? Es ist, als ob man einen Film ohne Ton anschaut und sich aus nur dem, was man sieht, aufgrund eigener Erfahrungen eine Geschichte baut. Assoziationsfetzen. Auch den Maler selbst haben sie offenbar überrascht, sind ihm "zugefallen". Auf Nachfrage gibt er immerhin einen kleinen Schlüssel: "The Ovidians" als Titelzusatz verweise auf den Wunsch nach einer "Verflüssigung" des Selbstbildes, auf den Wunsch, sich sozusagen Identitätsspielräume zu verschaffen. (Badische Zeitung, 02. Februar 2010)*

Одним з головних інструментів творення підтексту є **повтор**. Через підтекст, оформлений дистантним синонімічним повтором *Assoziationsbrocken*, *Assoziationsfetzen* у рецензії передано емоційний стан рецензента, а саме здивування та певне розчарування, викликані враженнями від виставки, а також оцінне ставлення до сюжетної лінії окремих картин і виставки в цілому. Під асоціацією у психології розуміють закономірний зв'язок між окремими подіями, фактами, явищами, відображеними у свідомості і закріпленими у пам'яті. Рецензент же не розуміє того, що намагається сказати автор у своїх творах, їхнього підтексту, не бачить логічного зв'язку між сюжетом та назвою картин, не може визначити концепцію самої виставки, тому і говорить лише про уривки асоціацій. Негативне спрямування цієї підтекстової оцінки підсилюється використанням **метафор** *der Künstler wirft da noch ein paar Assoziationsbrocken in den Raum, Assoziationsfetzen haben den Maler selbst überrascht, sind ihm „zugefallen“, lustvolles Schweifen der Gedanken*.

Несхвальне ставлення рецензента до манери виконання митця закодовано у синонімічному повторі *naiv, kindlich*, а також у метафоричному **перифразі** *Versatzstück*, що означає театральний термін «пересувна декорація», під яким читач розуміє зображені на картинах фігури та об'єкти.

Засобом творення підтексту у рецензії є також **порівняння** *wie Film-Stills oder Schnappschüsse*, яке стосується поз та рухів зображених фігур, відірваних від будь-якого контексту. У цих порівняннях закодовано інформацію про певну недбалість виконання та нехтування існуючими у живописі досконалими техніками. Декодування цього смислу вимагає від читача обізнаності у фотомистецтві. Термін *Film-Stills* або *Standfoto* означає фотографію, яка відтворює окремий кадр з фільму і яку зроблено під час кінозйомки часто спонтанно у незручних умовах. Інший термін *Schnappschuss*, моментальне фото об'єкту, що рухається, асоціюється з цілим напрямом у фотомистецтві, а саме ломографією, яка пропагує невимушену фотографію, на якій може бути зображено будь-що. Естетика ломографії полягає у тому, що відмова від досконалості дає простір для спонтанності.

Ще у одному порівнянні *Es ist, als ob man einen Film ohne Ton anschaut* зашифровано інформацію про множинність інтерпретацій творів митця: кожен розуміє зображене так, як це йому дозволяє його досвід і фантазія.

Використання рецензентом особливої синтаксичної будови речень є також сигналами підтексту рецензії. Недомовленість номінативного речення *Assoziationsfetzen* ще раз наголошує на ролі асоціативних фрагментів у сприйнятті виставки. Інверсія в реченні *Auch*

*den Maler selbst haben sie offenbar überrascht* виправдовує думку рецензента про незрозумілість концепції виставки. Якщо ті уривки асоціацій дивують самого автора, то вони не зрозумілі і для глядача його картин. Накопичення **питань**, на які немає відповіді, *Was wird da bloß erzählt? Aber warum stehen sie so planlos herum, fuchteln so unmotiviert, starren so peinlich entrückt?* свідчать про незрозумілість та неоднозначність творів художника. Вони дають змогу рецензентові активізувати уяву читача, вивести його на інший рівень світовідчуття, виробити свою позицію щодо побаченого.

Слід згадати також **зображальні засоби рецензії**, наведені поряд з рецензією фотографії виставлених картин, у яких закодована підтекстова інформація про оригінальність та незвичність творів, що нагадують дитячі малюнки, а також про правомірність оцінок рецензента.

Підсумовуючи, хотілося б наголосити на тому, що глибина сприйняття прихованого смислу визначається не тільки прийомами використання мовних і зображальних засобів, а й зумовлена культурним розвитком читача, багатством його уяви, здатністю до асоціативного мислення, інтуїцією, мовним чуттям.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арнольд И. В. Импликация как прием построения текста и предмет филологического изучения / И. В. Арнольд // Вопросы языкознания АН СССР. – 1982. – № 4. – С. 83–91.
2. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики : підручник / Ф. С. Бацевич. – 2-ге вид., доп. – К.: ВЦ «Академія», 2009. – 376 с. (Серія «Альма-матер») – ISBN 978-966-580-302-7.
3. Богатырев Андрей Анатольевич. Текстовая эзотеричность как средство оптимизации художественного воздействия : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Богатырев Андрей Анатольевич. – Тверь, 1996. – 216 с.
4. Воробьева О. П. Текстовые категории и фактор адресата / О. П. Воробьева. – К.: «Вища школа», 1993. – 200 с.
5. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981.
6. Кухаренко В. А. Типы и средства выражения импликации в английской художественной речи (на материале прозы Э. Хемингуэя) / В. А. Кухаренко // Филологические науки. – 1974. – № 1. – С. 72 – 81.
7. Молчанова Г. Г. Семантика художественного текста (импликативные аспекты коммуникации) / Г. Г. Молчанова – Ташкент : Фан, 1988. – 163 с.
8. Сильман Т. И. Подтекст как лингвистическое явление / Т. И. Сильман // Филологические науки. – 1969. – №1. – М.: Высш. шк. – С. 85-90.
9. Солодилова И. А. Смысл художественного текста. Словесный образ как актуализатор смысла : учебное пособие для студентов III курса / И. А. Солодилова. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2004. – 153с.
10. Шевченко Н. В. Основы лингвистики текста : учебное пособие / Н. В. Шевченко. – М.: Приор, 2003. – 160 с.
11. Maletzke G. Interkulturelle Kommunikation: zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1996.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Тетяна Ляшенко** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри міжкультурної комунікації та перекладу Львівського національного університету імені Івана Франка.

*Наукові інтереси:* лінгвістика тексту, лінгвостилістика.

## **БЫТИЕ И СОЦИУМ В ПОЭТИКЕ АСОРИНА**

**Алла ПОЛЯКОВА (Чернигов, Украина)**

*У статті аналізуються творчі здобутки іспанського письменника-публіциста Асоріна, котрий представляє світ та соціум через призму "мікроісторії" - оригінального елементу його поетики.*

*The author of the article analyzes the literary heritage of the Spanish publicistic writer Azorin, who presents the world in the light of "microhistory" which is the basic component of his poetics.*

Испанский писатель Асорин (Хосе Мартинес Руис, 1873–1967) – яркий представитель Поколения 1898 г. – плеяды писателей, посвятивших свою социальную и творческую деятельность стремлению разрешить острые социальные и моральные проблемы кризисного испанского общества рубежа прошлых веков. Наше общество переживает в настоящее время похожий по проблематике период, потому обращение к Испании начала XX века кажется нам актуальным.

Проанализировать, каким показан окружающий мир и социум, преобразованный творческим импульсом писателя, каков механизм такого преобразования – цель данной статьи.

В жанровом отношении творчество Асорина представляет собой довольно чистый пример художественной публицистики. Часто здесь можно видеть органическое вкрапление

документальных данных в ткань произведения, что придает произведениям публицистический характер. С другой стороны, их художественной составляющей является оригинальный метод осмысления действительности, условно названный нами «микроисторическим», который мы рассматриваем как базисный элемент поэтики этого писателя.

Достаточно очевидна связь этого художественного явления с другим, более известным, названным критиками «интраисторией», основателем которого был Мигель де Унамуно – известный европейский писатель-философ и старший соратник Асорина по Поколению 98 года. Но если «интраистория» Унамуно касается «энергетики души» человека в ее событийных и событийно-психологических проявлениях, то «микроистория» Асорина зиждется на исследовании фактов бытия; в поле его внимания попадают разговор в казино, чтение книги, жест, поза, звон церковного колокола. Эти и другие, столь же обыденные детали возводятся писателем в ранг символов исторического бытия.

Говоря о значимости этого элемента поэтики, Асорин писал: «Не ищите дух истории и расы в памятниках и книгах, ищите их в мастерских; послушайте простые и грубые слова этих людей, посмотрите, как куется железо и ткется шерсть, как обрабатывается дерево и дубятся шкуры. Незнакомый мир маленьких фактов, связей и дел предстанет перед вашим взором, и вы войдете в контакт с живыми и трепещущими клетками, которые питают нации» [1: 167-168]. Таким образом, по сравнению с универсальной «интраисторией» Унамуно, «микроистория» Асорина выглядит как более узкое и конкретное исследование «среза» бытия, интерпретация определенной ее стороны. Писатель питает интерес к «непознанному миру мелких фактов», к деталям и мелочам, которые, по его мнению, являются молчаливыми «свидетелями истории». Унамуно идет от общих посылок своей философии к частным выводам, и его метод мог бы быть назван дедуктивным, а у Асорина обобщения складываются из конкретных частных, и его метод ближе к индуктивному. В творчестве этого писателя особое значение приобретает «историческая реальность», образованная мелочами, часто не замечаемыми официальными историками. Именно они определяют, по мнению Асорина, «дух эпохи».

Обычные предметы и явления играют в художественном мире писателя роль неких исторических ассоциаций, являются способом своеобразной «мифологизации» обыденности, доказательством постоянства и повторяемости жизненных процессов. Именно в воссоздании «микроисторической» реальности Асорин видит путь к познанию «духа страны и расы», понимаемой как нация.

«Микроистория», будучи генетически связанной с «интраисторией» Унамуно, имеет и свои, не зависящие от нее источники: отражающую ренессансное мироощущение философию Х.Л. Вивеса, своеобразное видение окружающего мира М. Монтенем и собственно асоринское восприятие действительности.

Уже в раннем произведении «Признания маленького философа» внимание автора к вещам предметного окружения приобретает значение эстетически значимого элемента художественного мира его произведений. Он пишет: «Я люблю вещи. Беспокойство, вызванное незнанием сути вещей, которые нас окружают, владело мною всю жизнь. Есть ли у вещей душа? Есть ли она у старой мебели, стен, окон, садов? Только сегодня я обратил внимание на слова входящего в комнату управляющего: «Сегодня двери хорошо потрудились»...Они никогда не похожи одна на другую. У каждой – своя жизнь» [2: 272]. Уже здесь, в этом «одушевлении» вещей, кроется начало истинно асоринского художественного открытия – создания «реверсированной» метафоры.

Метафору в ее феноменологическом аспекте в свое время всесторонне исследовал соотечественник Асорина Хосе Ортега-и-Гассет. В его классическом примере метафоры «кипарис – язык мертвого пламени» два явления окружающего мира имеют сходство не только по формальному признаку, относящемуся к визуальному ряду, но также и по внутреннему состоянию этой визуальной формы – остановки в ее развитии. При этом визуальный образ дерева кипарис находит свой метафорический прообраз в таком явлении природы как огонь, во все времена признаваемом одним из наиболее величественных и мощных. У Асорина же находим: «дождь – осколки разбитых чашек», где метафорическое



построение идет от обратного: природная стихия дождя опущена до обыденности человеческого быта, а именно ситуации, когда разбивается посуда, и осколки летят, подобно брызгам или каплям дождя, но осмыслено это явление наоборот, что органически вписывается в образный строй художественного мира Асорина.

Непознанный мир мелких фактов всегда питал поэтику писателя, больше того, детали и мелочи бытия проявляют себя как «молчаливые свидетели истории». Метод «микроистории» постепенно закладывает фундамент для асориновской философии истории.

История как понятие имеет в творчестве Асорина несколько значений. С одной стороны, это – одна из составляющих «проблемы Испании», глубоко волнующей всех писателей Поколения 1898 года и считающих своим гражданским долгом предложить выход из кризисной ситуации, сложившейся в стране после поражения в испано-американской войне 1895–1898 г. Широко известно изречение Унамуно по этому поводу: «У меня болит Испания». С другой стороны, писатель-публицист, каким был Асорин, не может не говорить об истории как науке. Наконец, из совокупности отдельных философских положений складывается философия истории, служащая средством для обоснования творческих замыслов писателя. Последовательно отстаивая идею превосходства художественного познания действительности над научным, Асорин и само произведение искусства рассматривает как реальное историческое свидетельство. Наиболее ценимо им не зеркальное отображение действительности, а такой художественный взгляд, который фокусируется на отдельных выразительных деталях, становящихся в поэтике Асорина символами исторического бытия. В ранг таких символов попадают и звук флейты, и монотонный колокольный звон, несущийся над равнинами Кастилии и неизменный на протяжении веков, и окно с витыми решетками, и балкон с фигурой сидящего человека.

Идея вечной повторяемости получила яркое образное выражение в эссе «Облака» (1912), где облака воплощают образ времени и бытия, вечно разного и всегда «того же самого». С этой метафорической находкой автор не расстается на протяжении многих лет, а в сборнике «Белое на голубом» (1929) она стала основной.

Представление Асорина об относительности временных плоскостей, осознание им действительности как постоянного настоящего соотносено с его мнением о том, что «Испания – страна, где ничего не происходит». Подтверждению этой мысли служат многие произведения, все художественные средства которых нацелены на создание образа такой Испании – некоего внесторического организма, где не ощутим ход исторического времени. Такой художественной установке подчинена и организация художественного времени-пространства, где все крайне замедлено и иногда приближается к неподвижности. Приемами, замедляющими течение художественного времени, служат не только введение в ткань произведения осмысленных как символы вечности обыденных признаков провинциальной жизни, не только постоянные авторские рефрены: «Город спит», «Ничего не происходит», «Все в глубоком спокойствии», – но и самый характер произведений, где темой становится описание жизни провинциального города – типичного места «бытового» времени, где нет событий, а есть повторяющиеся «бывания» [3: 369]. Стилиевые особенности асориновской прозы – ее «текучесть», особенности синтаксиса, многочисленные повторы, идейно обусловленное употребление настоящего грамматического времени – также нацелены на создание особых характеристик художественного хронотопа. Пространство его произведений, как правило, не заполненное действующими лицами, оказывается «тихим» пространством. Именно в нем «ничего не происходит» и медленно тянется и даже останавливается время.

Так же как стремящееся к неподвижности художественное время, неразвитость художественного пространства отвечает главному идейному замыслу писателя, а именно желанию показать замкнутый в себе мир внеисторической Испании, сопротивляющейся всеобщим законам развития.

Взгляды на историю и исторический процесс выявляют непоследовательность и субъективизм мировоззрения автора. В нем просматриваются влияния философии Ницше, Шопенгауэра, краутизма. Одним из главных положений авторской философии истории является убеждение, что общества, как и живая природа, живут по своим непреложным

законам, многие из которых не подвластны разумному пониманию и потому воспринимаются человеком как роковые. Сильный элемент агностицизма, присутствующий в философии истории Асорина, не исключает критического осмысления им различных философско-теоретических положений. Например, как противоречие воспринимается им отсутствие конечных целей в физике и существование таковых в области морали и т.д. Принцип философской позиции: наблюдение, размышление, констатация – распространяется им и на художественное творчество.

Последовательно отстаивая преимущества и превосходство художественного познания действительности перед научным, Асорин и само произведение искусства рассматривает как реальное историческое свидетельство, проявляя при этом солидарность не только с Ларрой, но и с краузистами. Наиболее ценимо им то художественное произведение, где избирательное сознание художника фокусирует не зеркально отображенную действительность, а отдельные символические детали.

Анализ серии статей под общим названием «Трагическая Андалусия», написанных во время поездки по заданию редакции «Эль Импарсиаль» в провинцию, пораженную засухой, показывает, что художественный в своей основе «микроисторический» метод не затмевает ярко выраженных здесь публицистических элементов. Созданные на конкретном и злободневном материале, очерки этой серии подчинены идее показать суть «проблемы Испании» в социальном ракурсе. Здесь открыто прозвучало противопоставление «двух Испаний»: с одной стороны – истощенный от голода и болезней испанский народ, с другой – наслаждающиеся благополучием и не занятые ничем «те, кто входит в состав министерств». Идейный смысл всей серии подчеркивается введением идеологически значимых элементов пейзажа.

«Трагическая Андалусия» во многом продолжила тематическую разработку более ранних произведений, где писатель рисует упадок некогда процветавших испанских городов. Неоднократно описанное впечатление автора об отсутствии какого-либо движения и жизни приводит автора к знаменательному обобщению: «Испания – страна, где ничего не происходит». В анализе причин упадка Асорин, указывая на существование двух точек зрения – «материалистической» и «интеллектуальной», склоняется ко второй. Писатель считает показателем упадка «отсутствие интеллектуальной любознательности» и приходит к признанию необходимости решения первостепенной, по его мнению, задачи – просветительской.

Характерная для поколений 1898 г. идея «европеизации» Испании не нашла в трудах Асорина последовательного развития и обоснования. Обновление Испании необходимо, по мнению автора, осуществить особым, не повторяющим ничьи ошибки образом. Путь «испанского прогресса» должен опираться на традицию. Эта двойственность нашла отображение в формуле: «Сохранить значит обновить».

Рассматриваемое как часть идейно-художественного течения Поколения 1898 года, творчество Асорина стало важным фрагментом в создании полной картины кризисной Испании рубежа веков и сыграло существенную роль в доказательстве необходимости принимать решительные меры для преобразования общества. Все художественно-публицистические средства подчинены определенной идейной установке, и в этом смысле творчество Асорина представляет собой идеальный образец художественной ангажированности, направленной на утверждение основной идеи.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

1. Azorin. Obras completas: en 9 vols. – Madrid: Aguilar, 1954–. – Vol. 7. – 459 с.
2. Azorin. Obras selectas. – Madrid: Biblioteca Nueva, 1969. – 586 с.
3. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 423 с.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Алла Полякова** – кандидат філологічних наук, доцент, завідувачка кафедри іноземних мов Чернігівського державного інституту економіки та управління.

*Наукові інтереси:* поетика художніх та художньо-публіцистичних творів; методика викладання іноземних мов.

## **МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ СТИЛІСТИЧНИХ ПРИЙОМІВ НА ОСНОВІ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ МЕТАФОРИ (на матеріалі англomовної художньої прози)**

**Наталія РАК, Галина ХАРКЕВИЧ (Луцьк, Україна)**

*У статті розглянуто концептуальні тропи, метафору та метонімію, що є механізмами концептуалізації складних психологічних, когнітивних і фізіологічних явищ.*

*The article focuses on the conceptual tropes, metaphor and metonymy, which are the mechanisms of conceptualization of complex psychological, cognitive and physiological phenomena.*

Метафора і метонімія, що привертала увагу філософів, лінгвістів, психологів, безумовно є складними механізмами людського мислення, мови та мовлення. Складність і багатогранність об'єкта дослідження призвели до того, що вивчення метафори десятиліттями проводилося в межах одного напрямку (стилістичні дослідження, семантичні, прагматичні), і розроблялися окремі аспекти метафоричного процесу. Звернення до методів когнітивної лінгвістики уможливорює розгляд мовних явищ як на словесному рівні, так і на рівні глибинних структур, які лежать в основі їх формування.

Актуальність статті визначається необхідністю подальшого вивчення метафоричного та метонімічного процесів у стилістичному плані, що є одним із фундаментальних завдань лінгвостилістики. Метою роботи є виявлення особливостей функціонування концептуальних метафор і метонімії в англomовних художніх текстах.

У роботі використовуються базові положення теорії концептуальної метафори Дж. Лакофа [8; 10], М.Джонсона [8], М.Тернера [9], які полягають у тому, що метафора є передусім когнітивним феноменом; метафори структурують образи і уявлення та визначають спосіб мислення людини; метафора є мовним відображенням аналогових процесів, в основі яких лежить перенесення знань із однієї сфери в іншу.

Тексти науково-технічної літератури і офіційних документів є стилістично нейтральними, а художня література характеризується насиченістю стилістичними засобами. Такі стилістичні засоби, як метафора і метонімія розглядаються як реалізація концептуальної метафори.

Найпоширенішим стилістичним засобом є метафора – наділення об'єкта властивостями або ж якостями, які йому не притаманні. Так звані стерті метафори, наприклад, *sunny smile* (радісна посмішка), *ray of hope* (промінчик надії), *sharp mind* (гострий розум), як правило, не становлять труднощів для розуміння [3: 46]. Проте, порівняйте: *white knight* – “шляхетний лицар, лицар без страху та докору”.

Іншим уживаним стилістичним засобом є метонімія – називання об'єкта за його частиною чи місцем розташування [там само]. Наприклад, *the Crown* – король, королева, королівський двір; *Downing Street* – уряд Великобританії.

Звернемося до художніх текстів, де описуються такі складні явища, як емоції та емоційні стани, на прикладі яких, розглянемо втілення концептуальної метафори та метонімії.

Когнітивна складність осмислення емоцій та почуттів пов'язана з тим, що, на відміну від інстинктивних відчуттів, таких, як, наприклад, голод, почуття є складними психічними феноменами [11: 64]. На думку Дж. Лакофа, людина не лише відчуває емоційний стан, а й намагається пояснити, що вона відчуває, і тому діє з огляду на те, як вона розуміє цей емоційний стан [10: 377]. Концептуальні метафори, таким чином, дають можливість зрозуміти абстрактні й недостатньо структуровані сутності, якими є наші емоційні стани, через досвід фізичного існування, задаючи тим самим спосіб і характер бачення оточуючого світу і внутрішнього світу людини.

Виходячи з конвенційного способу відображення емоцій та емоційних станів як абстрактних сутностей, що концептуалізуються за допомогою тілесного, фізичного досвіду людини, можна говорити про певний сталий діапазон (range) [7: 20] концептуальних метафор, які включають такі базові образи, як РІДИНА, ВМІСТИЩЕ, ЗАМКНЕНИЙ

ПРОСТІР, ВОРОГ, ПРИРОДНА СИЛА, ХВОРОБА, за допомогою яких відбувається осмислення емоційних явищ [5: 21-27].

Виділення корелятивних понять ВМІСТИЩЕ і РІДИНА зумовлено філософським розумінням форми і субстанції, згідно з яким будь-яка сутність є категорією, що характеризується збереженням параметричних властивостей просторової форми. Під останньою розуміється не стільки певна конфігурація предметних меж, скільки протяжність частини простору, що її займає предмет [6: 96]. Будь-яке почуття може розростатися до такої міри, що заповнює собою всю “середину” людини [1: 389]. Умістище має здатність утримувати рідину, тобто елементи психічної і розумової діяльності – думки, образи, почуття тощо, у певних межах [4: 14], визначаючи перспективу “всередині – зовні” для людського тіла [2: 6]. Наприклад:

ТРИВОГА Є РІДИНА У ВМІСТИЩІ: *and it filled her with such a terrible **foreboding** that she was barely able open her mouth throughout dinner* (Greenwood, 92).

Варіантом ВМІСТИЩА є структурна метафора, що пов’язана з недиференційованим простором. Емоційні стани усвідомлюються як ділянки, що обмежують собою простір (ЕМОЦІЙНИЙ СТАН Є ЗАМКНЕНИЙ ПРОСТІР) [5: 15]. Наприклад:

ТРИВОГА Є ЗАМКНЕНИЙ ПРОСТІР: *Hanna had troubles of her own, with **Rachel in trouble** and refusing to admit it* (Crawford, 402).

Неконтрольована сила негативних емоцій та емоційних станів осмислюється через образи стихійних сил (феноменів природи: вітер, повінь, буря), що акцентує їх стихійність, спонтанність, незалежність від волі й розуму людини [1: 394; 5: 37]. Наприклад:

ТРИВОГА Є СТИХІЙНА СИЛА: *The idea of conversing with Höss, on any level above or removed from her capacity as a part-time amanuensis, soaked her with **apprehension**, an almost intentional nervousness* (Styron, 279).

Перебування у негативному емоційному стані асоціюється з такими діями, як оволодіння (to overwhelm), поглинання (to engulf), змивання (to sweep away/off), затягування (to draw in, suck in), промочування до рубця (to soak) тощо [5: 37], що не контролюються людиною. Іншим негативним образом, який, як правило, фігурує в маніфестаціях емоційних станів, є образ хвороби або безумства. Наприклад:

ТРИВОГА Є ХВОРОБА/ БОЖЕВІЛЛЯ: *The **anxiety** over his namesake almost drove Vincent frantic* (Stone, 496).

Осмислення неживого предмета чи явища як істоти забезпечує персоніфікація. Якщо емоційному стану приписуються риси живої істоти, остання може наділятися поведінковими рисами ворожої або злодійкуватої людини, яка може: *підкрадатися, переслідувати, боротися, набридати, чіплятися, завдавати тортур* тощо. Цей зв’язок демонструє потаємний, вкрадливий характер стану тривоги. Порівняйте:

ТРИВОГА Є НЕПЕРЕМОЖЕНИЙ ВОРОГ: *With only a few last minute tasks remaining, her mind was prey to constant **worry**. But not all her thoughts centered around Burch; part of her mind was given over to probing her own heart* (Greenwood, 225).

ТРИВОГА Є ПЕРЕМОЖЕНИЙ ВОРОГ: *Hamish looked at Andrew and Doris **uneasily**. They made such a suitable couple. He fought down a nagging feeling of **apprehension*** (Beaton, 27).

У випадку, коли акцентується не спроба подолання тривоги, а її вплив на організм персонажа, стан тривоги постає в образі злодія, який фігурально щось краде в персонажа, позбавляючи його здоров’я. Концептуальна метафора ТРИВОГА Є ЗЛОДІЙ пов’язує стан тривоги з образом підступної людини, яка з’являється непомітно, вкрадливо. Наприклад:

ТРИВОГА Є ЗЛОДІЙ: *Constant premonitions of disaster made her highly **nervous**, and unhealthy pallor stole the colour from her cheeks* (Brent, 12).

Якщо на перший план виходять страждання персонажа, у його роздумах зазвичай постає образ тривоги як мучителя, що переслідує героя (*his thoughts in turmoil, tormented by anxiety*), позбавляє його працездатності. Наприклад:

ТРИВОГА Є МУЧИТЕЛЬ: *Moris stood at the window, staring at the barber shop, his thoughts in turmoil, tormented by **anxiety**. Was the Italianer stealing from the cash register?* (Maugham, 20).

Почуття відчаю репрезентується у тексті через художні образи (порівняння, епітети), що використовуються для зображення світу явищ не таким, яким він є насправді, а таким, яким його уявляють у творчій лабораторії. Відчай, як правило, характеризується як притуплене, негостре (*dull despair*), проте інтенсивне почуття, що йде поряд із депресією (*still felt depressed*), яка порівнюється з економією (*like the economy*). Наприклад:

*I went to see her in a state of dull despair about a week after I got back from Copenhagen. I had renounced dissipation, but I still felt depressed. It was like the economy. I hold up in my flat. I didn't want to go out in a case I was recognized. I lived in a terror of meeting someone I knew* (Lodge, 210).

Порівняння, які маніфестують почуття відчаю, вказують на спіральний рух у низ, падіння аероплану, висотомірну стрілку, що крутиться по колу до нуля, що свідчить про поглиблення тривожно стану. Наприклад:

*as a downward spiral movement* (Lodge, 63); *like an aeroplane that loses a wing and falls through the air like a leaf* (Lodge, 63); *the altimeter needle spinning round and round the dial toward zero* (Lodge, 63).

Емоційні стани здатні концептуалізуватися також через їхні внутрішні фізіологічні вияви та зовнішні, поведінкові вияви, міміку, моторику, тобто метонімічно [10: 493-495]. Відомо, що концептуальна метонімія може діяти у двох напрямках, забезпечуючи ментальний доступ до цілісної концептосфери (domain) через її частину або, навпаки, давати доступ до частини через увесь домен [7: 27]. Вона, таким чином, виконує функцію розширення чи звуження відтвореного ментального простору.

У випадку з емоційними станами метонімія виконує функцію розширення, коли частина дає доступ до цілого, тобто фізіологічний вияв емоційного стану може замішувати сам емоційний стан (ФІЗІОЛОГІЧНИЙ ВИЯВ ЗАМІСТЬ ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ) [10: 382]. Як правило, йдеться про такі фізіологічні зміни, як підвищення температури тіла, почервоніння обличчя, плач, посилене серцебиття і загальне фізичне збудження тощо [12: 131-133]. Наприклад:

ТРЕМТІННЯ/ ХОЛОД замість ТРИВОГИ *A shiver passed through Joanna, and it felt like an echo of the chills that she endured every night* (Koontz, 39).

Існує важливий зв'язок між метафорами на позначення емоцій і метоніміями; а саме, те, що метонімії мотивують метафори. Ця причина має не лінгвістичний чи концептуальний характер, а фізичний, метонімії вказують на певні фізичні аспекти тіла, залученого до емоції. Концептуальну основу формування стилістичного прийому метафори складають загальномовні метафоричні концепти, які є джерелом таких стилістичних прийомів, як образне порівняння, персоніфікація. У плані подальших наукових студій перспективним видається зіставлення метафор та метонімії на позначення емоцій в різних жанрах художньої прози.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
2. Кубрякова Е.С. Семантика в когнитивной лингвистике (о концепте контейнера и формах его объективации в языке) // Изв. АН. Серия литературы и языка. – 1999. – Т. 58, №5-6. – С. 3-12.
3. Мирам Г., Гон А. Профессиональный перевод: Учебное пособие. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2003. – 136 с.
4. Чес Н.А. Функционирование метафорических концептуальных систем в текстах современной англоязычной прозы (на материале художественной литературы): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Московск. ордена Дружбы народов гос. лингв. ун-т. – М., 2000. – 27 с.
5. Kövecses Z. Metaphor and Emotion: Language, Culture, and Body in Human Feeling. – Cambridge: Cambridge University Press, 2000. – 215 p.
6. Kövecses Z. Metaphor. A Practical Introduction. – Oxford; N.Y.: Oxford University Press, 2002. – 287 p.
7. Kövecses Z. Metaphor and metonymy in cognitive linguistics // Cognitive Linguistics: A User-Friendly Approval. – Szczecin: Uniwersytet Szczeciński, 2005. – P. 13-34.
8. Lakoff G., Johnson M. Metaphor We Live By. – Chicago; L.: The University of Chicago Press, 1980. – 242 p.
9. Lakoff G., Turner M. More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor. – Chicago; L.: The University of Chicago Press, 1989. – 230 p.
10. Lakoff G. Women, Fire, and Dangerous Things. What Categories Reveal About the Mind. – Chicago; L.: The University of Chicago Press, 1987. – 614 p.
11. Oatley K. Best Laid Schemes: The Psychology of Emotions. – Cambridge; N.Y.: Cambridge University Press, Maison des Sciences de l'Homme, 1992. – 450 p.
12. Ungerer F., Schmid H. An Introduction to Cognitive Linguistics. – L.; N.Y.: Longman, 1999. – 306 p.

## ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Beaton M.C. Death of a Nag. – N.Y.: A Time Warner Company, 1995. – 182 p.
2. Brent M. The Capricorn Stone. – Glasgow: Fontana / Collins Books, 1981. – 286 p.
3. Crawford C. (1994). Bliss. – N.Y.: A Signet Book.
4. Greenwood L. (1987). Wyoming Wildfire. – N.Y.: Zebra Books.
5. Koontz D. (1995). The Key to Midnight. – N.Y.: Berkley Books.
- a. Lodge D. Therapy. – L.: Penguin Books, 1996. – 321 p.
6. Maugham S.W. The Hour before the Dawn. – N.Y.: Popular Library, 1962. – 192 p.
7. Stone I. Lust for Life. A Biographical Novel of Van Gogh. – N.Y.: New American Library, 1964. – 509 p.
8. Styron W. Sophie's Choice. – N.Y.: Bantam Books, 1980. – 626 p.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

**Наталія Рак** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри іноземних мов факультету міжнародних відносин Волинського національного університету імені Лесі Українки.

*Наукові інтереси:* стилістика англійської мови.

**Галина Харкевич** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов факультету міжнародних відносин Волинського національного університету імені Лесі Українки.

*Наукові інтереси:* стилістика англійської мови.

## АКСІОЛОГІЧНИЙ ХАРАКТЕР МОДАЛЬНОЇ СЕМАНТИКИ АНГЛІЙСЬКОГО САТИРИЧНОГО ТЕКСТУ ХХ СТОРІЧЧЯ

Ірина РОЗОВА (Горлівка, Україна)

*У статті порушуються питання формування гілки семантичних груп негативної етичної оцінки. Фіксується увага на відображенні авторської точки зору на описуванні явища, події та факти дійсності. Уперше моделюється семантичний простір сублімованих етичних оцінок сатиричного тексту ХХ сторіччя.*

*The article deals with traits of negative moral evaluation. Attention is focused upon the reflection of author's modality towards different facts of reality. Semantic tesaarus of negative evaluative means is being firstly considered in the satirical English fiction of the 20<sup>th</sup> century.*

Сучасна художня проза не обмежується вирішенням проблем виключно дидактичного характеру, зведенням життєвих колізій до спрощеного «добре» або «погано», вона все більше тяжіє до недомовленого [3: 116]. Однак навіть прагнення до безособової манери викладу не може повністю нівелювати прояв індивідуального. Семантичний обсяг категорії модальності представлений різного роду відношеннями суб'єкта мовлення до змісту висловлення. Модальність вміщує оцінне значення як суб'єктивний аспект цієї категорії [2: 114]. Англійський сатиричний текст ХХ сторіччя містить оцінку мовцем відображуваних фактів об'єктивної дійсності, виражає його особистісне ставлення до висловлюваного. Ця оцінка багатогранна: вона виражає власні думки мовця, а у внутрішньому світі людини оцінка відповідає бажанням та потребам, обов'язкові та цілеспрямованій волі. Оцінка повідомлення – це частина повідомлення, його змістовна частина. Модальна оцінка має суб'єктивний характер незалежно від того, чи відповідає ця суб'єктивна оцінка об'єктивному стану речей чи ні. Сутність оцінки пояснюється теорією ціннісної спрямованості людської свідомості [2: 7].

Мета нашого дослідження – розкриття закономірностей підпорядкування сублімованих оцінок цілям і пріоритетам національно-культурного співтовариства в цілому, а також духовним, практичним інтересам конкретної людини на рівні англійського сатиричного тексту.

Для реалізації вищенаданої мети треба вирішити такі завдання:

1) встановити структуру сублімованих етичних оцінок англійського сатиричного тексту ХХ сторіччя;

2) змоделювати декілька послідовних етапів створення семантичного простору сублімованих етичних оцінок;

3) розробити схему тезаурусу семантичного простору «негативна етична оцінка».

Наше дослідження спирається на класифікацію Н.Д. Арутюнової, у якій виділяються групи частково оцінних значень, що дають оцінку одному з аспектів об'єкта згідно з прийнятим характером підстави оцінки, її мотивації [1: 75-76]. Часткові оцінки поділені на такі категорії: 1) сенсорно-смакові, або гедоністичні, оцінки (приємний – неприємний і т.ін.); 2) психологічні оцінки: а) інтелектуальні оцінки (цікавий, захопливий), б) емоційні оцінки (радісний – сумний, приємний – неприємний); 3) естетичні оцінки (красивий – некрасивий);

4) етичні оцінки (моральний – аморальний; добродесний і порочний тощо); 5) утилітарні оцінки (корисний – шкідливий); 6) нормативні оцінки (правильний – неправильний, коректний – некоректний, нормальний – аномальний); 7) телеологічні оцінки (ефективний – неефективний, доцільний – недоцільний тощо) [1: 75].

Кожна із семи груп оцінок здатна кваліфікувати різні за своєю природою об'єкти. Оцінки різняться між собою діапазоном сполучуваності. Розширення сфери сполучуваності часткових оцінок залежить від логічних законів повсякденного аксіологічного міркування [5: 44]. Сенсорно-смакові, або гедоністичні, оцінки, а також психологічні оцінки визначаються Н.Д. Арутюною як «найбільш індивідуалізований вид оцінок» [1: 75]. Вони пов'язані з відчуттями, фізичним і психічним чуттєвим досвідом, орієнтують людину в природному і соціальному середовищі, сприяючи її акомодатції і досягненню комфортності.

Другу групу частково оцінних значень утворюють сублимовані оцінки (від лат. *sublimare* «підносити, піднімаючи догори»), які вміщують дві категорії оцінок – естетичні та етичні. Їх називають також гуманізованими оцінками, оскільки вони вивіщуються над сенсорними оцінками, «гуманізуючи» їх. Естетичні оцінки пов'язані із задоволенням чуття прекрасного, етичні оцінки – із задоволенням морального чуття. «Ця група оцінок не байдужа до поняття архетипу – норми, зразка, прикладу, потенційних вимог, що ставляться до об'єкта» [1: 76].

Третю групу оцінок формують раціоналістичні оцінки. Вони пов'язані з практичною діяльністю, практичними інтересами і повсякденним досвідом людини. Такі оцінки пов'язані з тривіальними, або відносними, цінностями, уявлення про які формуються в ході практичної діяльності людини й орієнтовані на те, щоб регулювати цю діяльність.

Запропонована Н.Д. Арутюною класифікація використовується Т.В. Писановою в розробці основ лінгвокогнітивної теорії часткових оцінок. Основні положення лінгвокогнітивної теорії часткових оцінок орієнтовані на те, щоб розкрити закономірності підпорядкування лінгвістичних оцінок цілям і пріоритетам національно-культурного співтовариства в цілому, а також духовним і практичним інтересам конкретної людини [5: 45]. Сублимовані оцінки більшою мірою, ніж будь-які інші оцінки, установлюють ціннісні стосунки. Етика створює усталені норми, подібні до істини. Естетика важко піддається нормуванню, самоусуваючись від нього. Ідеалізована картина світу, що базується на нормах, не здатна охопити всі компоненти і параметри людини як об'єкта оцінки. Очевидний той факт, що межі оцінюваної дійсності, до яких застосовані сублимовані оцінки, визначаються особливостями ідеалізованої картини світу. Необхідно з'ясувати, які пріоритети існують в оцінюванні тих явищ, які необхідні національно-культурному співтовариству.

Структура сублимованих оцінок, як і інших оцінних значень, вміщує чотири компоненти: суб'єкт, предмет, характер і підстава [5: 49]. У нашій роботі під суб'єктом, який оцінює, як правило, розуміється така комбінація: а) з боку письменника – автора художнього тексту; б) з боку оповідача, крізь його призму сприйняття (опосередкована авторська оцінка); в) з боку одного з персонажів.

Під предметами оцінок розуміються об'єкти, яким приписуються цінності, або об'єкти, цінності яких зіставляються. Оцінюваними об'єктами, що фігурують у цій роботі, є як цілі, так і способи досягнення деяких цілей; моральні аспекти соціально-комунікативної поведінки; види занять; реальні й потенційні можливості людини, пов'язані з певними намірами; соціальна значущість, інтенсивність і якість певної діяльності. Предметами сублимованих оцінок є не тільки окремі якості, але й сукупність якостей, а також аспекти, пов'язані із застосуванням цих якостей.

До предмета етичної оцінки різні автори відносили дії, мотиви, наміри, рішення, почуття, характери, а також самих людей, що виконують певні дії. Перелік предметів морально-етичної оцінки може бути продовжений і конкретизований, що саме по собі говорить про те, що предмет етичної оцінки буває складно встановити [5: 50].

Не менш складним і заплутаним є поняття «підстава оцінки», що визначається як те, з погляду чого здійснюється оцінювання. Невизначеність трактування цього поняття пояснюється нечітким розумінням позиції або доведень, на яких базується схвалення, осудження або вираження байдужості стосовно різних об'єктів дійсності.

Проте оцінки мотивуються психічним станом оцінювача – заздрістю, образою, недоброзичливістю. Ті самі дії, вчинки, властивості, а також наміри можуть оцінюватися позитивно або негативно. Це говорить про те, що властивості, якості, вчинки і відповідні їм у мові семантичні ознаки самі по собі не можуть бути підставами сублімованих оцінок. Вони неодмінно пов'язані з певними зовнішніми обставинами, серед яких перебувають культурні фактори, які чинять вплив як на оцінювача, так і на того, чийі якості і вчинки оцінюються [5: 51].

У нашому дослідженні в поняття «культурні підстави сублімованих оцінок» [5: 51] входять знання й усталені судження, які містять оцінки про організацію життя людей, створені ними матеріальні та культурні цінності, історичні епохи, конкретні народності та нації, специфічні сфери діяльності і життя (праці, побуту тощо). Крім того, ці знання і судження співвідносяться з предметними результатами діяльності людей, з нормами моралі і права, а також з людськими здібностями і можливостями, що реалізуються в діяльності, – знаннями, уміннями, навичками, рівнем інтелекту, моральним і фізичним розвитком, світоглядом, способами і формами спілкування людей. Культурні підстави естетичних та етичних оцінок відсилають до знань і супроводжуваних оцінками усталених суджень про культурно-історичні аспекти життя і діяльності людей [5: 51].

Лінгвокогнітивна теорія часткових оцінок є аксіологічною основою нашого дослідження. Положення цієї теорії сприяють визначенню пріоритетів в оцінюванні того, що необхідно національно-культурному співтовариству в цілому, а також соціальним групам співтовариства і конкретній людині зокрема [5: 51].

У нашій роботі тезаурус «негативної етичної оцінки» – це систематизоване представлення лексичних одиниць, що виражають сублімовані етичні оцінки. Схема тезаурусу відображає авторську точку зору на описувані явища, події, а також факти дійсності. Завдання дослідження оцінної семантики передбачають звернення до комунікативних і когнітивних аспектів мови, оскільки «не можна пізнати саму по собі мову, не вийшовши за її межі, не звернувшись до її творця, носія, користувача – до людини, до конкретної мовної особистості» *exact* [4: 7]. Поняття мовної особистості є системоутворювальним фактором при описі семантики мовних одиниць.

Моделювання семантичного простору сублімованих етичних оцінок сатиричного тексту здійснюється в кілька послідовних етапів. На першому етапі мовні одиниці, відібрані із сатиричних художніх текстів англійської літератури ХХ сторіччя, поєднуються в групи на основі спільних дескриптивних компонентів, формується гілка семантичних груп негативної етичної оцінки. Між семантичними одиницями, включеними в досліджуваний фрагмент, існує зв'язок у вигляді імпліцитних ознак, які виконують роль підстав етичних оцінок. До підстав негативних етичних оцінок належать імпліцитні ознаки «аморальний», «злий» і «порочний». Сукупність мовних одиниць, отримана в результаті вибірки, розбивається на три макрогрупи, що містять оцінки з погляду орієнтації на етичну норму, дотримання правил і заповідей, усталених у національному співтоваристві.

Другий етап моделювання – створення семантичного простору сублімованих етичних оцінок, системи понять, якою оперують члени національно-культурного товариства, даючи оцінку тим або іншим фактам дійсності, наприклад:

*Just because he'd made fourteen hundred of thousand pounds out of the New Guinea Old Scandal, it was inevitable that he should mistake a jolly little tarantula like Charlotte for a jolly little kitten.*

(Huxley, Chawdron, p. 18)

У словосполученні *a jolly little tarantula* іменник *tarantula* входить до групи іменників з імпліцитними ознаками «задоволення корисливих потреб, аморальна, соціально-комунікативна поведінка».

Третій етап, пов'язаний зі змістовим складом лексичних груп, орієнтований на вивчення закономірностей, що лежать в основі комбінації оцінок – сублімованих, раціоналістичних, гедоністичних і психологічних. Такий аналіз являє собою комплексне вивчення біологічних, психологічних та прагматичних підстав мовних оцінок, наприклад:

*It was an unreal life, because it ignored the harshness and evil of the world and baselessly assumed that its gentle ideology was shared by everyone except a few worthless and unimportant persons, chiefly of the criminal classes.*



(Aldington, All men are enemies, p. 31)

У наведеному прикладі прикметник *gentle* входить до групи прикметників з імпліцитними ознаками «аморальні теорії життя, відсутність моральних принципів».

Оцінка як форма передачі культурно-історичного досвіду людства в його національних варіантах закована в лексиці, що є моделюючою системою оцінного континууму. Об'єктивна дійсність оцінюється мовцем з точки зору добра і зла, шкоди і користі, доцільності і недоцільності, інтересу і нудьги тощо. Соціально обумовлене членування спирається не стільки на семантичну компетенцію мовців, скільки на їхню прагматичну компетенцію, наприклад:

*Exact rules of morals and etiquette, ruthless criticism of neighbours, an insurmountable class-barrier raised against all who were considered socially inferior, hostile disapproval of superiors these were clearly the code of my friends parents and he had grown up with a deep-rooted resolution to model his own life on opposite principles.*

(Waugh, The Complete Short Stories, p. 68)

В аналізованому словосполученні *exact rules of morals and etiquette* прикметник *exact* містить імпліцитну ознаку «порочних режимів життя».

Схема тезаурусу для семантичного простору «Негативна етична оцінка» розроблена нами з урахуванням егоцентричних і гомоцентричних аспектів поведінки людини, які підкреслюють діяльнішу сторону етичної оцінки. Егоцентризм як крайня форма індивідуалізму й егоїзму, що виражає спрямованість дії на самого себе, і гомоцентризм, що означає взаємспрямованість дій людей одне на одного, визначають зміст гуманістичної таксономії лексичних засобів етичної оцінки [5: 9].

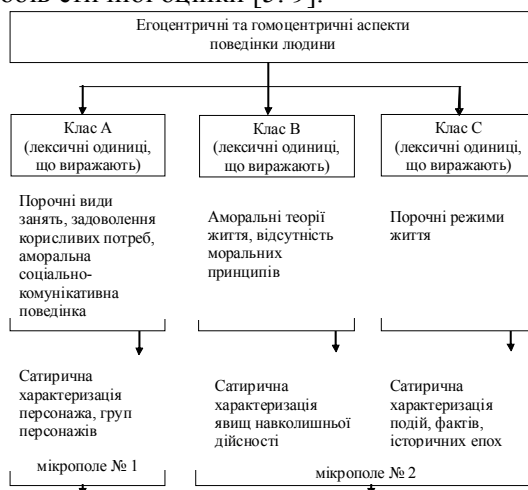


Рис. 1.1. Тезаурус негативної етичної оцінки

У розробленій нами схемі тезаурусу для семантичного простору сублімованої етичної оцінки показано, як лексичні одиниці розподіляються за класами, останні у свою чергу дробляться на групи – семантичні мікрополя, кожне з яких поєднує мовні одиниці з інтегральним концептом сатиричної характеристики.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. – 138 с.
3. Дземидок Б.О. О комическом. – М.: Прогресс, 1974. – 223 с.
4. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1997. – 263 с.
5. Писанова Т.В. Национально-культурные аспекты оценочной семантики. Эстетические и этические оценки. – М.: Икар, 1997. – 320 с.
6. Aldington R. All men are enemies. A romance. – Lpz. Bologna, 1938. – 466 p.
7. Huxley A. Chawdron. – L. Faber and Faber, 1973. – 178 p.
8. Waugh E. The Complete Short Stories. – L.: David Campbell Publishers Ltd., 1998. – 592 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ірина Розова** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри практики та фонетики англійської мови Горлівського державного педагогічного інституту іноземних мов.

*Наукові інтереси:* проблеми аксіології сатиричного тексту.

## СТРУКТУРНО-КОМПОЗИЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНАЛІТИЧНОЇ СТАТТІ З ЮРИДИЧНОЇ ТЕМАТИКИ

Ірина СЕМЕНЮК (Житомир, Україна)

*У статті розглянуто основні структурно-композиційні характеристики аналітичної статті з юридичної тематики, проаналізовано лінгвокогнітивні механізми створення композиційних блоків.*

*The structural composition features of the analytical newspaper article on a legal problem are investigated in this paper. The linguocognitive mechanisms of composition blocks creation are analyzed.*

**Актуальність** статті визначається дослідженням публіцистичного стилю як підсистеми соціального порядку, яке займає важливе місце у комунікативно-когнітивній системі стилів сучасної англійської мови, функціонує у певному соціально-культурному контексті: науковому, політичному, адміністративному, художньому та ін. За допомогою цих контекстів тексти публіцистичного стилю сприймаються як цілісний словесний твір, який відбиває дійсні життєві ситуації. Публіцистичний стиль відтворює актуальні проблеми суспільного життя та відзначається певним набором мовних засобів, їхньою яскравою експресивністю й оцінним характером [10: 16]. Об'єктом дослідження є аналітична стаття з юридичної тематики як складна багаторівнева структура. Предметом аналізу є структурно-композиційні характеристики аналітичної статті з юридичної тематики. Метою статті є визначити основні композиційні структури аналітичної статті з юридичної тематики, виявити лінгвокогнітивні механізми створення композиційних блоків.

Під поняттям "*аналітична стаття з юридичної тематики*" (АСЮТ) розуміється жанр, призначений для аналізу актуальних, суспільно значущих процесів розслідування злочинів, осіб злочинців, причин злочинності й закономірностей, які ними керують. Функція АСЮТ – відобразити об'єктивну дійсність, дати оцінку фактам, висловленим у газетних повідомленнях [1: 402]. АСЮТ пояснює читачам як суспільну, так і особисту значущість актуальних процесів аналізу злочинів, характерних особливостей особи порушника закону, їхні причинно-наслідкові зв'язки і ініціює читачькі роздуми, дії, пов'язані з предметом відображення у публікації; привертає увагу аудиторії до задач та проблем, які виникають у зв'язку з описуваними ситуаціями; показує стратегічні або тактичні інтереси учасників цих подій [9: 150]. Декодуючи текст аналітичної статті, читач реконструює суб'єктивну реальність через текст, створений автором, і таким чином осягає природу об'єктивної дійсності.

Жанр АСЮТ є неоднорідними. До традиційних газетних статей цього жанру належать [5: 5]: 1) стаття інформативного характеру; 2) оглядова стаття загального характеру; 3) загальна стаття проблемного плану. Перераховані види статей відрізняються наступними ознаками: змістом, рівнем узагальнення, загальним характером побудови; структурою і довжиною окремих речень і всього тексту; широтою лексики, що вживається; ступенем повторюваності лексичних одиниць і граматичних конструкцій; побудовою абзаців і характером зв'язків між ними та ін. [5: 7].

Зміст *аналітичної статті інформативного характеру* зводиться до опису фактів, спостережень. Така стаття, як правило, позбавлена конотацій, окрім функціонально-стилістичної, властивої всім видам публіцистичного тексту. Наприклад: ***Gang Snitch Gets 22 Yrs. For Murder. POUGHKEEPSIE – A confessed killer for a street gang has been sentenced to 22 years to life in prison in the ambush of two men last summer. Sabir Archer, 20, had pleaded guilty to second-degree murder for the June 16, 2002, shooting death of Gregory Bellamy, 28. He also admitted wounding 24-year-old Starling Parker, Bellamy's cousin, in the parking lot of a Poughkeepsie deli.***

*Archer was a key witness in the trial of Marcus Wiggins, 23, who was convicted in June of second-degree murder, conspiracy and criminal possession of a weapon. Archer said they killed Bellamy to avenge the shooting death two weeks earlier of Isa Cherry, a fellow member of the Mad Drama gang. Defense attorney Kevin MacKay asked the judge to impose only a 17-year sentence for both shootings, saying his client kept an agreement with prosecutors to testify against Wiggins.*

"These people could easily kill my client," he said, referring to Mad Drama members who attended the trial [11].

У цій статті повідомляються факти, пов'язані із відомим судовим процесом над убивцею Сабіром Атером (він сам зізнався у скоєні низки вбивств), який свідчив проти іншого члена своєї банди – Маркуса Вігінса. Автор статті інформативного характеру не ставить перед собою мету виявити причини ситуації, що склалася в ході розслідування цих злочинів, а констатує добровільне зізнання злочинця у скоєних злочинах (*pleaded guilty to second-degree murder; admitted wounding 24-year-old Starling Parker*) та свідчення останнього на суді проти своїх колишніх друзів з певною метою (*a key witness in the trial of Marcus Wiggins; kept an agreement with prosecutors to testify against Wiggins*).

Оглядова стаття відзначається вищим рівнем складності як змісту, так і побудови, високим рівнем узагальнення і містить елементи образності і експресивності [5: 6]. Проаналізуємо приклад оглядової статті загального характеру: **Warrant Says Teen Had Threatened Police Investigators Seek Youth's Cellphone Data.** *The Centreville teenager who shot and killed two Fairfax County police officers last month had made "threats to kill a police officer" on two occasions, including on the day of the attack outside a police station, according to a search warrant. Police are continuing to investigate the shootout May 8 behind the Sully District station in Chantilly that took the lives of Detective Vicky O. Armel, 40, and Officer Michael E. Garbarino, 53. The shooter, Michael W. Kennedy, 18, was killed by officers in the parking lot where he had opened fire. Homicide detectives obtained a search warrant for Kennedy's cellphone. Police declined to say why they were pursuing the teenager's voice mail and text messages from the days and hours before the shooting. The warrant called the messages "evidence relating to the crime of murder" but did not elaborate* [12].

Так, у поданій статті розкривається загальна концепція місця й ролі поліції у вихованні і процесах становлення соціально-етичних відносин між людьми. За своїм характером ця концепція є соціально-етичною. Перш за все тому, що стаття розглядає такий важливий соціальний феномен, як злочинність неповнолітніх і її трансформацію під впливом відносин у суспільстві (*Police declined to say why they were pursuing teenager's voice mail and text messages from days and hours before shooting*). Мета такої публікації полягає в тому, щоб привернути увагу читачів до того, чому поліція як одна з найважливіших рушійних сил законодавчої влади може стати причиною скоєння злочину підлітком.

Загальна стаття проблемного плану пов'язана з потребою вирішення задач важливих, для суспільства. Чим більшого числа людей торкається проблема (у нашому випадку – проблема злочинності), тим вона важливіша та більше заслуговує уваги засобів масової комунікації. Усі вони підпорядковані досягненню основних цілей проблемного виступу: 1) опису і оцінці проблемної ситуації; 2) з'ясуванню причин виникнення проблеми (бар'єру, перешкоди, задачі); 3) встановленню програми і пошуку шляхів вирішення проблеми, тобто формулювання дій [9: 160].

У зв'язку з наведеним вище варто зауважити, що у газетній публіцистиці особливо виразно виявляє себе *категорія оцінки*, оскільки публіцистичний текст народжується завдяки певному способу оцінювання дійсності. Оцінювання в загальній статті проблемного плану – явище комунікативно різнопланове. Вона соціально визначена у часово-просторовому мовному вияві, має прагматичне підґрунтя, оскільки мова преси орієнтована на загальнозначущість, загальнодоступність, дієвість, публічність. Оцінка пов'язана із структурно-семантичними властивостями газетної лексики, через яку здійснюється вплив на читача та формування у нього ціннісних орієнтацій [10: 22]. З логіко-семантичного погляду виокремлюється кілька *типів оцінок*, а саме: *антропоцентричної, християнсько-релігійної, культурно-естетичної, національно-етнографічної, соціальної* [10: 24]. Усі з названих категорій знаходять відображення в загальній статті проблемного плану, оскільки пов'язані з оцінкою людини в навколишньому світі, її потреб і суспільної діяльності. Як правило, опис проблемної ситуації існує в єдності з оцінкою різних аспектів останньої.

Проаналізуємо уривок загальної статті проблемного плану, що присвячується розгляду численних летальних випадків, пов'язаних з долею людей, які брали участь у постановці п'єси Шекспіра "Макбет" [12]. У статті оцінке навантаження несуть питання журналіста,

звернені до акторів і режисера п'єси: *What if you are actually performing "Macbeth"? Then what do you do? You can't just substitute "Scottish Play" every time he's mentioned, can you? Why is theater so superstitious? You guys don't have any "Macbeth" nightmare stories, do you? Want to guess what play was first performed in New Theatre? How about dead man's name?* Для журналіста важливим є виявлення тих причин, на які в сучасних умовах можна вплинути так, щоб запобігти вбивствам. Оскільки будь-яка ситуація містить внутрішні суперечності, це може викликати сумніви в правильності та необхідності постановки будь-якої мети, задачі, пошуку шляхів їхнього рішення. Автор не наводить особисту думку про те, що відбувається, проте після короткого переліку окремих летальних випадків, які відбулися з акторами, формулює в непрямій формі відповідне питання-сумнів (*You need more?*) та адресує його аудиторії. При постановці питання журналіст посилається на досвід людей, які були свідками трагедій.

При виділенні структурних характеристик АСІОТ враховуємо, що діяльність сучасних ЗМІ ґрунтується на використанні вторинної інформації, яка пройшла через руки посередника. Указані особливості пояснюємо необхідністю включення в тексти ЗМІ спеціальних сигналів, які орієнтують читача у "морі авторського тексту" [4: 124]. Найбільш детальна схема композиції текстів АСІОТ містить наступні компоненти [2: 131]: *коротке повідомлення* (включає – заголовок та вступ); *головна подія*; *фон*; *контекст*; *історію*; *вербальні реакції (або коментарі)*. Під час ідентифікації вказаних складників тексту читач спирається на графічні та семантичні сигнали. *Заголовок і вступ* (які утворюють *коротке повідомлення*), відокремлені від решти тексту завдяки ініціальній позиції та більшому шрифту, який забезпечує їхню візуальну визначеність. При ототожненні *головної події*, яка охоплює частину повідомлення, що розкриває зміст заголовка та вступного абзацу, читач спирається на тематичну єдність тексту. Остання становить головний зміст інформації і визначає їх макроструктуру, тобто ґрунтується на семантичних критеріях. Надзвичайна подібність *фону*, *контексту* та *історії* зумовлює їхнє злиття, а тому обмежимося виділенням єдиної категорії *фону*, про яку сигналізують лексичні одиниці, що локалізують інформацію до або після *головної події*. До факультативних категорій відносяться *коментарі (вербальні реакції)*, що включають висновки, припущення, роздуми та іншу додаткову інформацію [2: 258].

За традиційним підходом *композиція* публіцистичного тексту має такі складові: *зав'язка*, *розвиток події*, *кульмінація*, *розв'язка*, *епілог* [6: 12-19]. Беручи за основу ці елементи, виділяють такі основні композиційні блоки: 1) вступ до проблеми (як еквівалент експозиції); 2) постановка проблеми, введення тези та антитези; 3) зіткнення тези та антитези (еквівалент зав'язки); 4) аргументація, що доводить істинність тези та спростовує антитезу (еквівалент розвитку події); 5) рекомендація, синтез, похідне від зіставлення тези та антитези; 6) результат проведеного порівняння (еквівалент кульмінації); 7) "образний орієнтир", узагальнена оцінка, що дає можливість застосування робочої ідеї для осмислення та оцінки інших аналогічних проблемних ситуацій (еквівалент розв'язки) [7: 118]. Цей деталізований план розгортання статті можливо звести до наступної схеми побудови газетного повідомлення: певна *теза-положення* (у вступі або інтродуктивному блоці), яка потім *доводиться*, *доповнюється*, *підтверджується*, *розшифровується* рядом доказів та аргументів і *приходить* до певного висновку в кінцівці.

У більш об'ємних інформаційних матеріалах композиція статті підкоряється закономірностям, які, умовно кажучи, можна сформулювати як правило "*снігової грудки*" [8: 260]. Суть його полягає в наступному: заголовок повідомлення дає найважливішу інформацію, перший абзац стисло висвітлює цю інформацію, послідовні абзаци розширюють, уточнюють, доповнюють відомості, висловлені у заголовку і в першому абзаці. Наприклад: *Prosecutors: Jury's Morales letters faked*. Заголовок указує головну тему тексту. Йдеться про аморальну поведінку адвокатів, які щоб допомогти уникнути смертної кари своєму підзахисному, надіслали губернатору штату Каліфорнії Арнольду Шварценегеру листа з проханням помилувати засудженого від імені членів суду присяжних, хоча останні свою причетність до цієї справи заперечують. Проте як і перший, так і наступні абзаци містять посилання на джерело інформації – *SAN FRANCISCO (AP) – Lawyers for a death row*

*inmate, including former Whitewater independent counsel Kenneth Starr, sent fake letters from jurors asking California's governor to spare the man's life, prosecutors said Friday.* Причому перший абзац статті повідомляє основні факти.

Другий і третій абзаци розгортають думку, інтерпретуючи кожне слово першого, скорочують те, що вже розкрито раніше, та розкривають те, про що на початку лише згадувалося: *The jurors denied they thought Michael Morales deserved clemency because some of the testimony at his trial may have been fabricated, said Nathan Barankin, spokesman for Attorney General Bill Lockyer. San Joaquin County prosecutor Charles Schultz also said the letters sent to Gov. Arnold Schwarzenegger last week were "untrue" and "pure fiction."* Четвертий і п'ятий абзаци дають інформацію про іншу точку зору на подію, а саме думку адвокатів щодо зміни свідчень членів суду присяжних: *Morales' other clemency attorney, David Senior from Los Angeles, said he stood by the validity of the six sworn statements he and Starr sent to the governor. He suggested that the jurors might have gotten cold feet when they were contacted by prosecutors in the last two days. "When the D.A. and A.G. show up with badges and guns and say whatever, they can intimidate a lot of people and that's their game," Senior said.* Шостий абзац виконує роль підсумку і доводить, що остаточне вирішення конфлікту залежить від позиції губернатора: *Schwarzenegger spokeswoman Margita Thompson declined to address the dispute, saying only that the governor, when deciding on clemency, will consider "all the information that is provided to him when making the decision" [13].*

Отже, тенденція до спрощення публіцистичного тексту зумовлює рухомість структури та призводить зменшення кількості композиційних блоків до трьох. Тому головними елементами стають *експозиція, корпус* (що вміщує розвиток події) та *висновки* (кульмінація та розв'язка), інші складові, на нашу думку, є факультативними.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. – М.: Изд-во литературы на иностр. языках, 1958. – 457 с.
2. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1989. - 312с.
3. Космеда Т. Аксіологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 350 с.
4. Луканина М.В. Газетный текст через призму теории коммуникации // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2003. – №2. – С. 124-133.
5. Мальчевская Т.Н. Научный текст как объект исследования при разработке стилистических проблем теории речевой коммуникации // Чтение, перевод, устная речь. Методика и лингвистика. – Л.: Наука, 1977. – С. 1-12.
6. Особливості мови і стилю засобів масової інформації / А.П. Коваль, Г.Я. Солганик, О.Ф. Пінчук та ін. - К.: Вища школа, Вид-во КДУ, 1983. – 151с.
7. Пешкова Т.В. Прагматичні аспекти літературно-критичної статті (на матеріалі рецензій німецької газети «Süddeutsche Zeitung») // Вісник КНЛУ. Іноземна філологія. - К.: ВПЦ «Київський університет». - 2002. - № 33. - С. 114-119.
8. Стилистика английского языка / Мороховский А. Н., Воробьева О. П., Лихошерст Н. И., Тимошенко З. В. – К.: Вища школа, 1984. – 247 с.
9. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
10. Шаповал О.В. Комунікативно-стильові параметри вторинної номінації в газетно-журнальній публіцистиці 80–90-х років ХХ століття: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. - Дніпропетровськ, 2003. - 187 с.
11. <http://www.nypost.com/news/regionalnews/3872.htm>
12. [http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2006/06/03/AR2006060300894\\_pf.html](http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2006/06/03/AR2006060300894_pf.html)
13. [http://www.usatoday.com/news/nation/2006-02-11-jury-letters\\_x.htm?csp=34](http://www.usatoday.com/news/nation/2006-02-11-jury-letters_x.htm?csp=34)

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ірина Семенюк** – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської мови ННІ іноземних мов Житомирського державного університету імені Івана Франка.

*Наукові інтереси:* прагматика тексту, лексична семантика, порівняльна стилістика англійської та української мов, функціональна стилістика.

## **ДО ПРОБЛЕМИ ПОНЯТТЯ ТЕКСТУ І РОЛІ ЗАГОЛОВКА ТЕКСТУ ЯК ЙОГО ОРГАНІЗУЮЧОГО ЕЛЕМЕНТУ**

**Тетяна ТОКАРЄВА (Кіровоград, Україна)**

*У статті розглядаються особливості тексту як об'єкта стилістичного аналізу та роль заголовка тексту, як елемента, що організовує цілісність тексту.*

*The peculiarities of the text as the main issue of stylistic analysis are viewed in the article. The importance of the title which serves to organize the text integrity is also studied by the author.*

Поняття „текст” набуло в останні роки чималої популярності в різноманітних наукових колах. Про текст багато пишуть і сперечаються вчені, опубліковано велику кількість статей і книг. Проблемами тексту займаються не тільки стилісти, але й лінгвісти, філософи, мистецтвознавці, психологи, етнографи. Звернення до цієї тематики розглядається як прояв схильності до наукового новаторства.

В останні десятиліття в зв'язку із зростаючим інтересом до проблем функціонування мови розвивається особлива галузь мовознавства, що отримала назву лінгвістики тексту. Відповідно виникає питання про співвідношення цієї нової наукової дисципліни з традиційними лінгвістичними і суміжними, зокрема зі стилістикою, що свідчить про актуальність теми і інтересу до неї. Так, М.Н.Кожина, розглядаючи питання визначення понять „стиль” і „стилістика” в ракурсі лінгвістики тексту, вважає необхідним розрізнити поняття „стиль тексту” і „мова тексту”. При цьому називає текст „вищою категорією як лінгвістики, так і стилістики [8: 63].

Деякі лінгвісти скептично оцінюють захоплення текстом, критикують дослідження питань, що стосуються його. Інші вчені, навпаки, вважають, що проблематика тексту займає останнім часом одне з перших місць в світовій лінгвістиці. Текст став однією з найважливіших лінгвістичних категорій.

Метою статті є розкриття поняття тексту, його ознак та якостей, а також роль заголовка тексту як його організуючого елемента.

У другій половині XIX століття сформувався текстоцентричний підхід до вивчення мовних одиниць. Цей підхід орієнтує дослідників на розгляд слова (чи іншої мовної одиниці) у мовленні, у його функціональних виявах. Він дає можливість досліджувати функціонування різних типів текстів відповідно до сфери, умов і настанов мовної комунікації. Текстоцентричний підхід до вивчення мовних одиниць потребує посиленої уваги до поняття „текст”, власне, з'ясування того, що входить в це неоднозначне поняття. Найзагальнішим і найпоширенішим є таке визначення: „Текст (від лат. *textum* – тканина, зв'язок, побудова) – це об'єднана змістовим зв'язком послідовність мовних одиниць, основними властивостями якої є зв'язність і цілісність” [1: 490].

Більшість дослідників, оперуючи терміном „текст”, або уникають давати визначення тексту як універсальної мовної одиниці, яку важко означити, або дефініюють це поняття, актуалізуючи важливу з їхнього погляду ознаку тексту, як, наприклад: „писемний чи усний потік, що являє собою послідовність звукових, графемних елементів у синтаксичних структурах (реченнях), які виражають комплекс пов'язаних між собою суджень” [2 : 35].

Розвиток комунікативної лінгвістики розширює уявлення про текст не тільки як про готовий продукт мовлення, а й як елемент комунікативного акту в позиції між трансмісором і реципієнтом, між мовцями, між адресантом і адресатом.

Л. Лосева поширює своє визначення тексту суб'єктивним чинником – ставленням автора. У неї текст – це „повідомлення у письмовій формі, що характеризується смисловою і структурною завершеністю і певним ставленням автора до оповідання”.

Комунікативний напрямок як важливий аспект поняття тексту найбільш чітко проявляється у визначенні тексту, яке дає Г. Глінц: „Текст – це мовленнєвий твір, створений автором з метою ідентичного сприйняття і зафіксований з метою однакового впливу, як правило не на одного читача (слухача), а на декількох” [8: 62].

Ідею самодостатності тексту (закрита структура) і разом з тим зв'язку його з іншими текстами метафорично виразив відомий російський вчений М. Бахтін: “Текст живе лише стикаючись з іншими текстами ... Лише у точці такого контакту текстів спалахує світло, що світить назад і вперед”. Тому у визначенні тексту намагаються надати йому якомога ширшу перспективу і композиційний простір. Д. Баранник вважає текстом „писемний або усний мовленнєвий масив, що становить лінійну послідовність висловлень, об'єднаних у ближчій перспективі смисловими і формально-граматичними зв'язками, а в загальнокомпозиційному, дискантному плані – спільною тематикою і сюжетною здатністю”.

З розвитком лінгвістики тексту як окремої галузі мовознавства і навчальної дисципліни лінгвістичного аналізу тексту у вищих навчальних закладах зусиллями досліджень теоретиків і науковців-практиків уточнюються тлумачення тексту, розширюється обсяг і поглиблюється зміст поняття „текст”.

Попереднє, поширене в 60–70-х роках ХХ ст. Розуміння тексту як продукту мовлення, як статичного об'єкта, що не розкладається на частини, когерентної множинності темно-ремних послідовностей доповнюється результативно-діяльним: текст як комунікативний твір, як „складне лінгвістичне утворення, що інтегрує в собі образ позамовної дійсності, комунікативну дію, специфічну формальну структуру”. Лінгвістика тексту збагачується поняттями стилістики і риторики: інтенція, диспозиція та іллокуція мовностилістичних засобів тексту, образ автора, образ реципієнта.

Лінгвістика тексту кінця ХХ – початку ХХІ ст. розгалужується в кількох напрямках:

а) вивчаються тексти різних галузей мовної комунікації та інтегруються знання про їх комунікативно-прагматичні властивості;

б) досліджуються основні текстові категорії – модальність, референційність, предикативність – та мовностилістичні засоби їх вираження;

в) вивчаються мовні ознаки текстів відповідно до інтенціонального (від адресанта) та рецептивного (до адресата) аспектів „бачення” тексту;

г) вивчається текстотворення в межах комунікації певного типу, яка відповідає дискурсу як соціокультурній сфері, тобто досліджуються ознаки тексту, що залежать від соціокомунікативної сфери;

д) розглядається текст як явище культури, як засіб між культурної комунікації, а також тексти, що функціонують у різних етнокультурних спільнотах, але представляють один тип дискурсу (дипломатичний дискурс, академічний, політичний, фінансовий, спортивний, музичний та ін.) враховуються етнолінгвістичні та стилістичні ознаки спілкування.

Таким чином, зіставлення предмету і задач досліджень лінгвістики і стилістики тексту вказує, з одного боку, на спільність цих двох напрямів мовознавства, з іншого – певні розбіжності. Взагалі, суть будь-якого текстового аналізу полягає не в описі мовної системи (це сфера традиційної лінгвістики), а у виявленні закономірностей функціонування мови в процесі спілкування. Саме це і є дослідженням функціональної стилістики.

В результаті лінгвістичного аналізу текстів що належать до різних рівнів таксономії (класи, типи, види) і різних суспільних сфер мовної комунікації, та практики продуктивного і репродуктивного текстотворення в межах різних функціональних типів можна виділити й описати основні ознаки текстів. До них належать:

1. *Цілісність*, або когерентність (від лат. *cohaerenta* – зв'язок, зчеплення), розуміється як єдність змістової, комунікативної, структурної і формально-граматичної цілісності. Цілісність тексту підтримується текстовими категоріями: континуумом (від лат. *continuum* – безперервне, суцільне) та колізією (лат. *collisio*, від *collido* – стикаюся). Континуум тексту розглядається як послідовність подій, процесів, фактів, явищ та ідей, які розгортаються у просторі й часі тексту. Колізія означає зіткнення протилежних сил, їх інтересів і прагнень.

2. *Зв'язність*, або когезія (від лат. *cohaesus* – зчеплений), яка забезпечується єдністю горизонтального і вертикального контекстів. Образна зв'язність тексту забезпечується системою образів (позитивних, негативних, головних, другорядних, периферійних) та наскрізними образами-символами. Основними мовними засобами образної зв'язності є тропи і фігури. Стилійна зв'язність тексту полягає у галогенності і гармонійності його стилійної системи та у відповідності її стилізованим параметрам певного стилю чи підстилю

і жанровому різновиду. Стилістична зв'язність кожного тексту стає очевидною через доцільність і співмірність стилістично-нейтральних, стильових і стилістично маркованих одиниць, через доречне і майстерне використання фігур слова (тропів) і фігур думки (стилістичних фігур).

3. *Членованість* тексту. Властивість тексту бути комунікативно членованою одиницею свідчить про гармонійність його природи. Розрізняють членування тексту за кількома ознаками: змістове і технічне, концептуальне й методичне, глибинне і поверхове, об'єктивне і суб'єктивне, смислове і формальне. Найскладнішим є членування тексту за ознаками об'єктивності і суб'єктивності. Найбільш помітне в художніх текстах, де може діяти кілька ліній текстових модальностей, авторських задумів, рецепцій, рефлексій. Композиційне і формально виражене членування суттєво залежить від стилю, підстилю і жанру тексту. Ознака членованості є дуже важливою для дипломатичних текстів, у них вона часто має статус „визначальної окресленості”.

4. *Лінійність* тексту ніби організовує дискретні мовні одиниці у послідовність мовного викладу і спрямовує континуум у певному напрямку.

5. *Інформаційність* тексту. Кожний текст, що має названі вище ознаки, вже є інформаційним: поряд з мовними знаннями і в сукупності з ними він передає екстралінгвістичні знання. Текст – акумулятор інформації і канал її передачі. Інформація (від лат. *informatio* – роз'яснення) як здобуті людським розумом і досвідом знання та повідомлення про них є основою і наповненням незліченої кількості мовних текстів.

6. *Завершеність* тексту. Ця ознака притаманна лише конкретним текстам з визначеними межами. У текстах широкого тлумачення, особливо дискурсах, вона має відносний характер. Можуть бути тексти, зокрема художні, зумисне не завершені автором або такі, в яких предметне і фабульне завершення не є завершенням ідеї, ментальних концептів тощо. Такі тексти можуть потребувати або, точніше, провокувати створення наступних текстів [6: 64-68].

Мова словесного твору являє собою конкретну систему організації мови твору виступають стилістичні якості тексту, головними з яких є простота, лаконічність та багатослів'я. Говорити просто – це говорити ясно, чітко, правдиво, без фальшивого пафосу в інтонації, без шаблонних засобів образності та перифраз. До джерел простоти мови, закладених в самій мові, можна віднести наступні:

1. *Використання дієслів замість іменників*. Німецьке прислів'я говорить: „Wenn man den Teufel an die Wand malt, kommt er“. Порівняймо, як комічно звучало б прислів'я, якби дієслова замінити іменниками: *Nach durchgeführter Anmalung des Teufels an die Wand steht sein Kommen zu befürchten*. Нагромадження іменників робить текст абстрактним, менш визначеним, реалістичним і шаблонним. Порівняймо, наприклад: „Inzwischen war die Meldung eingegangen, dass die Beschießung der Brücke ihren Fortgang genommen hatte.“ – „Inzwischen hatte die Vorhut gemeldet, die Brücke werde auch weiterhin beschossen.“

Дієслова роблять мову не тільки простішою, але й точнішою, адже, дієслово вимагає вказівки на діючу особу і на те, що і як робиться або зроблено. Вибір дієслів та іменників залежить насамперед від функціонального стилю. Стиль ділового спілкування називають „іменним стилем” (*der nominative Stil*), так як іменний спосіб оформлення думки є для нього нормою в побутовому спілкуванні, в тому числі і в повсякденно-діловому, такий спосіб надає мові фальшивості. В той час в окремих художніх напрямках, таких як імпресіонізм, іменник виступає в ролі відповідного стилістичного засобу.

2. *Відмова від використання різноманітних аналітичних дієслівних конструкцій* (*die Streckverben*), які роблять мову багатослівною. Наприклад, замість конструкцій „in Erwartung eintreten, die Sache in Bearbeitung nehmen, Feststellungen treffen, Verfügungen erlesen“ та ін., використовувати прості і зрозумілі дієслова „*etw. besprechen, erwagen, bearbeiten, feststellen, ausdrücken, fertigen, prüfen, erledigen*“ тощо.

3. *Помірне використання прикметників*, тільки в тих випадках, коли вони надають яку-небудь нову характеристику, показують предмет зі своєї сторони. Проте, занадто скорчені прикметники обтяжують висловлювання, роблять його мало наближеним до дійсності.



4. *Використання простих і складних конструкцій.* Проста мова не обов'язково вимагає використання простих, коротких речень. Прості конструкції, якщо вони не виконують специфічних естетичних завдань, не спрощують мовлення, а навпаки, надають йому недосконалість. Висловлювання короткими або довгими реченнями пояснюється індивідуальністю того, хто говорить, особливо письменника. Складні конструкції знижують простоту стилю, якщо вони використовуються для опису простих і зрозумілих явищ. Але складний синтаксис, як, наприклад, у Т.Манна, не знижує простоту стилю, а, навпаки, посилює її, показуючи процес становлення думки, складність ситуації, порядок логічного ходу думок і мовлення, встановлюючи внутрішній зв'язок між явищами, наприклад:

Kurz nach Mitte Oktober sahen wir, mit entzetzter Bewunderung, zum ersten Male Kozaken in Weimar. Der französische Gesandte entfloh, und wenn man ihn vor seiner Abreise nicht isulierte, so nur darum nicht, weil noch nicht absolutdeutlich war, wie das Schicksal es meinte, und wie man sich zu verhalten hatte, um auch gewiß mit Macht und Erfolg in Harmonie zu sein. (Th. Mann. Lotte in Weimar).

Лексичний словник німецької мови, як і будь-якої іншої, містить достатньо можливостей для того, щоб називати речі своїми іменами. Простота мовлення несумісна з пишною фразою, шаблонною перифразою, метафорою, порівнянням. Вони відволікають слухача і читача від основного змісту мовлення. Проте в художньому мовленні пафос може виражати певні естетичні якості твору, як наприклад, іронію в романі Т.Манна „Зізнання авантюриста Фелікса Круля” або сатиру в романі Т.Манна „Вірнопідданий”.

Лаконічність як стилістична якість мови виражається відсутністю зайвих слів. Якщо та чи інша думка виражена найменшою кількістю слів, то це – лаконічність. Джерелами лаконічності виступають наступні можливості:

1. Вибір слів, які забезпечують точність викладення думки, тобто відповідність слів певним предметам або явищам. Точність досягається за допомогою вибору слів з числа тих, якими володіє мовна система. Вибір визначається багатьма факторами. Аспект точності можна пред'явити у вигляді класифікації синонімічних слів.

2. Відсутність:

а) мовних зворотів, які містять однозначні слова і вирази: einander gegenseitig, ein alter Greiss; ein kleines winziges Männlein;

б) повторень. Близьких по змісту словосполучень і речень: sie reden gewandt, sie redten flüssig;

в) мовних штампів, наприклад: auf das Konto kommen, die Schaffung der Voraussetzung.

Протилежною якістю лаконічності є багатослів'я. З точки зору стилістики – наприклад, функцію пояснення, посилення експресії, створення певної тональності, парадності мовлення.

„Надмірна лаконічність калічить те, що величає” (Діонісій Галікарнаський), „Іноді треба вміти улещувати слухача багатослів'ям, для того, щоб вразити його, підкорити своїй волі (Теофаст). Та чи інша якість тексту залежить від комунікативного наміру автора і його індивідуальності.

Заголовок є першим знаком твору. У змістовій структурі твору йому належить вагома роль: він передає в концентрованій формі основну тему або ідею. Дана функція заголовка обумовлює його зв'язок з цілим текстом, а також можливість реалізації змісту заголовка в повному обсязі тільки в його ретроспективному прочитанні, тобто після реалізації всіх ліній зв'язку “заголовок – текст”.

Полісемія слова, а у відомих межах і полісемія словосполучення, використання оказіональних утворень (слів і словосполучень) в якості заголовка також визначають необхідність враховувати зв'язок “заголовок – текст”, так як в окремих випадках актуалізація того чи іншого лексико-семантичного варіанту заголовного слова, однозначне декодування семантики оказіональних утворень виявляється можливим тільки на базі цілого тексту.

Якщо заголовок має однозначну семантику, в повному обсязі змісту він сприймається тільки ретроспективно: заголовне слово або словосполучення збагачується в тексті емоційним сприйняттям. Навіть відомі географічні назви, винесені в заголовки, отримують додаткове значення, тобто із нейтральних перетворюються в емоційні означення, які

поєднують конкретизуючи і генералізуюче значення. Так, наприклад, в есе В.Борхерта „Hamburg” або „Die Elbe“ ці географічні назви, винесені в заголовки, набувають додатковий зміст визначення батьківщини, місця, де людина жила, любила і страждала.

Текст твору може виражати іронічний зміст заголовка. Так, іронічний зміст заголовка оповідання Г.Куверта „Das Dild der Schlacht am Isonxo“ створюється завдяки зіткненню іменника „das Bild“ в його вільному значенні і стійкого словосполучення „sich ein Bild machen“, яке міститься в заключному реченні оповідання. Таким чином створюється іронічне протиставлення заголовка і кінця оповідання.

Початок оповідання З.Ленца „Ein Haus lauter Liebe“ дає змогу тлумачити його заголовок як захоплення сім'єю, де всі щиро люблять один одного. Проте під час розвитку подій виявляється нещирість відносин в буржуазній сім'ї і розкривається друге значення заголовка – його іронічний зміст. Текст оповідання руйнує початкове значення заголовка. Слово, задане в заголовку, ніби „пронизує” весь текст, зв'язує його. При цьому з самим словом неминуче відбуваються семантичні зміни, що призводять до утворення індивідуального значення. Усвідомлення цього значення читачем відбувається ретроспективно, повертаючись до заголовка після завершення тексту. Заголовок, з якого починається читання тексту, виявляється рамковим знаком, що вимагає повернення до себе. Цим він ще раз зв'язує кінець і початок, тобто безпосередньо приймає участь в актуалізації не тільки категорії зв'язності, але й категорії ретроспекції.

На ролі заголовка в актуалізації категорії перспекції слід зупинитися детальніше, адже саме вона формує читацькі очікування і відіграє вирішальну роль у прийнятті рішення читати даний твір чи ні. Заголовок, як тільки що було відмічено, – це рамковий знак тексту, яким текст відкривається і до якого читач ретроспективно повертається, закривши книгу. Проте, його специфіка не вичерпується сумісництвом функцій першого і останнього знаку. Не дивлячись на свій нерозривний зв'язок з текстом, заголовок матеріально відчужений від нього: завжди друкується іншим шрифтом, розташований на певній віддалі від першого абзацу, дає змогу включити в цей проміжок додаткові вказівки на жанр, епіграф, передмову і т.д. В широкому читацькому і професійно-філологічному вжитку заголовок функціонує окремо від тексту як його представник, як окремий згорток всього твору. Увібравши в свій незначний об'єм весь художній світ, заголовок володіє колосальною енергією пружини. Розкриття цього згортка, використання всієї цієї енергії має індивідуальний характер і починається воно з очікування знайомства з текстом, з періоду, який умовно можна назвати перед текстовим.

Актуалізація категорій перспекції і прагматичності починається саме тут. Саме тут перелічені категорії починають впливати на майбутнього читача з метою зацікавити його, переконати в необхідності прочитати книгу. У відповідності з виконанням цих перспективно направлених прагматичних задач в заголовку – в перед тексті – на перший план висуваються реклама і контактостановлююча функції. Перша особливо очевидна в творах сучасної масової літератури, активно використовуючи в своїх назвах лексику, зв'язану з кримінальною діяльністю, надприродними жахами тощо.

Заголовок приймає участь в створенні читацького очікування. Ще не маючи опори на текст, заголовок в передтексті здатний апелювати тільки до попереднього досвіду читача. В цій опорі на попередній досвід проявляється те загальне, що характерне для всіх елементів перед текстового комплексу. У випадку з іменем автора ретроспективні опори звужені до літературної компетенції. Для виконання прогностуючої ролі заголовка необхідні зв'язки практично зі всіма областями читацьких знань [3:48-50]. Кожний заголовок виконує тематизуючу функцію в тексті. При цьому можна виділити найбільш типові випадки найменувань твору за одним чи декількома компонентами змістової структури твору: називається основна дійова особа (або група осіб), подія (або події), які являються центром фабульної дії, часу або місця дії. Заголовок, який має структуру словосполучення або речення, може називати одразу два (або більше) компоненти змістової структури твору. Окрім тематизуючої, заголовок може мати символізуючу функцію в тексті. Символічний зміст заголовка формується в межах всього тексту. При цьому можливий розвиток і навіть трансформація символічного змісту заголовка. Так, в новелі Ф.Фюмана „Böhmen am Meer“

вживання цього нереального географічного поняття в якості заголовка пояснюється епіграфом. Однак, в новелі цей заголовок набуває символічного змісту, котрий трансформується з розвитком фабули: в період фашизму „Böhmen am Meer“ символізує загарбницькі плани фашистів в післявоєнні роки, а в роки побудови НДР „Böhmen am Meer“ стає символом батьківщини для німців, котрі переселялись із Судетської області на берег Балтійського моря і тут, в НДР, знайшли свою батьківщину.

Заголовок може містити в собі тематизуючу та оцінюючу функції одночасно. Це властиво заголовкам, обидві частини якого зв'язані сполучником “oder“: Н. Von Doderer „Zwei Lügen oder eine antikische Tragödie auf dem Dorfe“, S. Lenz „Die Lampen der Eskimos oder die Leiden eines Spezialisten“. В деяких випадках заголовок пов'язаний зі змістом оповідання тільки асоціативно. Так Г. де Бройн використовує в якості заголовка позначення відомого міфологічного сюжету „Raub der Eurora“ для розповіді про те (його веде персоніфікований оповідач), як у героя „дехто“ викрадає наречену. Заголовок пов'язаний з текстом тільки асоціативним зв'язком і його функцію можна оцінити як асоціюючу [6:123-124].

В якій би функції не виступав заголовок, він завжди є організуючим елементом тексту. Це проявляється не тільки в тому, що, прочитавши текст, читач ретроспективно осмислює заголовок, але і в тому, що заголовок функціонує в тексті як одна або декілька номінацій і, таким чином, приймає участь в семантичній організації тексту.

Отже, сказане вище про текст, його ознаки, властивості, а також заголовок та його роль в організації тексту, дає підстави зробити висновок, що кожний текст – унікальний. Текст будується за визначеними закономірностями, які визначаються його функціональним стилем, жанровою приналежністю, основними комунікативними завданнями і тематичною структурою. Текст – це дійсно такий феномен, який не може знаходитися поза комунікацією, за допомогою якої передається зміст, реалізується функція повідомлення. Саме тому текст є джерелом інформації.

Неабияку роль в організації тексту відіграє заголовок, завданням якого є привернути увагу читача, встановити з ним контакт. Кожний заголовок виконує тематичну функцію в тексті. Окрім систематизуючої заголовок може виконувати символізуючу та оцінюючу функції. Проте, в якій би функції не виступав заголовок, він завжди є організуючим елементом тексту.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Баранник Д.Х. Текст//Українська мова: Енциклопедія. – К.,2000.
2. Дудик П.С. Стилїстика української мови. Навчальний посібник. – К., 2005.
3. Ковалик І.І. та ін. Методика лінгвістичного аналізу тексту. – К., 1984.
4. Мацько Л.У. та ін. Стилїстика української мови: Підручник. – К.: Вища школа, 2003.
5. Різун В.В., Мамалига А.У., Феллер М.Д. Нариси про текст: Теоретичні питання комунікації тексту. – К., 1998.
6. Брандес М.П. Стилї и перевод (на материале немецкого языка): Учебное пособие. – М.: Вища школа, 1998.
7. Брандес М.П. Практикум по стилістике текста: Немецкий язык. Учебное пособие для студентов лингвистических специальностей высших учебных заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.
8. Домашнев А.И. Интерпретация художественного текста. Немецкий язык, 2-е изд. дораб. – М.: Просвещение, 1989.
9. Кожина М.Н. соотношение стилістики и лингвистики текста// филологические науки, 1979, №5. – С. 62-68.
10. Ризель Э.Г. Стилїстика немецкого языка. Учебник для институтов и факультетов иностранных языков. – М.: Высшая школа, 1975.
11. Храпченко М.Б. Текст и его свойства // Вопросы языкознания, 1985, №2. – С. 3-9.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Тетяна Токарєва** – кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач секції німецької філології кафедри германської філології Кіровоградського державного педагогічного університету ім.В. Винниченка.

*Наукові інтереси:* проблеми стилістики тексту.

## **КОЛОРИСТИЧНО-ПРОСТОРОВІ ОСОБЛИВОСТІ НАРАЦІЇ У НОВЕЛІ Р.-П. СТВІВЕНСОНА «НОЧІВЛЯ ФРАНСУА ВІЙОНА»**

**Ольга КОЗІЙ (Кіровоград, Україна)**

*У статті досліджуються просторові та колористичні особливості новели Р.Стівенсона «Ночівля Франсуа Війона». Письменник виступає у цьому творі талановитим художником-графіком, що за допомогою чорно-білих опозицій та локального розмежування поділяє художній світ новели на мікросвіти життя і смерті.*

*The article deals with the problem of narration and graphic elements in R.Stivenson's story "A Lodging for the Night: a story of Francis Villon". Using the black/white oppositions the author divides the world in his story into two – of life and death.*

Творчість Р.Стівенсона належить до неоромантичного напрямку, що його літературознавці почасти виділяють лише умовно. Зокрема автори «Літературного енциклопедичного словника» визначають неоромантизм як «низку естетичних тенденцій, що виникли в літературі європейських країн в кінці XIX – на початку XX століття як реакція на натуралізм» [1: 244], М.Терещенко підкреслює повне протиставлення неоромантизму натуралізму, «заперечення побутовізму та типовості» [3: 64].

Неоромантики, подібно до романтиків XIX століття, «оспівували мужність, подвиг та героїку пригод за незвичайних, часто екзотичних обставин» [1: 244]. Наслідування романтиків виявляється і у зображенні героя – особистості незвичної, мужньої, суспільного антагоніста. Слід відзначити, що неоромантики мистецьки опанували нові суспільні та наукові віяння, як то волонтаризм Ніцше та Шопенгауера та вчення З.Фройда [3: 64].

В.Урнов назвав Р. Стівенсона «романтиком особливого складу, не стільки прибічником, скільки антагоністом романтизму» [4: 251]. До зображення незвичайних пригод на екзотичному тлі Р. Стівенсон звертається у романі «Острів скарбів»; «Чорна стріла» – то свідчення його зацікавлення історичною тематикою; за проблематикою та сюжетними перипетіями, що стосуються зображення таємничих, надприродних явищ, «Дивна історія доктора Джекіла та містера Хайда» перегукується з готичним романом М.Шеллі «Франкенштейн».

Досліджуючи творчість Р.Стівенсона, літературні критики зупинялися переважно на аналізі його пригодницьких романів (Н.Д'яконова, О.Бельський), розглядали «Дивну історію доктора Джекіла та містера Хайда» у ракурсі розкриття двоїстості людської особистості, зупинялися на особливостях поетичної мови.

Ми спробуємо проаналізувати один з ранніх творів письменника – новелу «Ночівля Франсуа Війона» з точки зору геометрії та кольорової палітри художнього світу, на фоні якого відбувається ідейно-психологічне протистояння поета Війона та лицаря Енгеррана де ла Фейє.

У плані нарації твір є поєднанням графічності зображення та драматургічного епізоду бесіди Війона зі старим лицарем, оскільки з моменту їх зустрічі письменник мінімізує використання описів та авторської нарації. Р.Стівенсон розгортає діалог міні-п'єси на фоні власного графічного полотна, тому ми зупинимось на просторових та колористичних особливостях художнього світу новели.

Р. Стівенсон цінував творчість французького поета XV століття Франсуа Війона. Перу англійського письменника належить стаття «Франсуа Війон, науковець, поет та злодій». У новелі, яку ми розглянемо, Р. Стівенсон звертається до зображення однієї незвичайної ночі із життя шанованого ним літератора. Письменник починає твір розповіддю, як вночі у будинку біля цвинтаря Франсуа разом зі своїм другом і колегою Гі Табірї писав «Баладу про смажену рибу». Хоча Р.Стівенсон і високо ставив, як ми вище зазначили, творчість Війона, все ж у око впадає гротескно-пародійний спосіб зображення головного героя та відповідне ставлення автора до творчих здібностей поета. З цією метою англійський письменник акцентує увагу на тому, що талановитий літератор має труднощі із знаходженням рими до слова «риба».

Письменник ставить героїв у певні межі за допомогою деталей художнього часу й простору. Новела починається описом пори року й станом погоди. Дія відбувається наприкінці листопада, за вікном панує негода – сніг та вітер. Цим Р. Стівенсон антиципаційно підкреслює прагнення людини до домашнього затишку, що особливо цінується за таких обставин. Домівка, що є замкненим простором, стає своєрідним оберегом, зміцнює душевні сили, надає людині внутрішнього стрижня. Дім – це синтез архетипних батьківського та материнського начал. Снігопад як пейзажна деталь у новелі має двояке значення. Природа, мов білою ковдрою, вкрила все місто і витерла кордони між світами. Це можна простежити на рівні синтаксичної побудови речень третього абзацу твору: «Всі могили були порядно вкриті, високі білі дахи стояли навкруги у своєму поважному вбранні, шановані буржуа спочивали у ліжках, натягнувши ковпаки, не менш білосніжні, аніж ті, що були на їх будинках» [2: 339]. Світ мертвих (могили) та світ живих (будинки з їх мешканцями) однаково вдягнуті, Р. Стівенсон вдається також до порівняння живих людей із неживими предметами – їх житлом.

У реченні письменник розділяє два світи лише крапкою з комою.

Четвертий абзац починається описом будиночка біля цвинтаря, функція якого збігається з функцією абзацу в тексті. Описуючи цей тимчасовий притулок для своїх епізодичних героїв, письменник вдається до антиципації: це було єдине місце, де на той час не спали, і «це було очевидно не до добра» [2: 339]. Потім Р. Стівенсон звертається до опису персонажів, у розмови яких втручаються голоси природи, що також виконують антиципаційну роль, оскільки ревіння вітру Франсуа тлумачить як натяк на трагічну розв'язку: «Хіба не чуєте, як він завиває біля шибениці? – сказав Війон. – І всі вони там зараз танцюють диявольську жигу» [2: 340].

Героїв новели автор поміщає у закритий простір – таверну біля цвинтаря. Компанія, що збиралася у цьому тимчасовому помешканні, досить неоднорідна – поети, що пишуть баладу, монах, буржуа, які грають у карти. Функціонально-смилове навантаження цього прихистку змінюється. До вбивства одного з картярів – то ніби будка прикордонника між світами живих та мертвих. Скоріше навіть порожнисте потовщення на роздільній лінії між ними. Вбивство одного із картярів розриває оболонку мікросвіту в один бік і робить його одним цілим зі світом мертвих. Внаслідок цього енергія смерті та страху розриває тонкі стінки та прагне виходу, а входячи у дім, найперше знищує його душу – вогнище. Охоплені жахом герої підпадають під вплив гіпнотичних чарів смерті і затоптують вугілля. Таким чином, смерть зі свого боку (з боку цвинтаря) прориває тонку оболонку потовщення-таверни і перетворює його на нішу, подібну до тієї, куди письменник поміщає мертву повію. Тонкі стінки тимчасового прихистку не витримують, і руйнівна сила прориває оболонку й з іншого боку, перетворюючи замкнений простір на прохід. Продовжуючи аналогію з порожнистим потовщенням, зазначимо, що воно, подібно до повітряної кульки, здувається. Тимчасові мешканці вириваються назовні, стаючи енергетично-інформаційними носіями танатосу, кожен з них несе за собою смерть.

Письменник зосереджується на постаті поета Війона. Найвперше Р. Стівенсон акцентує увагу на зміні пейзажних деталей: природа піднімає завісу снігопаду, виводячи на сцену головного героя та смерть, що, мов тінь, переслідує його, та, мов суфлер, підказує, що робити.

Франсуа пов'язаний зі смертю власними кроками: «тепер, куди б він не пішов, усюди буде прикований до будинку на кладовищі Сен-Жан; куди б не подався, він сам собі протопче дорогу від місця злочину до шибениці» [2: 343]. Письменник позбавляє персонажа будь-яких докорів сумління, що не попередив злочину та втік з місця вбивства. Р. Стівенсон наділяє поета Війона лише перевісними інстинктами, передусім інстинктом самозбереження. Смерть, що його переслідує, має два обличчя — Монфоконська шибениця та мрець «з лисиною у вінку рудого волосся» [2: 343]. Патруль, який Франсуа помічає під час втечі, має для головного героя вигляд чорної плями на фоні білого засніженого міста, є також одним із привидів справедливої кари.

Своєрідним синтезом еросу й танатосу в новелі є мертва повія, яку герой знаходить на вулиці. Письменник вміщує жінку у своєрідну нішу-прихисток, оскільки сама вона є, хоч і

оксюморонним, та все є втіленням життєдайного еросу. Дві срідні монетки, які вона заробила та не встигла витратити, то алюзійне звертання до Нового Заповіту, а також сатарично-гротескне втілення життя, життєвої сили: бо «для гуляки гроші, то дещо живе та дієве, тонка завіса між ним та насолодою» [2: 344]. Побачивши «біляшки», Франсуа одразу ж починає будувати в уяві пов'язану з ними історію та її можливе продовження: жінка замерзла на порозі якогось вельможі, навіть не встигнувши витратити двох монеток. Ставлячи себе на місце нещасної повії, поет шкодує не про втрачене і негідно прожите життя, а про те, що до рота не донесла вона зайвого ласого шматка, що «губи зайвий раз зі смаком» не «причмокнули перед тим, як диявол забрав душу» [2: 345].

Поет спочатку відбирає невеликий заробок від померлої, проте, розлючений через втрату гаманця, жбурляє монетки на дорогу, аби потім намагатися знайти і з допомогою грошей від мерця забезпечити собі шматочок місця у світі живих. Проте це виявляється досить нелегко зробити, оскільки Франсуа давно втратив друзів через обурливі та жорстокі твори, в яких висміював знайомих. Письменник надає своєму персонажеві три спроби знайти прихисток. Спершу він стукає у двері до капелана. Священик зустрічає його брудною лайкою. Епізодичний персонаж дивиться на поета-злодія через заготоване віконце і не бажає впускати носія смерті у свій світ. У другому будинку поета зустрічають відром помийів. Відчай і страх смерті, котра вже наступає на п'яти, вселяють у Війона силу, і він впевнено стукає ще в одні двері. Енгерран де ла Фейє, що врешті запрошує до себе облитого помиями поета, є цілісною і впевненою у собі особистістю, що створює навколо себе невразливий до вторгнення смерті мікросвіт. Просторово володіння лицаря окреслюються різного роду оберегами: архетипною душею помешкання є вогнище; віру не стільки у Бога, скільки у власну правду, уособлене розп'яття, також функціональне навантаження має щит з родовим гербом, що є втіленням підсвідомої віри в захист предків.

За кольоровою гамою новела Р.Стівенсона подібна до графіки. Чорний та білий кольори, що їх переважно використовує письменник, проступають через пряме їх називання («якби пролітали у небі пізні птахи, острів Сіте бачили б вони, мов велику білу латку, а мости – мов тонкі білі шви на чорному полотні ріки» [2: 338]; патруль поет бачить, як ми вже зазначали, у вигляді чорної плями; також знаводився вже опис вкритих снігом будинків та цвинтаря), через предметні деталі, якісними показниками яких є білий (сніг) та чорний (нічне небо, тіні) кольори і субстантиву «біляшки» (англійською «the whites») на означення монеток.

На графічний фон письменник наносить кілька яскравих кольорових плям у золотаво-рудій гамі: руде волосся вбитого та золотавий посуд в оселі лицаря. Вогонь, як носій жовтогарячого кольору також зустрічається у тексті. Перша згадка про рожеву лисину у рамці рудого волосся є іронічно-трагічною антиципацією подальшого вбивства «обраного» (бо рудого). Ця яскрава пляма, мов привид, переслідує героя чорно-білим художнім простором новели, допоки увагу Війона не повертає золотий блиск кубків.

Таким чином, у творчості Р.Л.Стівенсона, як представника неоромантизму, можна простежити особливості, характерні для письменників межі століть, як то звертання до фрейдівського психоаналізу та мистецький синтез. У проаналізованій новелі «Ночівля Франсуа Війона» письменник виявив себе як талановитий художник, що доповнює графічні малюнки яскравими кольоровими плямами. Художній простір новели Р.Стівенсон поділяє на частини за допомогою чітких межових ліній, котрі визначають кордони мікросвітів життя і смерті. Майстерно виписане тло увиразнює внутрішні переживання, які письменник розкриває, ретардуючи художній час однієї ночі і цим загострюючи антагоністичне протистояння поета й воїна.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В.М. Кожевникова, П.А. Николаева. – М.: Советская энциклопедия, 1987. – 752 с.
2. Стівенсон Р.-Л. Твори в 5-ти томах. – К.: «Українознавство», 1995. – Т.1. – 348 с.
3. Терещенко М. Розвиток європейської прози на межі XIX – XX століть // Зарубіжна література в школах України. – 2005. – № 9. – С. 63 – 69.
4. Урнов В. На рубеже веков. Очерки английской литературы. – М., 1970. – 432 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ольга Козій – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри англійської філології Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

Наукові інтереси: література Англії та США, українська література другої половини ХХ століття, проблеми літературного перекладу.

**ПОВТОРНАЯ НОМИНАЦИЯ С ОПИСАТЕЛЬНО-УТОЧНЯЮЩИМИ ОТНОШЕНИЯМИ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЕ К. СИМОНА**

Алёна АНТИПОВА (Полтава, Украина)

*У статті проводиться аналіз конструкцій повторної номінації з описово-уточнюючими відносинами в аспекті динаміки змісту в одному висловленні і у кількох пов'язаних між собою висловленнях у художній прозі К. Симона.*

*The article considers multiple nomination constructions with descriptive and specifying relations in the aspect of contents dynamics in one utterance and in several interrelated utterances in the prose by C. Simon.*

При анализе повторной номинации (далее – ПН) в функциональном плане важным представляется прежде всего толкование её прототипической конструкции, которая, с нашей точки зрения, основывается на соотносящихся между собой эквивалентных семантико-референтных и синтаксических отношениях между компонентами ПН [1; 2].

В художественной прозе К. Симона преобладают конструкции с разными видами несоответствия семантико-референтных и синтаксических отношений. Целью статьи является анализ различного рода несоответствия таких отношений между компонентами описательно-уточняющих конструкций ПН.

В динамике содержания художественного дискурса при прогрессирующем характере номинации повторы подобной номинации, т.е. её компоненты, синтаксически эквивалентны, в то время как семантико-референтные отношения эквивалентности этих номинаций – слабые. М. Форсгрэн подчёркивает, что в этом случае первая номинация, будучи эксплицитной, представляет собой или гипероним (второй компонент Y относится ко всей синтагме), или проформ (*ça, cela, ce que, quelque chose*), или же наречие с обстоятельственным значением (чаще всего временным или пространственным) [5: 600]. Естественно, что подобные номинации кореферентны, однако поскольку второй компонент Y полностью или частично относится к референту первого компонента, то возникающая при этом кореференция является слабой, поскольку второй компонент, по сути, реализует лишь виртуальную кореференцию. Поэтому при наличии отдельных компонентов их номинация, по сути, не разделена, сохраняется лишь содержательная прогрессия, обусловленная своеобразной «замедленной референцией» в динамике повествования.

Для идеостилия К. Симона характерно возникновение в структуре ПН пространственно-временной референции в два этапа. В этом случае первый компонент X сам по себе семантически расплывчат и отличается неполной формулировкой при наличии временной или пространственной анафорической или дейктической референции:

(1) *La cérémonie eut lieu un peu plus tard, comme octobre finissait, à l'arrière du front, sur le plateau de Valmy où devant un ciel gris se découpait en noir la statue du général (A 57).*

(2) *Autre portrait, à l'huile celui-là, exécuté vraisemblablement peu avant (c'est-à-dire à l'époque de son commandement en Italie mais quelques années après le dessin) (G 62).*

(3) *puis comprenant qu'elles (les bombes) faisaient ici (c'est-à-dire en ville, le bruit répercuté par les façades) le double de tapage (G 298).*

В примере (1) пространственно-временные родовые анафорические (*un peu plus tard, peu avant*) или дейктические референции (*ici*) обобщаются в референции *comme octobre finissait* или уточняются другой более полной и точной анафорической референцией (см. примеры (2), (3)). В примере (1) во втором компоненте ПН динамика содержания представлена в виде перехода от более общей и расплывчатой (*à l'arrière du front*) к более точной и конкретной референции (*sur le plateau de Valmy*). Этот вид конкретизирующей референции с именем существительным собственным представляет второй этап пространственно-временной референции и очень редко встречается у К. Симона, сам по себе создавая эффект локализации действия в неожиданном историческом месте:

(4) *dont une dans une vaste gare (c'était Lyon) à la haute verrière (A 321).*

Этот пример не относится к ПН, поскольку вводится новое высказывание – придаточное, включающее атрибутивную конструкцию с изменённым референтом. Такая конструкция находится в противоречии с построениями ПН, когда уточнения, разъяснения, приводимые в скобках, свидетельствуют о смысловой адекватности компонентов, о движении к ЕДИНОМУ, воплощённому во множественной номинации. Точные наименования, реализуемые в референциально единой ПН, в ряде случаев обозначают единственный вариант достижения успеха:

(5) *au visage soudain plus rouge peut-être que d'habitude (peut-être seulement : avant de s'engager dans l'armée, dix ans plus tôt, il avait été quelque chose comme valet de ferme ou bûcheron dans les montagnes, avait toujours un visage tanné par le grand air, **plutôt violacé que rouge, brique exactement...** (A 45).*

В примере (5) сочетание *peut-être* в скобках сначала можно воспринять как метадискурсивный комментарий, на самом деле скобки заключают в себе множественную номинацию, дистантно связанную с элементом, находящимся вне скобок. В данном случае развитие содержания высказывания сопровождается выделением одного из компонентов посредством наречия *exactement*. Однако следует отметить, что как и в примере (4), адекватность в примере (5) достигается за счёт явного синтаксического разрыва, который отделяет рассмотренные конструкции от ПН. Подобные конструкции используют в сугубо повествовательных целях; в них, как правило, отсутствует автор, который предоставляет читающему ориентиры для уточнения содержания, устраняя тем самым двусмысленный (см. пример (7)) или слишком общий характер (см. пример (6)) номинации:

(6) *puis ils comprirent que ce n'était pas seulement le régiment, pas la brigade, pas l'arme particulière (la cavalerie) à laquelle ils appartenaient (A 38.)*

(7) *comme si sa décision (celle de se présenter à Saint-Cyr) allait de soi, ne représentait qu'un négligeable changement d'orientation (A 69).*

Это касается, в частности, тех случаев употребления форм ПН, где компонент X сначала детализируется в скобках в виде перечисления элементов, которые, объединившись, создают вторую номинацию Y. См. пример (8):

(8) *toute l'affaire (l'accident, les visites à l'hôpital, le tournant pris) (A 72).*

Сами по себе элементы детализации, объединённые в значении компонента второй номинации, создают «порог разрыва» [6: 29], который показывает, что относится к ПН и что к ней не относится. Что же касается первого компонента X в форме местоимения *celle* в примере (7), то при отсутствии синтаксического уподобления налицо разрыв между двумя номинациями, что усложняет отнесение данной формы к ПН.

Свойства описательно-уточняющей ПН – процессуальный аспект, референтное уточнение, наличие субъекта – коррелируют с такой характерной чертой идеостиля К. Симона как «настоящее время в написанном». Сам К. Симон отмечает, что «никогда не пишут о том, что уже могло бы произойти (или о чём уже подумали) прежде, чем начали писать об этом, это происходит (об этом думают) в настоящем времени написания» [4: 172].

Идея о прогрессирующей референции или даже о самом прогрессирующем содержании особо чётко воплощается в конструкциях, где номинация Y используется для описания (уточнения, детализации) проформа X, независимо от того, что представляет собой X – *quelque chose* или указательные местоимения такие как *ceci, cela*:

(9) *comme s'ils traversaient quelque chose d'étroit, de resserré (un bois, un hameau ?) (A 242).*

(10) *elles racontèrent cela (cela, c'est-à-dire non pas l'accident, la chute de cheval mais la décision qui signifiait pour elles l'écroulement de leurs ambitions) comme racontent les catastrophes naturelles, maladies ou infirmités (A 68).*

(11) *il pouvait se rappeler cela, c'est-à-dire cette partie de la baraque, au fond, la plus éloignée (A 372.)*

(12) *Et il pouvait encore se rappeler cela : le haussement des paupières, le regard (A 373).*

Ж. Клейбер подчёркивает, что слово *chose* подразумевает «прерывное видение мира, восприятие реальности как состоящей из распознаваемых частей», не указывая при этом на



сами части. Речь идёт только о множественности чего-то [...] Выражается идея существования без точного референтного обозначения [7: 17-18].

Поскольку *chose* не имеет референта, то для него характерна «искусственная деноминация» («нулевое означающее»), по сути, это – неденоминированная или неклассифицированная единица» [там же: 23]. Подобным образом интерпретирует местоимения *ce*, *ses* и *cela* А. Боннар, поскольку нулевая номинация, свойственная этим формам, не имеет точного ментального коррелята [3: 90].

В свою очередь, Ф. Корблен уточняет, что формы *ses*, *cela* и *ça* имеют «неразличимое номинальное содержание», в то время как для форм *celui-ci*, *celui-là* характерно фактически то же, но дифференциальное номинальное содержание. Иными словами, *ses* и *cela* могут использоваться как отдельные номинации формы X, которая может быть обозначена абстрактным *quelque chose* или *cela*, которые, как ни парадоксально, остаются номинацией без наименования (искусственным наименованием). Именно это свойство, очевидно, использует субъект речи, имея в виду «неразличимое номинальное содержание», свойственное рассматриваемым формам, среди которых именно *cela* в отличие от *ses* возможно считать более абстрактной формой, своеобразным «родовым референтом» [3: 90]. Анализ примеров (10), (11), (12) обнаруживает различие в использовании *cela* у К. Симона и Н. Саррот. В частности, у К. Симона *cela* как бы исчерпывает эксплицитность номинации, вмещающей все последующие конкретизации. Напротив, у Н. Саррот *quelque chose*, *ça* или *cela* остаются единственными способами номинации без указания на конкретный денотат даже в конструкции ПН:

(13) *Je leur ai demandé s'ils ne sentaient pas comme moi, s'ils n'avaient pas senti, parfois, quelque chose de bizarre, une vague émanation, quelque chose qui sortait d'elle et se collait à eux [...]. Ne trouvaient-ils pas, n'avaient-ils pas senti, parfois, quelque chose qui sortait d'elle, quelque chose de mou, de gluant qui adhérerait et aspirait sans qu'on sache comment...[...] quelque chose qui colle à vous, s'infiltrer, vous tire à soi, s'insinue (Sarraute, PDI 41-42).*

(14) *Malgré sa répugnance, il saisit cela, cela se tortille, se débat, cela veut s'échapper (Sarraute, EVM 658).*

В примерах (13) и (14) сами по себе *quelque chose* или *cela* фактически создают иллюзию номинации: поскольку они предцированы несколько раз, возможно определить их предполагаемое референтное содержание. Естественно, в этом случае отсутствует двойная (повторная) номинация, характерная для идеостиля К. Симона.

В произведениях К. Симона чётко прослеживается стремление достичь конкретизации номинации первоначально абстрактных форм различной видо-родовой иерархии.

Уточнение (конкретизация) родовой синтагмы способствует представлению её дистрибутивной референции в ходе повествования в «настоящем времени написанного» (*présent de l'écriture*), что «приближает» само изложение к читателю (собеседнику). См. пример (15):

(15) *toujours est-il qu'il fallut au régiment (la troupe entassée dans les wagons à bestiaux, le colonel et ses officiers dans un wagon de première classe aux banquettes de drap gris capitonnées et protégées de têtiers en filet) plus de trente-six heures (A 51).*

В данном случае для ПН характерна следующая дистрибуция: первый компонент X охватывает второй компонент Y, который состоит из двух соположенных синтагм. Такое построение ПН создаёт эффект двухэтапной фрагментации, устанавливающей различие внутри изначального единства – обобщённой номинации *полк* (*régiment*), где в разных вагонах размещаются и простые солдаты, и офицеры. Подобный приём обозначения общего и его дистрибутивной конкретизации часто встречается при описании военных сцен в художественной прозе К. Симона. Так, аналогичную сочетаемость конструкции ПН мы находим в романе К. Симона «Акация», в частности, при передаче совместных действий женщин и ребёнка в поисках могилы мужа-брата-отца (*mari-frère-père*) (единство в трауре) и различия в статусе их поведения:

(165) *Le patron leur demanda le prix de trois chambres ([...]), les deux femmes étendues sur des banquettes ou des chaises, la veuve et le garçon sur le billard (A 13).*

Здесь, естественно, отсутствует полная референтная эквивалентность, поскольку компонент X состоит из местоимения, а компонент Y представляют расширенные именные синтагмы. Кореференция между X и Y создаёт эффект «расщепления» X на различные части, образующие основу номинации компонента Y. Такая метонимическая или точнее синекдотическая конкретизация позволяет обозначить различие в социальном статусе между вдовой и ребёнком с одной стороны и между двумя сёстрами с другой стороны. При этом подчёркивается дополнительный дискомфорт, который чувствуют две сестры.

Таким образом, в развитии содержания описательно-уточняющие функции ПН в идеостиле К. Симона направлены на создание единого впечатления, представленного в различных формах ПН, с одной стороны, в общепроцессуальном плане, а с другой стороны, в конструкции «между двумя номинациями». Именно это составляет особую поэтику стиля К. Симона, которая, естественно, не может быть сведена только к функциональным значениям ПН.

#### БИБЛІОГРАФІЯ

1. Антипова А.В. Семантико-референтная эквивалентность компонентов повторной номинации в современном французском языке // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – Харків: ХНУ, 2009. – № 848. – С. 165-168.
2. Антипова А.В. Синтаксическая эквивалентность компонентов повторной номинации в современном французском языке // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – Харків: ХНУ, 2009. – № 867. – С. 58-65.
3. Corblin F. Les formes de reprises dans le discours. Anaphores et chaînes de référence. - Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 1995. – 246 p.
4. Dällenbach L. Claude Simon. – Paris: Seuil, 1988. – 221 p. (collection «Les Contemporains»).
5. Forsgren M. Eléments pour une typologie de l'apposition en linguistique française // Actes du XVIIIème Congrès International de Linguistique de Philologie Romanes tenu à l'Université de Trèves en 1986. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1991. – T.2. – P. 597-612.
6. Fuchs C. Paraphrase et énonciation. – Paris: Ophrys, 1994. – 185 p. (série «L'Homme dans la langue»).
7. Kleiber G. Nominales. Essai de sémantique référentielle. – Paris: Armand Colin, 1994. – 248 p.

#### ІСТОЧНИКИ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Simon, A: Simon C. Acacia. – Paris: Minuit, 2006. – 392 p.
2. Simon, G: Simon C. Les Géorgiques. – Paris: Minuit, 1981. – 327 p.
3. Sarraute, PDI: Sarraute N. Portrait d'un inconnu. – Paris: Gaillimard, 2005. – 212 p.
4. Sarraute, EVM: Sarraute N. Entre la vie et la mort. – Paris: Gaillimard, 1968. – 256 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Альона Антипова** – старший викладач кафедри іноземних мов Полтавського університету споживчої кооперації України, аспірантка кафедри романської філології Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди.

*Наукові інтереси:* лінгвістична прагматика.

## **ПРАГМАСЕМАНТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ ЖАНРІВ НАУКОВО-НАВЧАЛЬНОГО ПІДСТИЛЮ**

**Вікторія ЗАНІЗДРА (Кіровоград, Україна)**

*У статті розглянуто особливості прагмасемантичної організації жанрів науково-навчального підстилю, охарактеризовано засоби вираження прагматичної інформації в науково-навчальному тексті, доведено відповідність текстів науково-навчального підстилю сучасним стереотипам інформаційного обміну.*

*The pragmatic and semantic organization features of genres of scientific-educational substyle are considered in the article, the means of pragmatic information conveying in a scientific-educational text are characterized, and correspondence of texts of scientific- educational substyle to the modern standards of information exchange is approved.*

Вивченню наукового стилю та його жанрів присвячені розвідки Жовтобрюха М.А., Ботвиної Н.В., Медведєва А.Р., Селігея П.О, Гінзбурга М.Д., Баженової О.О., Онуфрієнко Г.С., Малихіної С.В., Славгородської Л.В., Котюрової М.П., Кожині М.М., Непійводи Н.Ф. та інших дослідників, але жанри науково-навчального підстилю в аспекті прагматики не були об'єктом спеціального лінгвістичного дослідження.

Прагматичний аспект текстової інформації дозволяє охарактеризувати той її аспект, який забезпечує вплив тексту та його інформації на реципієнта. Найважливішим вважають вплив на мотиваційний аспект діяльності й свідомості реципієнта [4:319]. При цьому враховується, що «важливою особливістю мотивування є її модальність: бажаність,

можливість, необхідність, узяті в різних поєднаннях» [6:104]. Мотивація пов'язана також із оцінками, емоціями [1:172; 7:80].

Мовленнєва організація тексту не тільки визначається загальною належністю до функціонального стилю, а й залежить від типу та жанру тексту, в якому він реалізується. Для вираження, накопичення в тексті жанрів науково-навчального підстилю специфічної прагматичної інформації використовують відповідні засоби – експліцитні (коли слова прямо виражають оцінки, емоції, модальність і, отже, містять прагматичну сему в структурі значення) та імпліцитні (коли прагматична інформація передається приховано).

На сучасному етапі розвитку знань прагматика, що вивчає засоби й способи впливу автора тексту на інформаційну й світоглядну систему адресата, значним чином діє на комунікативну теорію тексту. Передумови для цього створюються підходом до тексту як до продукту мовленнєвої діяльності, що, у свою чергу, передбачає розгляд його як діяльності зі своїми цільовими та прагматичними настановами. Ці настанови визначають комунікативний статус науково-навчального тексту, диктуючи йому не тільки семантичні й синтагматичні правила організації, а й відповідну стратегію розподілу інформації чи динаміку розгортання її в тексті.

У процесі писемної комунікації автор науково-навчального тексту не лише повідомляє певну інформацію, а й одночасно прагне вплинути на можливі майбутні дії адресата, змінити його інформаційний стан. Однак для досягнення цієї мети, за словами ван Дейка, треба правильно скоординувати послідовність дій: в результаті попередніх повинні бути створені адекватні передумови для наступних дій [3].

Прагматичні передумови організації інформації науково-навчального тексту як комунікативної структури досить різноманітні й однаково стосуються як автора, так і адресата тексту. Але орієнтація тільки на прагматичний аспект інформаційної організації тексту недостатня, оскільки прагматика тексту спрямована на зовнішній компонент комунікації, який створює межі комунікативної ситуації й визначає її основний зміст. У комунікативному ж акті важливу роль відіграють внутрішні механізми обробки інформації під час творення та сприймання тексту.

Прагматична спрямованість науково-навчального тексту визначає свої компоненти як на рівні макроструктури, так і на власне мовному рівні. У змістовому плані до них належать визначення мети й завдань тексту; вказівки на адресата; практичне значення навчального матеріалу. У плані макроструктури це прикнижна анотація й відповідні фрагменти передмови. Указівки на те, як користуватися книгою, знаходимо в підручниках, збірниках задач, навчальних довідниках, практикумах, практичних порадниках тощо.

Фактор прагматики виражається в різноманітних модальних словах, частках, прислівниках, адвербіальних конструкціях. Фактор комунікативного середовища виступає як вияв тих інформаційних зв'язків і відносин, у які включений автор тексту.

У процесі створення науково-навчального тексту, як правило, обов'язково враховується рівень знань тих, кому цей текст адресується. Саме обсяг знань і спеціалізація адресата часто визначають характер авторського викладу та структуру тексту. Через вказівки на рівень знань, необхідних для розуміння й засвоєння відповідного матеріалу, а отже, через фактор комунікативного середовища в текст проникають і саме через текст реалізуються інформаційні зв'язки вчених між собою. Комунікативне середовище визначає різні зв'язки між новим текстом і текстами, створеними раніше. У структурі науково-навчального тексту це виявляється у вигляді вступу до параграфів, розділів підручників, який частково розв'язує раніше сформульовану в науці проблему.

У контексті тенденції до пришвидшеної передачі інформації Т.В. Радзівська за співвідношенням семантичної та прагматичної підсистем, які покликані віддзеркалювати відповідно ті комплекси смислів, що стосуються позамовної дійсності, та ті, що характеризують співвідношення «автор – текст», «автор – адресат» і пов'язані з відображенням у тексті ставлення комунікативного суб'єкта до зображуваного, його інтенцій, зв'язку з адресатом, виділяє тексти аналітичного й синтетичного типів. За словами дослідниці, текст із аналітичною прагмасемантичною організацією характеризується самостійністю семантичної та прагматичної підсистем, кожна з яких прагне створити

окремий план вираження. У текстах із синтетичним типом прагмасемантичної організації спостерігається включення прагматичної підсистеми в семантичну та вираження цих систем у одних дискурсивних формах [5: 328]. Слід зауважити, що семантичні та прагматичні компоненти можуть об'єднуватися в тексті лише завдяки існуванню певної традиції розвитку текстового типу, його становлення як жанру, яка уможливило адекватне сприйняття адресатом наявних у тексті сигналів встановлення й підтримки контакту, сигналів естетичного й емотивного впливу або таких, що пов'язані з категорією важливості чи забезпечують логічне виділення тощо.

Синтетичною будовою, як показали наші дослідження, характеризуються технічні тексти науково-навчального підстилю, що містять функціонально неоднорідні елементи. Такі тексти здійснюють комунікацію, спрямовану на результат, на досягнення певного комунікативного ефекту, на швидке сприйняття й засвоєння інформації, на передачу більшої інформації за одиницю часу. Так, в *підручниках* і *навчальних посібниках* технічної галузі спосіб кодування інформації за допомогою формул, іншомовної графіки, умовних позначень, графіків, діаграм, таблиць, рисунків, фотографій тощо виступає як прагматичний механізм забезпечення контакту, який вбудовується в семантичну структуру тексту.

Структурно-композиційний принцип поділу тексту підручника та навчального посібника на частини, розділи, підрозділи, пункти, підпункти, параграфи допомагає читачеві швидше знаходити потрібний матеріал, сприяє адекватному сприйняттю друкованого тексту та забезпечує реалізацію смислорозрізнавальної функції.

Прагматичним механізмом забезпечення ефективної комунікації, оптимізації комунікативного процесу слугують експресивні засоби, засоби аргументації, логічної або часової зв'язності викладу (*а, але, оскільки, однак, отже, тому, таким чином*), елементи суб'єктивної модальності (*вважаємо / припускаємо / умовимось, що*), модальності знання, припущення (*охарактеризовано, доведено, виявлено, показано, що*), дискурсивні слова, що позначають ставлення мовця до змісту (*очевидно, природно, безсумнівно, дійсно*), частки з модальним компонентом значення (*навіть, лише*), які віддзеркалюють процес мисленнєвої діяльності в текстах підручників і навчальних посібників.

Навчальні довідники, конспект лекцій, тези, план, анотація, реферат є вторинними жанрами науково-навчальної літератури. Вони характеризуються вторинністю і щодо семантико-інформаційної структури, і щодо характеру формування семантико-синтаксичних та структурно-композиційних ознак. *Навчальний довідник* укладається на базі вже існуючих текстів для фіксації та збереження набутих знань. У зв'язку з цим його предметна інформація є похідною від семантичної структури першоджерел і створюється внаслідок їх переробки. У навчальному довідникові подається ряд однотипних текстів, як правило, в алфавітному порядку. Довільність співвідношення субтекстів уможливило зміну місця їх розташування в довіднику або доповнення наявного тексту новими статтями. Крім того, спрощується сприйняття текстової інформації, з'являється можливість звернення до окремого субтексту, а також забезпечується вчасне отримання відповіді на інформаційний запит.

Комунікативні моделі речення в тексті навчального довідника характеризуються модальністю констатації, що забезпечує передачу істинної об'єктивної інформації. Мінімізація в тексті показників зв'язності зумовлює незалежність окремих висловлень, речень, груп речень, які сприймаються як зв'язні завдяки віднесеності всіх висловлень до назви статті. Структурно-композиційний напрямок «назва статті – текст статті» визначає спосіб сприйняття тексту, який ініціюється інформаційним запитом.

Щодо інформаційної структури навчального довідника, то його інформаційний центр знаходиться в ініціальній позиції. Він виражається визначенням із додатковими повідомленнями. Як приклад наведемо статтю з навчального словника-довідника [2: 47]:

### **ГІПОЇДНА ПЕРЕДАЧА**

*Різновид гвинтової зубчастої передачі, яка виконується конічними колесами з мимобіжними осями. В гіпоїдній передачі вісь малого зубчастого колеса зміщена відносно осі великого зубчастого колеса. Застосовують у приводах ведучих коліс автомобілів і тракторів, у тепловозах, у ткацьких верстатах для передачі обертання від одного вала багатьом веретенам.*

Тут, як бачимо, ініціальну позицію займає дефініція поняття, що містить ключову інформацію, а наступні речення уміщують додаткову інформацію. Позиційна фіксованість важливої інформації стає в тексті навчального довідника умовою її легкого розпізнавання.

У досліджуваних *збірниках задач* графічне й дизайнове оформлення тексту відповідає енциклопедичному стандарту: текст друкується стовпцями. Крім того, текст збірника задач поєднує в собі автономні тексти, об'єднані однією темою, що передбачає їх співвідношення з дією «питання – відповідь». Є можливість вносити додаткові субтексти, тобто доповнювати існуючий текст новими задачами. Такий структурно-композиційний принцип побудови тексту збірника задач забезпечує ефективну комунікацію, робить можливим звернення до окремого субтексту, оптимізує комунікативний процес, асоціюється з сучасними стандартами пришвидшеного інформаційного обміну.

*Конспект лекцій* складається на базі вже існуючого тексту лекції. Зважаючи на це, його семантико-референційна структура є похідною від семантичної структури першоджерела і створюється завдяки його глибокому осмисленню.

Семантико-синтаксичні ознаки *тез* формуються, втілюючи інтенцію швидкого й зручного для користувача отримання необхідних відомостей: текст тез виключає емоційно-експресивні метафори, перифрази, інверсії, еліпсиси. Хоча не слід забувати, що тези мають характер модально-стверджувального умовиводу, а не характер конкретно-фактологічної констатації. Для тез характерна значна насиченість висловлення предметно-логічним змістом. Ця норма реалізується шляхом усунення суперечності між змістовою концентрацією та комунікативною доступністю. Швидкому інформаційному обміну сприяє сувора нормативна композиційно-смілова структури тез. Чітке логічне членування змісту тез підкреслюється рубрикацією, а в деяких випадках і виділенням абзаців під однією рубрикою.

Для швидкої передачі істинної, об'єктивної інформації *план* можна скласти у вигляді авторських висловлень із тексту. Переважно прості речення пришвидшують інформаційний обмін.

*Реферату* притаманний інваріантний характер інформації, що виявляється в незмінності її семантичних властивостей незалежно від ступеня стислості. Реферат має високий рівень інформативності. У процесі підготовки реферату народжується й вивільняється від логічних зв'язків головна ідея, яка об'єднує всі інформаційні елементи первинного документа й основні факти. Відсутність логічних зв'язків, відображеного процесу мисленнєвої діяльності, що Т.В. Радзівська вважає інформаційним шумом у довідково-інформаційних текстах, сприяє пришвидшеній передачі інформації.

Спектр використання комунікативних моделей речення у тексті *анотації* зводиться до модальності констатації, яка корелює із завданням передачі істинної об'єктивної інформації, яка буде легко сприйнята читачем. Чіткий виклад, переважання структур первинного синтаксису забезпечують текстові умови для швидкої передачі інформації, легкість її сприйняття, привабливість для читачів.

Зважаючи на вищевикладене, зазначені жанри науково-навчального підстилю, які належать до синтетичного типу прагмасемантичної організації, відповідають сучасним стереотипам обміну інформацією.

Таким чином, тексти науково-навчального підстилю мають великий прагматичний потенціал – передають відношення до предмета мовлення, ситуації спілкування та до адресата. Ці прагматичні компоненти, взаємодіючи із семантикою науково-навчального тексту, формують його глибоку й багатоступеневу смислову структуру.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах / Р. Акофф, Ф. Эмери. – М.: Изд-во Советское радио, 1974. – 272 с.
2. Антонович С. А., Васишин Я.В., Шпільчак В. А. Російсько-український словник-довідник з інженерної графіки, дизайну та архітектури: Навч. посібник / С.А. Антонович, Я.В. Васишин, В.А. Шпільчак. – Львів: Світ, 2001. – 240 с.
3. Дейк Т.А. ван. Вопросы прагматики текста / Т.А. ван Дейк // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1978. – Вып.8. – С.259-336.
4. Комлев Н.Г. Семантическое правило «равнения вниз» и коэффициент эффективности сообщения / Н.Г. Комлев // Материалы научного семинара «Семиотика средств массовой коммуникации». – М., 1973.
5. Радзівська Т.В. Мовні зміни, час і соціум у контексті глобалізаційних процесів / Т.В. Радзівська // Мова і мовознавство в духовному житті суспільства / Відп. ред. Т.В. Радзівська. – К: Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2007. – С.310-347.

6. Социальная психология / Под ред. Г.П. Предвечного, Ю.А. Шерковина. – М., 1975. – 320 с.  
7. Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов / Ю.А. Шерковин. – М.: Мысль, 1973. – 215 с.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Вікторія Занізра** – аспірантка кафедри української мови Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* функціональна стилістика, лінгвістика тексту.

**ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ ЧАСУ В МЕМУАРНИХ ТЕКСТАХ**

**Сергій КОВАЛЕНКО (Горлівка, Україна)**

*У статті досліджуються інтертекстуальні властивості темпоральних маркерів, якими є часові форми дієслів, слова та вирази темпоральної семантики.*

*Intertextual peculiarities of time markers which are expressed by tense forms of verbs, words and phrases of temporal meaning are also investigated in the article.*

В основі породження мемуарів лежить намагання людини зафіксувати час та події, що відбуваються в ньому. Точність, об'єктивність зафіксованого перебуває в прямій залежності від людських властивостей пам'яті.

Оскільки пам'ять не дозволяє об'єктивно точно, на кшталт фотографії, відтворювати епізоди минулого, значно зростає суб'єктивність спогадів, відбитих через призму індивідуальної свідомості. Суб'єктивована форма оповідання проявляється особливо рельєфно в такій неодмінній ознаці мемуарних текстів як темпоральність.

Темпоральні характеристики тексту, динамічне варіювання часових планів завжди були в полі зору різних дослідників: філософів, істориків, літературознавців, мовознавців. Найбільш значущими в цьому напрямку слід вважати дослідження художнього часу [1], часу автора та сюжетного часу [5, 6], просторово-часового континуума [4], функціонально-семантичного поля темпоральності [2], хронографії, хронометрії та хронології [3], фізичного і метафізичного часу [7] тощо.

На тлі такого різнобічного дослідження часу залишаються все ж недостатньо вирішеними питання часової стратифікації в мемуарних текстах та інтертекстуальних властивостей категорії часу.

Текстовий масив мемуарів зазвичай темпорально досить чітко локалізований, принаймні, в уяві автора часовий континуум його спогадів не порушується. До того ж, мемуарний час сприймається читачем як чітко улаштована система темпоральних відносин завдяки існуванню інших свідчень подій, що відбувалися в певний час. Дані локалізовані в часі події знаходять своє відображення в текстах хронік та спогадів і, взаємно перетинаючись, утворюють в місці їх "перетину" своєрідні темпоральні маркери як внутрішньотекстові так і міжтекстові. Існування подібних темпоральних маркерів різних авторів-мемуаристів доводить необхідність розгляду часу як інтертекстуальної категорії, що має вивчатися з урахуванням різних авторських перспектив.

Якщо проаналізувати темпоральну структуру мемуарного тексту, то виявиться, що до складу її часових розрядів входять часові форми дієслів, слова та вирази темпоральної семантики, які набувають властивостей маркерів.

Варіативність деяких часових форм викликана необхідністю відобразити певні семантико-стилістичні нюанси: *Nous entrâmes, et je vis – et aujourd'hui encore je me demande si je n'ai pas rêvé – oui, je vis Jean-Paul Sartre* [13: 29]. Серед типової для письмового мовлення часової форми *Passé Simple* уживання *Présent de l'Indicatif* свідчить про вихід думки автора на момент мовлення, а *Passé Composé* – про актуальність минулої події – несподіваного знайомства з Сартром – для теперішнього автора. Інший приклад: *Le pompiste italien aurait eu beau jeu de ricaner. Le tourisme renaissait à peine...* [9: 28]. Часова форма *Futur Antérieur* dans le *Passé* виражає в даному випадку модальне значення – можливість, імовірність. Наступний приклад характеризується одноманітністю часових форм: *Je me trouvais avec Sartre dans une ville du Sahara, assez indistincte, et nous la quittions à pied, au soir tombant, pour aller coucher dans une oasis qui portait un nom inconnu mais qui dans ma pensée était Ouargla. Sur une large*

route, couleur de sable, nous dépassions un homme et une femme, vêtus de déguisements bariolés, qui marchaient l'un derrière l'autre. Je leur demandais si nous étions bien sur la route de Ouargla : non, ce chemin était une impasse. Nous regagnions la ville que nous avions quittée, pour y dormir. Et je m'avisais soudain que je ne savais pas où nous étions. Touggourt ? non. Je demandais à Sartre le Guide bleu : il me répondait d'un air un peu narquois qu'il l'avait expédié à Paris. Je me rendais compte qu'il ne s'intéressait pas du tout à ce voyage et je me sentais désespérée. Il parlait avec des gens que je ne connaissais pas et il disparaissait. J'errais dans la ville, pleine de touristes : personne ne savait son nom. Je découvrais qu'elle s'appelait Mersépolis mais où se situait-elle ? Dans un casier je trouvais des cartes : c'étaient des cartes de France. Il y avait des flèches sur les murs et des noms mystérieux qui me semblaient turcs ou suédois. Je mettais à pleurer. J'entrevois sous un ciel très bleu et un grand soleil des monuments magnifiques, tout rouges, de style africain et je pleurais. Pourquoi Sartre n'était-il pas avec moi ? Soudain je me retrouvais avec lui en auto : d'aimables touristes nous promenaient. Mais je désirais les quitter et commencer le voyage projeté avec Sartre. Comme nous passions devant un hôtel, Sartre a dit qu'il avait faim et il est descendu de la voiture où... [10: 147-148]. Таке значення скупчення часової форми Imparfait de l'Indicatif (37 випадків на 19 речень) свідчить про стилістичне призначення даного часу. Форма Imparfait de l'Indicatif (Imparfait "pittoresque"), що вживається для вираження миттєвої та одноразової дії, є досить виразним мовленнєвим прийомом. Описуючи один зі своїх снів, С. де Бовуар вдається до цієї часової форми, щоб створити ефект стоп-кадру, на кшталт зйомки в кіно. Незважаючи на деяку узуальність зазначеного стилістичного засобу, у даному відрізку ефект уповільненої чи навіть зупиненої дії зберігається: ... ми обганяли чоловіка та жінку ... – ... я їх питала ... – ... ми доїжджали до міста ... – ... раптом я помічала ... – ... я питала Сартра ... – ... він мені відповідав ... – ... я блукала містом ... – я знаходила карти ... – ... я починала плакати ... – ... я мигцем бачила ... – ... я опинялася з ним в авто ... – ... люб'язні туристи нас проводжали ... – ... я бажала їх залишити ... . Накопичення в наведеному прикладі низки стоп-кадрів, що змінюють один одного, викликає у читача стробоскопічне враження саккадичного руху часу на кшталт руху очей, що здійснюється швидкими стрибками при зоровому пошуку, читанні, розгляданні зображень тощо.

Безліч темпоральних маркерів нейтрального типу серед слів темпоральної семантики: *maintenant, tôt, tard, toujours, jamais, bientôt, seconde, minute, heure, moment, futur, passé, présent* тощо, потрапляючи до мовленнєвої ситуації, набувають певного модально-оціночного забарвлення. Найчастіше таке трапляється в текстах мемуарів, де автор звертається до прямої мови, щоденникових вкраплень чи описів особливо напружених ситуацій: – *Alors, lui lança-t-il, affolé, il n'est toujours pas là ?* [13: 46] ; *Elle continuait à étudier dans l'espoir de devenir assistante sociale. " Une fille des paysans ! vous n'y arriverez jamais ", lui a dit avec dédain une monitrice* [10: 79] ; *Le docteur n'est pas entré dans la chambre parce qu'il n'a pas voulu patauger dans l'ordure. " Jamais on n'a pas vu ça ! ont dit les infirmiers. Ce n'est pas une femme, c'est du fumier. "* [10: 104] ; *Il devait y avoir l'an prochain à New York une grande exposition de ses oeuvres, et Lotar l'interrogea : irait-il ? " L'an prochain ? Ah ! Si c'était demain ", a-t-il murmuré. Il s'est repris : " Même demain, je n'irais pas à New York. "* [10: 125] ; *Et X. aujourd'hui m'explique que, si les socialistes ne votaient pas pour de Gaulle, ça serait la guerre civile* (цитата зі щоденника) [9: 163]. У всіх наведених прикладах темпоральних слів на передній план виходить не їх первісний зміст, а здобуте в кожному конкретному контексті афективно-модальне забарвлення: *Ніколи вам це не вдасться!; Навіть завтра я б не поїхав до Нью Йорка.; І сьогодні X. пояснює мені, що ...* .

Відомо, що тексти мемуарної літератури густо просякнуті темпорально маркованими лексико-граматичними одиницями, які створюють в текстовій тканині ефект різнохарактерного руху: вперед / назад, швидкого / повільного (аж до тимчасової зупинки – стоп-кадр), об'єктивного / суб'єктивного: *Cette époque était riche en prodiges* (початок руху часу). *Ainsi aura-t-on* (проспективний рух: рух часу оповідання зупинений), *sans doute, quelque peine à croire la rencontre qui va suivre* (проспективний рух). *Les dieux m'en avaient fait* (ретроспективний рух) *la surprise au Chapelain, un charmant petit hôtel de Montparnasse,*

*quelque temps plus tôt* (ретроспективний рух), *le soir même de mon arrivée* (одночасність з попередньою дією) *dans la capitale que je venais* (одночасність) *tout simplement conquérir*.

*Un peintre de mes amis, qui s'était offert* (ретроспективний рух) *à guider mes premiers pas dans Paris, m'avait réservé* (ретроспективний рух) *une chambre dans cet hôtel, et j'achevais* (одночасність з майбутньою дією) *de vider ma valise quand il passa* (час оповідання) *me prendre ...*

*Une lueur malicieuse brillait dans ses yeux, et je le suivis* (час оповідання), *intrigué. A " l'étage en dessous ", il frappa à la porte d'une chambre. " Entrez ! " lança* (час оповідання) *une voix impérieuse. Nous entrâmes* (час оповідання), *et je vis* (час оповідання) – *et aujourd'hui* (проспективний рух, вихід на момент мовлення) *encore je me demande* (момент мовлення, час оповідання зупинений) *si je n'ai pas rêvé* (ретроспективний рух, актуальний для теперішнього автора) – *oui, je vis* (час оповідання) *Jean-Paul Sartre. Il habitait* (одночасність) *lui aussi le petit hôtel Chapelain, comme un simple étudiant, alors qu'il était déjà illustre* (одночасність), *et sa chambre, tout enfumée des nuages de sa pipe, était* (одночасність) *sœur de la mienne.*

*Sartre me serra* (час оповідання) *la main comme si j'étais* (одночасність) *son voisin depuis six mois* (хронометрична протяжність дії), *et, moi, je le regardai* (час оповідання) *comme s'il était* (одночасність) *Socrate. D'ailleurs, durant une bonne heure* (хронометрична протяжність дії), *il nous parla* (час оповідання) *comme Socrate aimait* (одночасність) *parler à ses disciples, nous entretenant de mille choses avec une joyeuse et étourdissante agressivité.*

*Comme nous ressortions* (одночасність з майбутньою дією) *de sa chambre, mon ami, le peintre, me glissa* (час оповідання), *en me poussant le coude : ...*

*Je devais retrouver Sartre à la terrasse du Café de Flore que j'avais commencé* (ретроспективний рух) *à investir quelque temps après mon retour* (хронологічна послідовність подій) *d'Ouarzazate. Toujours flanqué de mon photographe, j'étais plus que jamais* (одночасність) *en chasse de mes chers scoops. ... Il allait faire* (проспективний рух) *du bruit dans Landerneau.*

*Le 3 mai 1947* (абсолютне хронографічне датування), *à la une de Samedi-Soir, je révélai* (час оповідання) *l'existence des... "existentialistes". C'était* (одночасність) *la première fois que ce mot saugrenu paraissait* (одночасність) *dans un journal. Il fit* (час оповідання) *bientôt le tour du monde. ...*

*Toujours à la une de ce Samedi-Soir historique du 3 mai 1947* (абсолютне хронографічне датування), *une photo poignante illustre* (одночасність) *mon article. Elle représentait* (одночасність) *un couple d'existentialistes ... [13: 29-30] ;*

*Ma soeur et Lionel rentrèrent* (час оповідання) *à Paris vers la fin de mai* (час оповідання). *Pendant toutes ces années* (хронометрична протяжність дії) *elle avait beaucoup travaillé* (ретроспективний рух). *Elle exposa* (час оповідання) *à la galerie Jeanne Castel des compositions inspirées de scènes qu'elle avait vues* (ретроспективний рух) *à l'hôpital de Lisbonne. Je revis* (час оповідання) *avec elle les collections du Louvre qui rouvrait* (одночасність) *ses portes. Sartre partit* (час оповідання) *pour la campagne avec sa mère, dont le mari était mort au cours de l'hiver* (ретроспективний рух). *Je décidai* (час оповідання) *de faire un tour à bicyclette ; comme Vitold prenait* (одночасність) *ses vacances à ce moment-là* (одночасність), *nous roulâmes* (час оповідання) *pendant quelques jours* (хронометрична протяжність дії) *côte à côte, de Paris à Vichy ...*

*Le 7 août* (абсолютне хронографічне датування) – *je venais de rentrer* (ретроспективний рух) *à Paris – la bombe atomique tomba* (час оповідання) *sur Hirishima. ... Nous en discutâmes* (час оповідання) *longtemps* (хронометрична протяжність дії).

*Nous passâmes un mois* (хронометрична протяжність дії) *à La Pouèze ; nous y étions* (одночасність) *quand la deuxième bombe fut lâchée* (час оповідання), ... [8: 57-58].

Таким чином, темпоральна структура мемуарних текстів являє собою досить складну багаторівневу систему часових відносин, до того ж ускладнену суб'єктивними властивостями пам'яті мемуариста. Час в мемуарному тексті інтенсивно стратифікується, утворюючи при цьому своєрідні темпоральні шари, що перемешуються, зі своїми власними часовими характеристиками. Час виходить за межі одного мемуарного тексту і стає сполучною ланкою з іншими текстами, демонструючи свої інтертекстуальні властивості.



БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. – М.: Художественная литература, 1975. – 502 с.
2. Бондарко А.В. Теория функциональной грамматики: Темпоральность. Модальность. – Л.: Наука, 1990. – 264 с.
3. Гак В.Г. Пространство времени // Язык и время. Логический анализ языка. – М.: Индрик, 1997. – С. 122-131.
4. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. – 139 с.
5. Лихачев Д.С. Время в произведениях фольклора // Русская литература. – 1962. – № 4. – С. 91-102.
6. Лихачев Д.С. Поэтика художественного времени // Лихачев Д.С. Поэтика древнерусской литературы. – М.: Наука, 1979. – С. 5-18.
7. Рябцева Н.К. Аксиологические модели времени // Язык и время. Логический анализ языка. – М.: Индрик, 1997. – С.78-96.
8. Beauvoir S. de. La force des choses. I-er volume. – Paris : Editions Gallimard, 1963. – 384 p.
9. Beauvoir S. de. La force des choses II-e volume. – Paris : Editions Gallimard, 1963. – 512 p.
10. Beauvoir S. de. Tout compte fait. – Paris : Editions Gallimard, 1972. – 640 p.
11. Daniel J. Avec Camus, Comment résister à l'air du temps. – Paris : Editions Gallimard, NRF, 2006. – 157 p.
12. Daniel J. Le temps qui reste. – Paris : Editions Stock, 1973. – 320 p.
13. Robert J. Les stars de mes nuits. – Paris : Editions du Rocher, 1991. – 168 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Сергій Коваленко – старший викладач кафедри другої іноземної мови Горлівського державного педагогічного інституту іноземних мов

Наукові інтереси: текстологія, когнітивістика.

**“МІСТИЧНЕ” В АНГЛІЙСЬКОМУ ГОТИЧНОМУ РОМАНІ. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА СПЕЦИФІКА ДОСЛІДЖЕННЯ**

Оксана ГАЛИЧ (Київ, Україна)

*У статті висвітлено природу “містичного” у філософському, теологічному та літературному ракурсі, встановлено функціональний статус семантичної категорії “MYSTIC” як категорії понятійної у мові англійського готичного роману XVIII ст., обґрунтовано ключову концепцію дослідження.*

*The article deals with the phenomenon of “mystic” in the philosophical, theological and literary perspective, highlights the functional status of the semantic category “MYSTIC” as a conceptual category in the language of the English Gothic novel of the XVIII century, focuses on the grounds of the key investigation approach.*

Сучасний стан розвитку функціональної граматики спрямовує її теоретичний потенціал у бік дослідження когнітивного підґрунтя функцій мовних одиниць, концептуальної організації польових моделей, виділення імпліцитних невербальних смислів, що виступають засобом доступу до таємниць мисленневих процесів та емоційних переживань людини. Такий підхід дозволяє розглядати в єдиній системі різнорівневі мовні засоби, інтегровані спільністю їхніх семантичних функцій.

Доробком функціоналізму кінця ХХ ст. є опис різноманітних функціонально-семантичних категорій на матеріалі різних мов, дослідження комунікативно-функціонального аспекту мовних явищ, аналіз функцій мовних одиниць [8; 6; 13; 4]. Проте, остаточно функціонально-семантична категоризація не завершена, що свідчить про потребу нових досліджень цієї сфери функціоналізму. Функціональний підхід доповнюється лінгвістичними розвідками у галузі текстової семантики [12; 11], внаслідок чого видається можливим вивчення об'єкта дослідження не з погляду його внутрішньої будови, субстанціональних якостей, а з погляду його функціональної спрямованості та віднесеності до позамовної дійсності. Тому аналіз вербалізованих репрезентацій семантичної категорії “Містичне”, представлених у мові англійського готичного роману XVIII ст. різнорівневими мовними засобами, доводить перспективність польового моделювання, що зумовлює актуальність нашого дослідження і, водночас, відповідає методології функціоналізму.

Метою нашої праці є вивчення функціонального статусу “містичного” та встановлення понятійного підґрунтя аналізованого феномену в англійському готичному романі XVIII ст. Матеріалом слугують текстові фрагменти, виділені методом суцільної вибірки з пам'яток писемності визначеного жанру окресленого періоду. Окрім того, використано матеріал перекладних, тлумачних, історичних й етимологічних словників.

Зауважимо, що ХХ–ХХІ ст. відзначені поновленням інтересу до містичних традицій світу, якими цікавляться не тільки науковці, а й всі ті, хто не байдужий до проблем духовного життя людини і суспільства. Важливим фактором зростаючого інтересу до цієї

проблеми є те, що в контексті ХХІ ст. містика залишила межі власне релігійних учень і перейшла до різних сфер буденної свідомості. Відсутність знань про справжню природу містики у більшості людей породжує страх або ж незрозуміле захоплення цим феноменом.

Насамперед звернімося до аналізу словникових дефініцій на позначення поняття “містичний”, оскільки цей метод уможливорює виділення домінуючих ознак досліджуваної категорії. У філософії “містика” (від грецьк. *μυστικός* – таємничий) визначена як релігійна практика, що має на меті переживання в екстазі безпосереднього “єднання” з абсолютом, а також сукупність теологічних і філософських доктрин, які виправдовують і регулюють цю практику [9: 579]. Звідси, “містичний” – такий, що стосується містики. У сучасних англійських лексикографічних джерелах прикметник “містичний” має наступні значення 1) пов’язаний з езотерикою або символічними практиками і культурами; духовно значущий; неземний; божественний; 2) примарний, таємничий, невідомий, непояснений, ірреальний; сокровений; надприродний [23: 820]. Українські дослідники трактують це поняття наступним чином: “містичний” – такий, що пов’язаний з релігійно-ідеалістичними поглядами, які визнають існування надприродних сил, і зумовлює спілкування з ними людини [10: 202]. З огляду на визначення готичного роману – літературної форми, в якій домінують засоби відтворення загадково-моторошної атмосфери [24: 707], нам видається доречним детермінувати “містичне” як феномен, пов’язаний з мотивом таємниці, вірою в надприродне, ірраціоналізмом як певним способом пізнання дійсності, що ґрунтується на створенні атмосфери нагнітання страху перед невідомим.

Слід зазначити, що повноцінний аналіз будь-якої семантичної категорії неможливий без використання словників, побудованих на історичних принципах. Зосередимо увагу на етимології прикметника “містичний”, щоб мати чітке уявлення про походження та етапи розвитку поняття “містичне” в англійській мові: 1275–1325; ME *mystik* < L *mysticus* < Gk *mystikós*, ‘таємничий’, ‘секретний’; пор. також: *mýst(ēs)* ‘долучений до таїнства’, ‘посвячений’; *myein* ‘закривати (очі, рот)’, ‘бути готовим перейти до стану трансу’ + *-ikos, -ic* [21].

Науковий аналіз природи “містичного” як творчого процесу був розпочатий К. Юнгом. За його теорією, цей процес відбувається на межі свідомого і несвідомого та вимагає залучення як вищих духовних, так і матеріальних засад психіки. Культура та мова дають можливість панувати над світом завдяки поняттям [5: 9]. Осмислення глибинного сенсу буття показує обмеженість знань про нього, що “не пояснюють екзистенції” [19: 54]. Буття в його внутрішньому змісті значно багатше предметного світу, і людина, всупереч науковим аргументам, починає відчувати, що існує світ надпредметний, який є таємницею. “Засадовими для буття виступають ірраціональні сили, які вислизають з раціонального пізнання” [7: 57]. За А. Шопенгауером, яким би ірраціональним не був світ, існують три шляхи підходу до нього – мистецтво, містика та філософія [14: 635]. Поеднаність зі світом – це не стільки результат пізнання, скільки акт самосвідомості. Провідна роль у ній належить не глуздові, а суб’єктивній інтерпретації символів надприродного світу, інтуїції, що у своїй цілісності духовного буття утворює специфічну, унікальну сферу – сферу ірраціонального [5: 4], до якої належить і поняття “містичне”.

На наш погляд, надзвичайно важливим є вивчення й аналіз “містичного” як історично-літературного явища у межах однієї з національних форм романтизму, втіленого у значеннях одиниць мови готичного роману. Зауважимо, що для О.В. Бондарка значення мовної одиниці, як надбання мовної системи, “витікає з особливостей мови як системи одиниць, що певним чином відображає позамовну дійсність і, завдяки цьому, використовується для відтворення змісту, реалізуючи свої функціональні можливості. Цей зміст завжди виступає в тій чи іншій мовній інтерпретації як такий, що пройшов крізь призму системи і структури певної мови” [2: 7].

У цьому аспекті особливо цікавою нам видається література англійського романтизму, оскільки природа і своєрідність “містичного” в ній беруть свій початок власне з англійської національної традиції – передромантичного готичного роману. Саме у межах цього літературного напрямку “Містичне” постає центральною категорією філософсько-естетичного осмислення світу.

“Містичне” у готиці було пов’язане з установкою на переживання жаху при зіткненні зі світом як виявом вселенського Зла. Цей напрям в літературознавстві культивує “жахливе в звичайному” (*Horrid in Natural*) [15: 7], акцентуючи увагу на психологічній напрузі (*Psychological tension*) та ідеї “піднесеного” (*Sublime*). Зауважимо, що термін “*Horrid in Natural*” вперше був запропонований американським вченим Ю. Мюрреєм [20] та його англійським колегою М. Уером [25] у процесі досліджень англійської готичної прози.

Аналіз опрацьованого матеріалу доводить, що готичний роман виступає найбагатшим джерелом дослідження семантичної категорії “Містичне”, адже “<...> ніщо так сильно не впливає на людську психіку, як готика... Навіть найосвіченіший розум, звільнений від будь-яких забобон, мимоволі визнає її владу” [17: 82].

Не підлягає сумніву, що зіставлення усіх доступних засобів репрезентації поняття у системі мови дозволяє нам виявити його зміст.

Таємниче, примарне, ірреальне, що не піддається раціональному тлумаченню, є ключовою темою готичного роману, тим змістовим стрижнем, навколо якого будується композиція твору.

Іншим джерелом “містичного” поряд з “таємничим” виступає страх. Аналіз філософських, соціальних, психологічних аспектів цієї емоції дозволяє відобразити його універсальну понятійну основу: страх – тривале, або короткочасне емоційне переживання, властиве будь-якій людині, незалежно від її культурної належності [3: 547]. Потреба у таємниці пов’язана зі страхом. Уявлення про можливу небезпеку і психологічна напруга, викликана цим очікуванням, є визначальними в естетиці “містичного”. При цьому страх розглядається як відчуття вищого порядку: “Почуття, що викликає в нас величність природи, владно заволодіває нами і зветься захопленням (*astonishment*); і захоплення це – такий стан нашої душі, коли всі її рухи завмирають у передчутті жаху (*horror*). Жодне з почуттів не може позбавити наш мозок розсудливості й здатності діяти до такої міри, як це може зробити страх (*fear*)” [16: 57 – 58].

Страх у готиці виступає джерелом “піднесеного” (*Sublime*). Потреба у цій емоції виникає як необхідність відмови від “тривіальної” реальності, від логічного і повсякденного. Таємниця пов’язана зі страхом. Уявлення можливої небезпеки і тривожність, викликана цим очікуванням, є визначальними в естетиці Жахливого.

Варто зауважити, що акцентуація психічних та емоційних станів героїв не є випадковою і спрямована на досягнення певного естетичного впливу на читача. На нашу думку, письменники-романісти свідомо звертаються до містичної образності як засобу створення необхідного ефекту. Таке налаштування повною мірою відтворює нове уявлення про характер естетичних переживань, дослідження природи якого знайшло своє відображення у творчості Е. Берка і є ключовою концепцією нашого дослідження (*the Sublime + Psychological tension > Horrid in Natural*).

Показово, що представники жанру готичного роману часто послуговувалися технікою відтворення “*suspense*” ефекту, який у сучасних лінгвістичних розвідках досліджується як поняття сюжетного напруження. Одне з трактувань цього феномену стосується емоційного реагування читача на літературний текст чи окремі його фрагменти, що викликають проспективно орієнтовані та конфліктуючі між собою “емоції надії і страху, які поєднуються з ментальним станом невизначеності” [22: 131] відносно можливої розв’язки тих чи інших подій художньої дійсності [18: 118].

В англійській готиці такий конфлікт реалізовано у вигляді таємниці (*mystery*), яка провокує виявлення усіх загадкових, до певної міри надзвичайних обставин, що можуть призвести до її розкриття.

Керуючись необхідністю щонайдовше забезпечити художній вплив на читача, представники жанру готичного роману вдаються до принципу сугестії, тим самим відтворюючи ідею зображення “жахливого у звичайному” (*Horrid in Natural*).

Зважаючи на те, що в англійській готиці значення речі вбачалося зовсім не в її безпосередньому функціонуванні у природі, внаслідок чого увагу привертати не причинно-

наслідкові зв'язки, а приховані смисли, що об'єднують явища [7: 29], ми можемо детермінувати семантичну категорію “Містичне”, відтворену в англійському готичному романі XVIII ст. різномірними засобами мови, як понятійну категорію.

На переконання О. В. Бондарка, рівень понятійних категорій, що реалізуються у семантичних функціях певної мови й універсальних інваріантах, включає також і систему “багатоступінчастого семантичного варіювання, у якій виявляються й неуніверсальні елементи, пов'язані із системою засобів конкретної мови”. Іншими словами, семантичні категорії маніфестують комплекс понятійних категорій, які існують відносно регулярної відповідності з тими мовними семантичними функціями, у яких ці категорії знаходять своє втілення й свою конкретно-мовну реалізацію. Саме тому, стратифікація категорій розумового змісту призводить до виділення проміжних семантичних категорій як категорій понятійних, що містяться в граматичних, лексичних, словотвірних значеннях певної мови і їхніх мовних реалізаціях.

Виступаючи у мовленні в перетвореному вигляді і репрезентуючи “базис” конкретно-семантичного аспекту розумового змісту, ці реалізації перетворюються на елементи конкретних змістів, переданих і сприйнятих в окремих актах мовлення [1: 63 – 65], що доводить найближчу перспективу нашого дослідження у межах функціонально-семантичної теорії з метою цілісного моделювання ФСП “MYSTIC”. Перспективою подальших розвідок слід вважати аналіз діахронних процесів, що спричиняли семантичну варіативність поняття “Містичне” та мали вплив на структуру відповідного ФСП на різних етапах розвитку англійської мови.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бондарко А. В. Принципы функциональной грамматики и вопросы аспектологии. – 3-е изд., стереотип. – М.: Эдиториал УРСС, 2003. – 207 с.
2. Бондарко А. В. Проблемы грамматической семантики и русской аспектологии. – СПб.: Изд-во С.-Пб. ун-та, 1996. – 220 с.
3. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. / Пер. с англ. А. Д. Шмелева. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 776 с.
4. Золотова Г. А., Онипенко Н. К., Сидорова М. Ю. Коммуникативная грамматика русского языка. – М.: МГУ, 1999. – 528 с.
5. Льїн В. В. Містика духовного: імперативи ірраціонального в раціональному // Філософська думка – 2004. – № 2 – С.3–14
6. Лингвистические исследования в конце XX века / Отв. ред. Ф. М. Березин и др. // Теория и история языкознания. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – 216 с.
7. Мудрагей Н. С. Очерки истории западноевропейского иррационализма. – М.: Наука, 2002. – 112 с.
8. Николаева Т. М. Теория функциональной грамматики как представление языковой данности // Вопросы языкознания – 1995. – № 1 – С. 68 – 79
9. Новая философская энциклопедия / Г. Ю. Семигин. – Том 2. – М.: Мысль, 2001. – 636 с.
10. Новий тлумачний словник української мови / В. Яременко, О. Сліпущко. – Том 2. – Київ, 2005. – 928 с.
11. Ноздріна Л. А. О категоріальном статусе некоторых лингвистических явлений // Вестник ВГУ.: Лингвистика и межкультурная коммуникация – 2001. – № 2 – С. 39 – 46
12. Норман Б. Ю. Грамматика говорящего. – СПб.: Изд-во С.-Пб. ун-та, 1994 – 260 с.
13. Теория функциональной грамматики (ТФГ): Субъектность. Объектность. Коммуникативная перспектива высказывания. Определенность, неопределенность. / Отв. ред. А. В. Бондарко. – СПб.: Наука, 1992. – 304 с.
14. Шопенгауэр А. Мир как воля и представление: Афоризмы и максимы: Новые афоризмы. / Пер. с нем. Ю.И. Айхенвальд и др. – М.: Современный литератор, 1999. – 1408 с.
15. Ясакова Ю. Б. "Готический" роман Анны Радклиф в контексте позднего Просвещения: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.03 // НГЛУ им. Н. А. Добролюбова. – Нижний Новгород, 2002. – 208 с.
16. Burke E. A Philosophical Inquiry of Our Ideas of the Sublime and Beautiful. – London: Penguin, 1998. – 197 p.
17. Drake N. Literary Hours: or, Sketches, Critical, Narrative, and Poetical. – London: Printed for T. Cadell Jun. and W. Davies, 1804. – 555 p.
18. Frijda N. The Emotions. – Cambridge: Cambridge University Press, 1986. – 544 p.
19. Jaspers K. Vernunft und Existenz: fünf Vorlesungen. – München: Piper, 1987. – 126 S.
20. Murray E. B. Ann Radcliffe. – New York: Twayne Publishers, 1972. – 178 p.
21. OED (2001). Online Etymology Dictionary. // [online] – Access mode <http://www.etymonline.com>
22. Ortony A., Clore G., Collins A. The Cognitive Structure of Emotions. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – 207 p.
23. Oxford Advanced Learner's Dictionary / Ed. A. P. Cowie – 4th edition – Oxford University Press, 1992. – 1579 p.
24. The New Encyclopaedia Britannica. – V. 9. – 15 ed. – Chicago: Encyclopaedia Britannica, 1995. – 1046 p.
25. Ware M. Sublimity in the Novels of Ann Radcliffe: a Study of the Influence upon Her Craft of Edmund Burke's Enquiry into the Origin of Our Ideas of the Sublime and Beautiful. – Upsala: A.-B. Lundequistiska Bokhandeln, 1963. – 63 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Оксана Галич** – аспірант кафедри граматики та історії англійської мови Київського національного лінгвістичного університету.  
*Наукові інтереси:* функціональна граматики англійської мови.

## **КОНЦЕПТОСФЕРА РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ НА ПРИКЛАДІ ГЕНДЕРНОГО АСПЕКТУ КОНЦЕПТУ «ДОСКОНАЛІСТЬ» В СУЧАСНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ**

**Вероніка ІВАНЮК (Кіровоград, Україна)**

*У статті, присвяченій друкованій рекламі, тексти якої вибрані з глянцевого журналу, автор пропонує модель концептуального поля «досконалість», яка побудована на основі польового методу. Гендерний аспект проведеного дослідження дозволяє виявити соціально-біологічні стереотипи поведінки носіїв мови, які покликані створити в адресата потрібний адресанту яскравий, видимий образ, який сугестивно впливає на сприйняття інформації під заданим кутом зору.*

*In the paper, dedicated to printing advertisements, chosen from glossy magazines, the author offers the model of the conceptual field «perfection» which is built on the basis of the field method. The gender aspect of the research allows to find out the socially biological stereotypes of native speakers' behaviour, which were called to create for an addressee a bright, visible image which a sender needs, and its influence on perception of information under the set point of view.*

Антропоцентрична парадигма лінгвістичного дослідження, яка орієнтована на опис представленої в мові національного світогляду його носіїв, одним із способів вивчення вербалізованих ментальних структур проголошує концептологічний. Незважаючи на величезну зацікавленість дослідників і активне вживання, термін «концепт» в сучасній науці не отримав однозначного тлумачення. У різний час визначення цього поняття давали І. Андрусак, А. Бабушкін, С. Воркачев, О. Кубрякова, В. Карасик, Ю. Степанов, Г. Токарев та багато інших. **Завданням нашої статті** є аналіз мовної сутності як «одиниці лінгвоменталітету, фокусує в собі особливості етнічного світосприйняття та установок поведінки» [1: 176].

Існує думка, що «концепти не тільки мисляться, вони переживаються. Вони – предмет емоцій, симпатій і антипатій, а іноді і зіткнень. Концепт – основний осередок культури в ментальному світі людини» [4: 43]. До основних ознак концепту відносять «образні асоціації, існування протягом тривалого історичного періоду, відсутність жорстко детермінованого зв'язку з реальною дійсністю та непокорюю законам логіки» [2: 66].

Вихідним положенням когнітивної лінгвістики є теза про те, що будь-який концепт може бути структурований. Нежорстко детерміновану структуру концепту відображає смислова ієрархія, яка репрезентується моделлю семантичного поля. Такий підхід у своїх дослідженнях застосовували Н. Алефіренко, С. Гехтляр, О. Заїкіна, З. Попова, І. Стернін, І. Хорошунова, С. Шулежкова. Ядро (центру) поля відповідає інваріантний, «об'єктивний», закріплений в тлумачних словниках зміст ключової лексеми, яка іменує концепт; периферії відповідно – «суб'єктивний» зміст, пов'язаний з «об'єктивним» асоціативно, контекстуально або за допомогою інтегральних узуальних сем.

Вибір нами концепту *досконалість* для аналізу є невипадковим, оскільки реклама націлена на презентацію кращих, виняткових якостей товару, при цьому сучасна реклама має свою характерну рису, а саме – є гендерно маркованою. **Матеріалом ілюстрації** для нашої статті стали рекламні тексти друкованих видань, таких як «Ліза», «Cosmopolitan», «Elle» за 2009 рік.

Ключовими, базовими репрезентантами досліджуваного концепту *досконалість* обрані слова *досконалість* та *досконалий*. Аналіз тлумачних словників дозволяє зробити висновок, що компонентна структура головних репрезентантів виглядає наступним чином: *досконалість* – 1) повнота всіх переваг, вищий ступінь будь-якої позитивної якості; 2) людина або предмет, позбавлений недоліків; *досконалий* – 1) ідеальний, бездоганний; 2) повний, абсолютний; 3) справжній. [3: 767].

Таким чином, ядро і навколоядерна зона концепту *досконалість* складаються з вищевказаних компонентів і головних репрезентантів, наприклад: *Туалетна вода Vanilla Fieldsome від Coty – самої природи досконалість; Жіночі сигарети Virginia Slims: досконалість форми надихає; Помада Lakme – досконала помада; Крем-фарба Wella Decore – немає межі досконалості!; Центр корекції ваги «Ideal Line» – технологія досконалості; Салон краси «Еліт-Стиль» – відчуйте свою досконалість; Крем Avon «Ефект*

досконалості»; *Косметика «Л' Етуаль» – це один крок до досконалості; Тональні засоби Clarins – секрет ідеального кольору обличчя; Тональний крем від Dior – свіжий, бездоганний колір обличчя, що випромінює сяйво і здоров'я.*

Репрезентанти *досконалість, досконалий, ідеальний, бездоганний* без сумнівів можна назвати «жіночими», причому у всіх прикладах вони беруть участь у номінації фізичної привабливості жінки. Єдиний приклад, що однаковою мірою орієнтований на представників обох статей, містить одну з цих лексем: *Вбудована побутова техніка AEG Electrolux: досконалість форм і функцій* (з іншого боку, традиція займатися домашніми справами знову ж таки відноситься до жінки).

Наступні приклади демонструють приналежність навколоядерного компоненту концепту *справжній* мовній картині світу чоловіків: *Новий Range Rover 2006 Supercharged. Справжня розкіш, втілена перевага; Алмазна компанія De Beers. Діаманти високої якості-справжнє диво природи. Піднесіть їй такий діамант, щоб зірки згоріли від заздощів; Chevrolet. Справжнього позашляховика повинно бути багато. Дуже багато.*

У складовій абсолютній «переваг» за статевою ознакою не виявлено: *Техніка AEG – абсолютна ефективність з Німеччини. Зіртек - абсолютний контроль над алергією.*

Отже, більшість прикладів «жіночої» реклами в реалізації центральної зони концепту *досконалість* виводить на перший план такі репрезентанти, як *досконалість, досконалий, ідеальний, бездоганний*, у той час як у «чоловічій» рекламі концепт проявляється через характеристику *справжній*. Порівняння «чоловічих» і «жіночих» ментальних «переваг» показує крайню невизначеність, розмитість та абстрактність *досконалості*, а також нечіткість, істинність, реальність *справжнього*. Творці реклами маніпулюють особливостями гендерної психології, з огляду на орієнтацію жінок на щось невизначене, всеосяжне, позбавлене будь-якої конкретики (ясно тільки, що *це найкраще*), яке у свідомості кожної жінки набуває бажані та очікувані саме нею індивідуальні риси. Чоловіки з їх раціональним складом розуму, які не сприймають абстрактне *досконалість*, для визначення якого не існує чітких критеріїв, вважають за краще реальність, справжність чого-небудь (звідси, до речі, культурами *реальний пацан, конкретний чоловічий базар, справжній полковник*, що стали своєрідними субкультурними концептами, навіяні жаргонною лінгвокультурою та поп-музикою). Рекламні тексти містять ряд інших маніфестантів досліджуваного концепту, які займають зону ближньої, дальньої та крайньої периферії (принцип побудови зон периферії простий: чим далі від ядра концепту, тим менше об'єктивних семантичних полеутворюючих ознак і тим більше індивідуальних). Велика кількість репрезентантів зони ближньої периферії висловлює ідею порівняння, оскільки *досконалість* потенційно містить ідею порівняння (досконалий той предмет, який має повний набір позитивних якостей, але передбачаються інші, що володіють ними не в повній мірі). Це втілюється на наступних рівнях мови:

1) на морфологічному – за допомогою ступенів порівняння прикметника, прислівника, категорії стану, що втілюють ідею удосконалення: *Меблі Berloni - найкраще з відомих Вам місць; Відеокамери Sony готові показати більше!; Pantene Pro-v - Ви запитуєте, що краще для мого волосся?; Жилет. Краще для чоловіка немає; Це більше, ніж реальність ... Це – Panasonic; Білайн. Простий і доступний мобільний зв'язок робить життя яскравішим; Kauffman – найдорожча горілка у світі; MTS. Ти-краще!; Гель для душі «Червона лінія». Ніжніше ніжного;*

2) на лексичному і фразеологічному рівні – репрезентантами *чудовий, прекрасний, божественний, високий, гарний, лідер, № 1.*

Розглянемо приклади «чоловічої» реклами, що включають ці вербалізатори: *Новий Range Rover 2006 Supercharged. Справжня розкіш, втілена перевага!; Mitsubishi Pajero. Технічна перевага, надійність і комфорт; Чоловічій професійний годинник Breitling. Технічна перевага.*

З огляду на особливості чоловічої психології, що базується на міфологічних архетипах, соціальних стереотипах чоловіка-борця, чоловіка-переможця, автори рекламних текстів маніпулюють їх свідомістю, виводячи головну характеристику рекламованого товару – *чудовий*.

«Жіночими» репрезентантами цієї зони можна назвати *прекрасний, божественний, чудовий*, які в першу чергу впливають на емоційну сферу жінок: *Крем для обличчя Unique: прекрасна шкіра-щодня; Шампунь Organics. Для прекрасного волосся сьогодні і завтра; Бритва Venus Divine: відчуй ніжність шкіри, гідну богині. Божественно гладко. Божественно чисто. Божественно зручно. Адже кожен вигин твого тіла божественно прекрасний; Туш Pure Velvet від Estee Lauder-пишність за межею уяви.*

Наступні «загальні» репрезентанти позбавлені емоційно-експресивної забарвленості: *Zanussi – висока мода, високі технології; Салон «Еліт-Меблі». Висока якість; Нескафе. Відмінний смак. Відмінний початок; Меморія – відмінна пам'ять, необмежені можливості!; Кнорр. Відмінний смак; Іммунал – лідер за призначенням педіаторів та терапевтів; Крем «Ревіталіфт» проти зморшок – № 1 у світі кремів від зморшок; Sally Hansen-ім'я № 1 у догляді за нігтями; Мікрхвильові печі LG – № 1 у світі техніки.*

Далека периферія включає велику кількість епітетів-репрезентантів, що характеризують ті чи інші послуги та товари: *шикарний, люкс, унікальний, винятковий, ексклюзивний* та інші. Дані маніфестанти мають комплекс яскравих диференціальних сем, але інтегральною, часто потенційною, в їх структурі залишається сема *дуже хороши*.

За матеріалом, такі репрезентанти в рівній мірі значимі як для жіночої, так і для чоловічої мовної свідомості: *Санаторій «Rixos»: шикарні двоповерхові апартаменти або двокімнатні «люкси», унікальна карпатська природа; Кава «Tchibo Premium Select». Виключне походження вишуканого смаку; Ексклюзивні пілінги в центрі краси «Лотос».*

Однак для чоловіків частіше виявляються важливими такі характеристики, які репрезентують *досконалість* товару, як *солідний, шедевр, класичний (класика)*, наприклад: *Солідний Breitling 67 з хронографом можна вважати шедевром; Кава Davidoff Safi. Шедевр, створений провідним кавовим сомельє світу; Годинники TAG Heuer з хронографом – бездоганне виконання і стриманість класичного стилю; Годинники August Reutond – класика надійності.* Очевидно, чоловікам важливо знайти в будь-якому бездоганному предметі елемент мистецтва.

Репрезентанти крайньої периферії пов'язані з центром концепту тільки асоціативно або контекстуально; семантично дуже слабо або взагалі не пов'язані. Вони містять потенційну сему *добре*, яка лежить в площині прагматичних категорій *добре / погано (задоволення / незадоволення)*, оскільки «більш важливий наслідок для одержувача інформації має емоція і пов'язана з нею оцінка явища, ніж інтелектуальна рубрикація» [5: 63].

Проаналізуємо найбільш показові асоціативні і контекстуальні реалізації даного концепту.

1) Чоловіки: *досконалість – розум, безпека, сміливість, спорт, практичність, молодість, динамічність, комфорт, раціональність, сила*, наприклад: *Будівельна компанія «Диджитал Дрімс». Розумний будинок; «Розумний» спортивний седан Asuga TL з комп'ютерною начинкою від INTEL; Охоронне підприємство «Вітязь» – філософія безпеки; Годинники TAG Heuer з хронографом. Сміливість думки, високі експлуатаційні якості і спортивний престиж. Солідний Breitling 67. Ексклюзивна модель, стриманий, незвичайний дизайн; Бачите перед собою практичний універсал Renault? Знайте напевно: ця машина належить молодій, динамічній людині, яка цінує комфорт і безпеку. Максимально раціональний вибір; Mercedes-Benz. Цей солідний позашляховик з комфортним салоном сучасного міського автомобіля однозначно заявить про високий статус і сильний характер власника, перед яким відкриті всі дороги і всі напрямки! Далека периферія аналізованого концепту виявляє зв'язок із значущими в системі цінностей чоловіків інтелектуальними здібностями. Втілюються соціально-культурні стереотипи чоловічої поведінки і уявлення про чоловіка як холоднокровного раціоналіста, якому підвладна будь-яка ситуація, він молодий, динамічний, практичний, у нього сильний характер, він агресивний, безстрашний, успішний, багатий, цінує комфорт. Більшою мірою ці уявлення про чоловіка підтримуються давно складеною культурною традицією, але сучасна економічна ситуація вносить свої корективи в ідеальний образ чоловіка, торкаючись його фінансових можливостей.*

2) Жінки: *досконалість – витонченість, натхнення, Італія, вишуканість, Мілан, Париж, Лондон: Жіночі сигарети Virginia Slims – це тонко ...; Досконалість форми надихає,*

витонченість – спонукає творити ... Жіночі сигарети *Maxim Slims* – тонка спокуса; Косметика *Рира* – італійське мистецтво зваблення; Тканини *Recherche* – вишукані тканини від кращих виробників Мілана, Парижа, Лондона. У реалізації цієї зони досліджуваного концепту жінка представлена істотою тонкої організації з багатою фантазією. Уявлення про довершеність у жінок пов'язані з Італією-законодавцем мод, а також з Міланом, Парижем, Лондоном – найстарішими центрами Європи, у матеріальній і духовній культурі яких не останнє місце займають такі характеристики, як вишуканість, витонченість.

У наступних прикладах «жіночої» реклами в результаті образного використання лексем *сильний, ніжний, стрункий, надійний* створюється відомий у стилістиці «ефект невиправданого очікування»: *Обожнюю сильних, ніжних і струнких ... Сильний, ніжний і стрункий? Звичайно ... Bosch; Він такий сильний, надійний, з ним я забуваю про все, він такий ... Холодильник Electrolux*. Автори даних рекламних текстів, покладаючись на мовну інтуїцію адресата, направляють його цілком прогнозовані асоціації в сферу особистих стосунків між чоловіком і жінкою; сказаний зі шпальт журналів з особливою інтригуючою інтонацією займенник *такий* в силу своєї невизначеності тільки посилює і розвиває ці асоціативні паралелі. Ідеальний чоловік, на погляд жінки, повинен мати фізичну привабливість, силу та ніжність, у той час як чоловіки в свій ідеальний образ не включають останню якість – ніжність. У рамках даного концепту жінка, на відміну від чоловіка-раціоналіста, більшою мірою імпульсивна та емоційна.

Отже, основу гендерних відмінностей у реалізації концепту *досконалість* складають архетипічні стереотипи «статевої міфології» (А.Ф. Лосєв), інакше реклама втратить свою ефективність та дієвість.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Воркачев С. Г. Концепт «язык» в русском паремиологическом фонде /С. Г. Воркачев, Д. Ю. Полинченко // Проблемы вербализации концептов в семантике языка и текста: тез. докл. Междунар. симпозиума: в 2ч.–Волгоград : Перемена, 2003. –Ч. 2. – С. 176–180.
2. Заїкіна О. Н. Концептуальне структурування семантичного поля / О. Н. Заїкіна // Проблеми вербалізації концептів. 2004. – С. 66–68.
3. Современный толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб. : Норинт, 2002. – 960 с.
4. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. – М. : Акад. проект, 2001. – 990 с.
5. Шафіков С. Г. Мовне значення і конотація як функція дескриптивного значення лексичної одиниці / С. Г. Шафіков // Дослідження з семантики: Межвуз. Сб на честь д-ра філол. наук, проф. Л. М. Васильєва.: Вид-во БГУ, 2001.– Вип. 21.–С. 62–75.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Вероніка Іванюк** – аспірантка кафедри перекладу та загального мовознавства Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка

*Наукові інтереси:* вивчення рекламного дискурсу, порівняльна лексикологія.

## ЗАСОБИ ГРАФІЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ ТЕКСТУ

**Наталія РЕВА (Суми, Україна)**

*У статті розглядається графіка як складова оформлення писемних текстів. Фокусується увага на таксономії графічних засобів, їх поліфункціональності та полімодальності.*

*This article deals with graphics as a constituent part of the written language. The types of text graphic means are being classified; their polyfunctionality and polymodality are being analyzed.*

Актуальність даного дослідження зумовлена потребою сучасної текстової лінгвістики до конкретизації концептів, що пов'язані з невербальним паралінгвістичним компонентом комунікації, основу якого становить об'єкт нашого дослідження – графіка. Предметом дослідження є поліфункціональність графічних знаків.

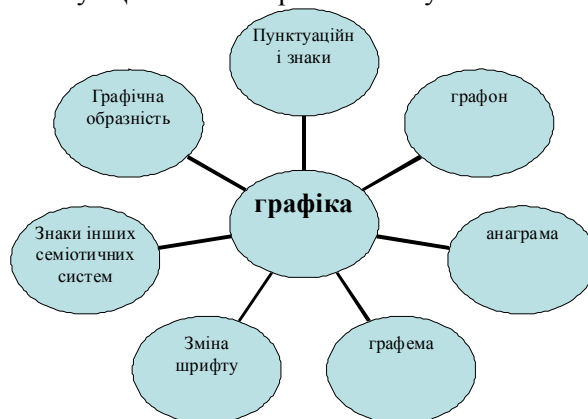
Писемність відіграє одну з найважливіших ролей при передачі інформації. Письмо – це знакова система фіксації мови, яка дозволяє за допомогою начертальних (графічних) елементів передавати мовну інформацію на відстані та закріпляти її в часі; текст являє собою об'єднану смисловим зв'язком послідовність знакових одиниць [5: 3446]. Якщо автор письмового тексту має на меті донести до читача свій твір таким, яким він його задумав, та передати його смисл таким чином, щоб він і через довгий час залишався неспотвореним, він



повинен закодувати цей твір так, щоб він був зрозумілим адресатам багатьох поколінь, іншими словами він повинен правильно оформити його графічно.

Поняття «графіка» багаторазово висвітлювалась в автентичних лінгвістичних словниках, статтях, монографіях, де під графікою розуміють сукупність всіх засобів даної писемності, особливу манеру репрезентації текстів [2: 117]. Крім того графіку визначають як систему співвідношень між буквами алфавіту та звуками мови, тобто між графемами та фонемами, а графема відповідно – сукупність відношень між фонемою та буквою, єдність того, що визначається, (фонема), та того що визначає, (буква) в алфавітному письмі (В.Г. Гак, А.А. Залізняк, В.К. Журавльов) [5: 1055-1065]. Термін графема не має однозначного тлумачення, його нерідко зближають з поняттям букви чи фонему в її графічному вираженні. Дескриптивісти постулюють паралелізм усної та письмової мови, допускають наявність графемних опозицій, диференціальних ознак графему – аллографів. Лондонська школа наполягає на відносній автономії, іманентності письмової форми мови та відповідно і графіки. Для деяких лінгвістів суттєвим є звуковий для інших семантичний варіант фонему. Система графем закладається в результаті пристосування алфавіту як сукупності фонем мови на певному етапі розвитку [5: 1056-1058]. Відповідність фонема = графема, що є ознакою ідеального алфавіту, спрацьовує лише у фонетичній транскрипції. В кожній мові букв менше ніж звуків, і порівняно невеликою кількістю букв доводиться позначати далеко багатшу звукову систему. Розрив між співвідношенням графем та фонем збільшується в історичному процесі за рахунок неминучих фонетичних змін, навіть за умови, що орфографія залишається незмінною. В англійському письмі для 46 фонем існує лише 26 графічних знаків. В англійській графіці, як і інших графіках на основі латинського алфавіту, доводиться вдаватися до нововведень, так званої лігатури. Широко використовуються складні графему: диграфи (*ck /k/*), триграфи (*oeu /u:/*), поліграфи (*ough*). Всього в англійському письмі нараховується 118 складних графем, які разом з монографемами складають 144 графему [5: 1067]. Стійкі буквосполучення типу *-tion-* (*function*) ввійшли в систему англійської графіки як допоміжні засоби позначення фонем. Графема є мінімальною (основною структурною) одиницею графічної системи мови (системи письма). Графема як основна одиниця графіки будь-якої мови має важливе значення для нашого дослідження, адже вона допомагає авторові закодувати потрібну інформацію зрозумілим чином. Англійська графема «а», наприклад, має своїм варіантом капіталізовану графему «А», поява якої на початку речення може вважатись не тільки засобом актуалізації явного контрасту с графемою «а» з метою інтродукції нового речення, а і в деяких випадках єдиною графічною індикацією того, що визначається, особа, місце чи група осіб, місць, або навіть більш ширший концепт: *the Arches/ the arches* [6: 10].

Поняття графіка включає в себе сукупність всіх знаків, що використовує дана система писемності: графему, знаки пунктуації, наголосу, шрифтові виділення, використання різноманітного кегля великих літер, підкреслювання, використання пропусків (інтервалів), композиційна побудова тексту. Це можна зобразити наступною схемою:



Всі ці засоби є носіями експресивного навантаження і допомагають авторові в досягненні його прагматичної мети.

Пунктуація – це система графічних неалфавітних знаків, які утворюють основні засоби письмової мови; головна функція пунктуації – розчленування та графічна організація письмового друкованого тексту [5: 3740]. Пунктуація – це правила розташування розділових знаків [2: 374]. Розділові знаки – графічні знаки, які використовуються в письмовому мовленні з метою вказівки на її декламаційно-психологічне розчленування, а також для передачі тих особливостей його синтактико-смыслового читання, які не можуть бути виражені морфологічними засобами чи порядком слів [3: 159]. Сучасна європейська пунктуація бере початок у книгодрукуванні. Правила використання розділових знаків розрізняються у різних мовах, наприклад французький (англійська, італійська мови) та німецький (польська, російська мови) пунктуаційні типи. Перший тип характеризується більш рідким використанням тире, коми використовуються лише для виділення смислових нюансів [8]. Однак, якими б «бідними» не були правила використання пунктуаційних знаків в англійській мові, їх роль в графічному оформленні письмового тексту, передачі прагматичної мети автора, здійсненні впливу на адресата є вельми значущою. Пунктуація допомагає читачеві сприймати те, що в усному мовленні передається за допомогою наголосу, тону голосу, пауз. Разом із функцією членування речення та тексту на складові, пунктуація семантизує емоційні паузи, іронію, обурення, хвилювання. Стилiстичне навантаження розділових знаків неоднакове. На особливу увагу заслуговують знаки оклику та питання [1: 215]. Насиченість тексту зазначеними знаками вже свідчить про його емоційність: *“How is it that little children are so intelligent and men so stupid? It must be education that does it. Alexandre Dumas; What, then, is certain ? ...”* (Thomas Henry Huxley) [9]. Проте, коли знак оклику, наприклад, поставити після речення, яке не є окличним, можна виразити обурення, подив чи навіть іронію: *“A truth, a faith, a generation of men goes – and is forgotten, and it does not matter!”* (J. Conrad) [11]. Фреквентивним є подвоєння цих знаків, яке свідчить про інтенсифікацію експресії. Для досягнення прагматичної мети у художньому дискурсі використовують тире та багато крапку для виділення емоційної паузи, психічних станів персонажів (нерішучості, нервозності, збентеження, невпевненості): *“What, then, is certain?... Why, the fact that the thought, the present consciousness, exists. Our thoughts may be delusive, but they cannot be fictitious. As thoughts, they are real and existent and the cleverest deceiver cannot make them otherwise.”* (Thomas Henry Huxley) [9]. Тире та багатокрапка вказують на затягнуту паузу перед якимось важливим текстовим елементом з метою привернення до нього уваги. В цьому випадку пунктуаційні знаки не рідко використовують разом з так званими заповнювачами пауз (*well, so, er, ugh...*): *“The world gets better every day – then worse again in the evening.”* (Kin Hubbard) [11]; *“There are three great problems of our time.... One of these is that doctrine concerning the constitution of matter which, for want of a better name, I'll call "molecular"; the second is the doctrine of the conservation of energy; the third is the doctrine of evolution.”* (Thomas Henry Huxley) [9]. Крапка як пунктуаційний знак ставиться в кінці оповідного речення для вираження закінченої думки. Цей знак може фасцилізувати дискрептивні динамічної та швидкої зміни подій: він членує текст на короткі речення, що створює враження єдності та динаміки цілого: *“If at first you don't succeed. Try. Try again. Then give up. No use being a damned fool about it.”* (W.C. Fields) [11]. Лапки тяжіють до пунктуаційних засобів оформлення тексту: за їх допомогою автор виокремлює пряму мову, робить наголос на «чужі» слова: *“When Astronomy was young "the morning stars sang together for joy", and the planets were guided in their courses by celestial hands. Now, the harmony of the stars has resolved itself into gravitation according to the inverse squares of the distances, and the orbits of the planets are deducible from the laws of the forces which allow a schoolboy's stone to break a window.”* (Thomas Henry Huxley) [9]. Текстова одиниця у лапках виражає іронію, показує енігматичність: *“There are three great problems of our time.... One of these is that doctrine concerning the constitution of matter which, for want of a better name, I'll call "molecular"; the second is the doctrine of the conservation of energy; the third is the doctrine of evolution.”* (Thomas Henry Huxley) [9]. Відсутність знаків пунктуації досить популярний на часі засіб графічного оформлення тексту, який називають «фірмовим знаком» автора чи літературної течії. Численним є використання знаків пунктуації в якості самостійних сигналів оцінного змісту, що заміщують цілі репліки. В такому випадку вони слугують

знаками мовної економії: без зайвих слів вони допомагають виразити емоцію. Пунктуація як графічний засіб текстового оформлення відіграє три основні функції: допомагає в ритміко-мелодійній побудові мови; віддзеркалює відношення автора до висловлюваного; підказує читачеві емоційну реакцію, якої від нього очікують.

Вагомим є такий графічний засіб, як зміна шрифту. Курсив, типографічний шрифт під нахилом, використовується багатьма авторами для виділення епіграфів, поетичних вставок, цитат, слів іншомовного походження, і всього чужорідного, що потребує окремого виділення: *"The old protectionist theory is the doctrine of trade unions as applied by the squires, and the modern trades unionism is the doctrine of the squires applied by the artisans. Why should we be worse off under one régime than under the other?"* (Thomas Henry Huxley) [9]. Використовується графічний прийом капіталізації, коли з великої літери пишуть назви неістот, надаючи тексту особливої значущості та урочистості: *"Fact I know; and Law I know; but what is this Necessity, save an empty shadow of my own mind's throwing?"* (Thomas Henry Huxley) [9]; *"The student of Nature wonders the more and is astonished the less, the more conversant he becomes with her operations; but of all the perennial miracles she offers to his inspection, perhaps the most worthy of admiration is the development of a plant or of an animal from its embryo."* (Thomas Henry Huxley) [9]; *"Whatever evil voices may rage, Science, secure among the powers that are eternal, will do her work and be blessed."* (Thomas Henry Huxley) [9]. Цілі слова пишуть капіталізованими літерами з метою показати їх особливе смислове навантаження, зростання сили голосу, зміну його тембру, інтонації. Все більшої популярності отримує такий засіб графічного виділення, як використання в тексті знаків іншої семіотичної системи [3: 49-50]. Використання в тексті букв алфавітів та їх назв (наприклад, грецького алфавіту: *alpha, omega...*) специфікують текстові елементи, акцентуючи на культурних, етнічних чи соціальних особливостях особи, явища чи предмета. Так, в 1971 г. англійський поет Д.Дж. Енрайт створює вірш "The Typewriter Revolution", стиль якого став передумовою появи графічного прийому вираження англomовного молодіжного сленгу, і пізніше сленгу комп'ютерного. При наборі тексту на машинці автор використовував клавіші з допоміжними знаками інших семіотичних систем і його строки мали вигляд: *"U 2 can b a / Tepot"* ("*Ти теж можеш бути / Поетом*"), *"C! \*\*\* stares and /// strips"* ("*Дивись—но, три зірки та три нашивки*"), *"All net r ="* ("*Всі люди рівні*"). В цьому вірші слова усного мовлення зображені буквами англійського алфавіту ("*u*" позначає "*you*", "*b*" – "*be*", "*c*" – "*see*", а "*r*" – "*are*"), цифрами ("*2*" читається [*tu:*], але означає ні "*two*" – *два*, а "*too*" – *теж*), математичними знаками ("*=*" означає "*equal*" – *рівні*) та іншими символами (знаки "*\*\*\**" та "*///*" пояснюють значення слідуєчих за ними слів: "*stares*" – це "*stars*", тобто *зірки*, а "*strips*" – це "*stripes*", не лише *полоски*, а *нашивки* на військовій уніформі) [7]. Якщо автор має на меті передати особливості діалектної, нелітературної вимови, обмовок, мовних похибок (заїкання, гаркавості), виразити та посилити емоційну сторону висловлювання, вказати на душевний стан персонажа, він використовує графон – графічну фіксацію індивідуальних особливостей вимови: спотворення графічного обліку слова; графічний розрив слова, повтор букв; дефіксацію – дефісне написання цілого слова з певною експресивною метою. Серед інших засобів графічного оформлення тексту виділяють анаграму – графічне шифрування слова: *President Bush of the USA – A fresh one, but he's stupid. Osama bin Laden – A bad man (no lies). William Shakespeare – I am a weakish speller. I'll make a wise phrase. He's like a lamp, I swear* [10]. Використовують також фонетичний каламбур – зіткнення схожих звучань в схожих словах:

- *I've spent last summer in a city of Switzerland.*
- *Berne?*
- *No, almost froze* [10].

Важливим є прийом розташування самого тексту (графічної образності), тобто виділення форми тексту, яка визначає його зміст (поділ на абзаци, параграфи) [3: 107].

Графіка уявляє собою систему знаків та правил їх використання. Графіка – це особливий код, який допомагає зберігати та передавати інформацію в такому текстовому вигляді, який є зрозумілим та адекватним для перцепції адресатом. Графічне оформлення тексту слугує первинним засобом досягнення прагматичної мети автора. Від графічного оформлення

залежить взаєморозуміння з читачем, здійснення впливу на нього та актуалізація авторських інтенцій.

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. – М.: Просвещение, 1990. – 301 с.
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская энциклопедия, 1966. – 608 с.
3. Белова Н.А. Филологический анализ художественного текста: реализация интеграции лингвистического и литературоведческого подходов в школе: Учебно-методическое пособие/ Мордов. гос. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Саранск, 2008. – 205 с.
4. Селиванова Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие. – К. Брама, Изд. Вовчок О.Ю., 2004. – 336 с.
5. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Директмедиа Паблшинг, 2008. – 5987 с.
6. Crossland R.A. Graphic Linguistics and its Terminology // Mechanical Translation, 1956, vol. 3, no. 1. – P. 8-11
7. Інформація з сайту <http://www.philol.msu.ru/~tezaurus/>
8. Інформація з сайту <http://feb-web.ru/FEB/LITENC/ENCYCLOP/le9/le9-3661.htm>

## ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

9. Henrietta A. Huxley Aphorisms and Reflections// Project Gutenberg Consortia Center// <http://www.Gutenberg.us>
10. Інформація з сайту [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
11. Інформація з сайту [aphorism4all.com](http://aphorism4all.com)

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Наталія Рева** – аспірантка кафедри теорії та практики перекладу Сумського державного університету.  
*Наукові інтереси:* дискурс, текстологія, вербальні та невербальні засоби комунікації.

## ОБРАЗ ЗЕМЛІ В ІНДИВІДУАЛЬНІЙ ПОЕТИЧНІЙ КАРТИНІ СВІТУ ПАВЛА МОВЧАНА: ПІНГВОКОГНІТИВНИЙ ВИМІР

Олена СЛЮНІНА (Харків, Україна)

*Стаття присвячена розгляду концепту земля в поетичній картині світу Павла Мовчана. Проаналізовано особливості вербального вираження концепту, а також його семантичне наповнення.*

*The article is devoted to the analysis of the concept earth in the poetical model of the world of Pavlo Movchan. The peculiarities of verbal expression and the semantic filling of the concept are analyzed.*

Мова поетичних творів останніх десятиліть минулого століття становить значний науковий інтерес, оскільки несе в собі нашарування різноманітних динамічних процесів. Аналізуючи особливості художнього світогляду 80–90-х, Н. М. Лебединцева серед характерних рис поезії цього періоду називає орієнтацію поетів-«вісімдесятників» «не на суспільні проблеми та цілі, як у 60-х, а на індивідуальне переживання та філософське осмислення світу» [5: 56]. Саме до митців глибокого філософського спрямування належить П. Мовчан. Тематика його творів характеризується поліфонічністю ідей, однак вже з перших рядків помітний особливий інтерес поета до вічних проблем: що таке людина, що таке світ, що таке час тощо. І. М. Дзюба зазначає, що «Павло Мовчан – митець непростий, нелегкий для читання. Основні поняття його поетичного тексту: рух, простір, час. Це – першоелементи буття, і зосередженість на них виказує поета *філософічного*. Але Мовчанова філософічність особлива... здійснюється немовби в самих реальностях буття» [11: 7-9]. Звернення до універсально-субстанційних проблем онтології, метафізична насиченість творів впливає не лише на їх проблемно-змістовий потенціал, але й на своєрідність мовотворчості письменника, добір зображально-виражальних засобів.

Оскільки творчість П. Мовчана вивчалася переважно з позицій літературознавства (до розгляду його поетичної системи зверталися І. М. Дзюба, Н. М. Лебединцева, О. А. Хоменко, М. С. Якубовська), то видається **актуальним** дослідити специфіку лінгвального вираження окремих концептів у поезії цього майстра слова. У пропонованій розвідці маємо на **меті** звернутися до лінгвопоетичного аналізу вербалізації концепту *земля*, здійснити комплексний опис лексичних одиниць, які репрезентують зміст цієї реалії у творах П. Мовчана та з'ясувати їх семантичне наповнення. При цьому варто підкреслити, що концепт *земля* є одним з найбільш значимих в українській та інших картинах світу, адже відіграє важливу роль при фізичній організації в просторі, виступаючи в якості орієнтира, завдяки якому відбувається структуризація світу на основі побудови антиномічних категорій: верх-низ, центр-периферія, суходіл-водний простір, небо-земля.

На сьогодні існує значна кількість робіт учених різних галузей науки, присвячених дослідженню земної субстанції. Так, майже всі прикладні дисципліни розглядають землю з позицій евклідової геометрії; географію цікавить передусім політична карта світу та наявність корисних копалин у надрах тих чи інших країн; екологія переймається наслідками антропогенного впливу на ґрунт; астрономічні уявлення про землю зводяться до вивчення її як унікальної планети, частини Всесвіту. Окрім цього існує цілий комплекс наук, об'єднаних під загальною назвою геологія, які досліджують якісний склад, будову, фізичні властивості земної кулі, історію її розвитку тощо. В українському красному письменстві землі також приділяли велику увагу. Як зазначає І. Я. Франко, в літературі «тема ця викликала появу... творів першорядного значення, а це найкращий доказ того, що дана тема жива та пекуча, що порушує вона ряд глибинних суспільних і загальнолюдських інтересів» [14: 176]. Варто лише згадати повість О. Ю. Кобилянської «Земля», твори М. М. Коцюбинського, де майстри слова торкаються пекучої теми залежності людини-селянина від землі, врожаю. Напевно, саме тому герої цих письменників наділяють землю рисами живого організму, розмовляють, радяться з нею, неначе з живою істотою.

Лінгвоментальне осмислення феномену землі репрезентоване працями К. Ю. Голобородька, С. Я. Єрмоленко, М. І. Пентилюк, І. В. Гайдаєнко, С. А. Шуляк. Так, наприклад, С. Я. Єрмоленко пропонує розмежовувати словникове значення слова земля і його смислове наповнення в літературних творах, де лексеми-репрезентанти концепту *земля* «виступають основою створення зорових, звукових, інших фізично і психологічно сприйманих контекстів, а сам автор, віддаючи сприйманий світ у слові, є нібито і живописцем, і скульптором, і композитором. Художній текст має викликати у читача не тільки спільні з іншими людьми асоціації, а саме індивідуальні, особисті» [4: 227]. К. Ю. Голобородько, звертаючись до аналізу художньо-просторової парадигми О. Олеся, називає землю «тим класичним місцем, у якому розгортаються події, що через реальне та ідеальне висвітлюють один з найважливіших мотивів народних уявлень – поєднання особистої долі з долею народу через ідею фатуму» [2: 76]. Основним мотивом творчості О. Олеся дослідник називає любов до батьківщини: «тільки маючи свою «точку» на землі, можна стати повноцінним членом людської спільноти, любов до первородних витоків – це той фундамент, на якому тримається любов до всього суцього на світі, до життя» [2: 78]. Предметом зацікавлення С. А. Шуляк став концепт *земля* в поезії Євгена Гуцала. Авторка зазначає, що «специфіка лексеми *земля* в поезії Є. Гуцала побудована на народній символіці про цей образ» [15: 250]. Не менш цікавою є праця М. І. Пентилюк та І. В. Гайдаєнко, де вони розглядають експресему «земля» в поезіях Яра Славутича. У різних контекстах, зазначають вчені, лексема земля «набуває різноманітних смислових відтінків, часом яскраво виражених, а часом завуальованих, але лейтмотивом оцінного значення цього слова є любов і біль, що сповнює душу поета» [12: 138].

Павло Мовчан вніс у сучасне мистецтво поезії чимало нового, свіжого й оригінального. Його поезія відзначається яскравою образністю, непередбачуваною метафоричністю та утворює глибинні горизонти підтексту, розширює тлумачення зображуваних явищ та подій. Базовий шар ідіостилю поета складають чотири першоелементи – образи води, вогню, повітря та землі. Лише перерахувавши назви його віршів можна стверджувати, що ця поезія має яскраво виражений натурфілософський характер: «Вогонь», «Вода», «У талій воді відбиток», «Сіль землі», «Впізнання вогню», «Величання води», «Чорний вітер», «В горах», «Камінець», «Відлітаюча земля», «Біля ставка», «Голос лісу», «Вітряний вечір» тощо. Ще за часів античності видатні філософи – Фалес Мілетський, його учень Анаксимен, а також Емпедокл та Геракліт – визнавали, що в основі світобудови лежать чотири першооснови – стихії води, вогню, повітря та землі. У світі поезії П. Мовчана концепт *земля* є одним з домінуючих. Спробуємо окреслити семантичні проєкції цього концепту, звернувшись до аналізу мовного матеріалу кількох збірок поета, виданих у 80-ті – 90-ті роки минулого століття, оскільки саме цей період виявився найбільш плідним для майстра слова. Розглянувши лінгвальне вираження концепту *земля* у збірках «Календар», «Жолудь», «Світло», «В день молодого сонця», «Пороги», було виявлено, що у художніх текстах П. Мовчана досліджуваний концепт експлікують ключове слово *земля*, лексеми, які у своїй

семантичній структурі містять значення «речовина, що входить до складу земної кори»: *камінь, глина, пісок*, а також лексеми на позначення просторових понять, на зразок *поле, луг, степ, ліс*. У цій розвідці зупинимося лише на описі семантичного наповнення та особливостей вживання ключового слова. Словник української мови в 11-ти томах фіксує шість значень лексеми *земля*: «1. Третя по порядку від Сонця велика планета, яка обертається навколо своєї осі й навколо Сонця; 2. Верхній шар земної кори; 3. Речовина темно-бурого кольору, що входить до складу земної кори; 4. Суша (на відміну від водяного простору); 5. Грунт, який обробляється й використовується для вирощування рослин; 6. Країна, край, держава» [13 (3: 557-558)].

Споконвічне відчуття залежності від землі як від джерела життя, мотив родючості, естетика натуралізму зумовлюють виникнення у творах П. Мовчана семантичної площини *земля – грунт*. Проілюструємо цю позицію: «*Як росте із землі і пашниця й бур'ян*» [7: 128], «*Земля ось-ось отвердне й відмолodne, / крізь просідь трав проб'ється молочай*» [8: 20], «*і лунко струмись гнувсь веселого врожаю, / що запахом землі нам голови хмелив*» [6: 116], «*Дуби мовчазні... / розлуцують землю корінням, мішають чорнозем*» [7: 41], «*земля на корінцях міцніше запеклася, / і квасолини струк так посміхнувсь мені*» [6: 106]. Отже, при усвідомленні землі як ґрунту, автор акцентує увагу на семі «*життєдайність*», яка актуалізується завдяки сполучуваності слова *земля* з назвами рослинного світу: *молочай, пашниця, бур'ян, дуб, квасоля*. Використання прикметника *тварна* у рядках «*О чорноземле, тварна, глейкувата*» [6: 70] також репрезентує землю як універсальне, життєтворче начало. Привертає увагу й метафора «*Куцями з гір біжать зелені вівці, / і ніж зелений землю протика*» [10: 185], де процес проростання рослини ототожнюється з ріжучою дією ножа.

Близьким до усвідомлення *землі* як *ґрунту* є значення «*речовина, що входить до складу земної кори*». Уявляючи землю аморфним тілом, П. Мовчан увиразнює таку характерну ознаку речовин нестабільної форми, як «*сипучість*». Подібні конотації забезпечуються сполучуваністю лексеми *земля* з дієсловами та прикметниками, які містять відповідну сему: «*і пригорці, повні землі, сипонули*» [7: 13], «*триматись за землю сипучу бузинно*» [7: 10], «*і уцільнював землю сипучу*» [7: 31], «*і тіло моє... / слухало землю сипку, / і чуло глибинність металу*» [10: 210], «*і сипалась земля з руки*» [8: 15], «*земля сипуча виповнила груди – / зосталось в тілі тільки все земне*» [10: 221].

Лінгвоментальна візія *землі* як «*однієї із планет Сонячної системи*» у ліриці П. Мовчана створюється за допомогою дієслів із семою «*рух*»: «*і чув, як стрімко кружеля Земля*» [9: 70], «*... Куди ж ішла земля, навіщо оберталась? / Минулим від життя, майбутнім до живих, / небесний механізм мав лиш позірну сталість*» [8: 76], «*Земля кружеляє, а значить, і ти – / очима до сонця – летиш без спонуки*» [6: 87], «*якщо кружеля-кружеляє вісь земна*» [6: 79], «*бо сонце стороною проходить, земля минає літо*» [8: 99]. Менш частотними є випадки, коли значення «*планета*» реалізується через вказівку на таку фізичну особливість земної кулі, як *сила тяжіння*: «*і не втрачати тяжіння земне*» [8: 8], «*і насінинка пташки в'язалась у небі, / долаючи тяжіння земне заради тебе*» [10: 277].

Одне із значень, зафіксованих у Словнику української мови в 11 томах, тлумачить *землю* як «*верхній шар земної кори*». У творах П. Мовчана таке смислове наповнення є другим за частотністю вживання і представлено переважно перцептивними образами, що відображають чуттєве сприйняття земної субстанції. Домінуючими при осмисленні *землі* як «*поверхні, верхнього шару земної кори*» є дотикові образи, які створюються переважно порівняльними конструкціями: «*Чому з лопатою? Земля ж тверда, як лід, / її кайлом довбати, мабуть, слід / або ж ломком поцюкати доведеться*» [8: 135], «*і твердь земна, як лід, кололась, щоб провали / ввібрали голоси, сміх, помисли*» [10: 239], «*тепло вбере земля, як губка*». Як бачимо, автор робить акцент на таких ознаках землі як «*твердість*» / «*м'якість*», а також на температурному режимі. Наведемо ще кілька прикладів для підтвердження цієї думки: «*Потріскана гора ламає товщу неба, / тверда земна кора*» [10: 291], «*Пом'якшала земля поволі під стопою*» [7: 25], «*Зненацька розступилась розпечена земля*» [10: 180], «*Все глибше входить в землю спека*» [6: 34]. Поодинокими є звернення автора до одоративних образів, зокрема еманацию запаху передають рослини, які ростуть на землі: «*і м'ятним*

*духом від землі / легенько понад шляхом віє*» [6: 40], або ж автор звертається до самого запаху ґрунту: «*Розмлоєна пахла земля глибиною*» [9: 37].

У контекстуальній семантиці концепту виразно простежуються й індивідуальні мотиви, які органічно поєднують традиційну народну філософію та суб'єктивні авторські асоціації. Так, поет наділяє землю таким параметром, як *глибина*, що зумовлюється міфологічними уявленнями українців про існування прірви в середині земної кулі: «Окрім різних нерівностей на земній поверхні, є ще «безодня пропасть», тобто бездонне провалля. – пише Г. О. Булашев. – Все, що лиш туди потрапляє, зникає навіки без жодного сліду» [1: 271]. Отже, семантика землі у творчій системі П. Мовчана доповнюється значенням *прірва*. Читаємо: «*В розверзнуту землю усе западалось: / і коні, і птиці, і люди, і світ*» [8: 115], «*і шлях западався у землю, як рів*» [10: 278], «*Він сім'я не сіє, а дивиться в землю, / де чорним проваллям розкрились глибини*» [10: 289], «*Божку, чого ж ти такий дрібноючий, / так ніби хочеш запастись / в землю?*» [6: 113].

Окремого розгляду вимагають приклади, де П. Мовчан вибудовує своє особливе бачення *землі* як *історії*, сторінки якої люди схильні забувати: «*і кожен шар землі – забута вже сторінка: / цю – рало кам'яне скородило колись, / а цю – крилатий ріг писав побіжно-стрімко, / а цю ось – ямкував зарубинецький спис*» [10: 229]. Лише досвідчений дослідник, на думку поета, зможе правильно витлумачити події минулих літ: «*Вгороджені у ґрунт і мамонти, і люди, / лиш археолог зможе щось зайве відліпити / і зняти шар землі з грудей, з очей – полуду, / ізмухати віки, зірвать за миттю мить*» [8: 24]. Історія іде по колу, тому П. Мовчан закликає бути уважним, бо «*і вигнуті уже підкови, іржаві цвяхи і шаблі / заворушились жваво знову, оживши, виповзши з землі*» [8: 107].

Аналізуючи семантичне наповнення концепту *земля* у ліриці П. Мовчана, зазначимо, що ця реалія постає однією з першостихій, за допомогою яких, згідно з міфологічними уявленнями багатьох народів, було створено весь світ. «У цьому значенні, – читаємо у словнику Даля, – саме тіло людини іменується землею» [3 (1: 1691)]. Стійкий мотив єднання людини та землі забезпечується постійним та життєважливим контактом зі стихією. Ще у Біблії наголошувалося, що перша людина була створена саме із праху земного. Рельєфність думки П. Мовчана, як зазначає І. М. Дзюба, виражається в тому, що у поета «немає традиційної дистанції між ліричним героєм і зовнішнім світом, між суб'єктом і об'єктом лірично-філософського споглядання чи переживання» [11: 24]. Так, переосмислюючи біблійний мотив про творення першої людини з праху земного, поет вибудовує семантичну площину ідентифікації *земля-людина*. Забезпечується такий зв'язок за рахунок акцентування уваги на семі «*частина землі*»: «*О плоть моя суглинисто-земна*» [8: 146], «*крізь лиця бліді проступала земля*» [8: 145], «*За возом йшов, де мертвяки / немов снопи лежали / і сипалась земля з руки, / і колеса скреготали*» [8: 15], «*підперезали камінь Світовіда руками землетворними*» [8: 109], «*угрузаєш не тільки в землю – у власне тіло*» [6: 113]. Прагнення розірвати цей екзистенційний, природний зв'язок супроводжується відчуттям фізичного болю, оскільки поет наголошує на тому, що він є частиною землі: «*тріщала шкіра, рвалися судини – / я відривавсь поволі від землі*» [10: 217], «*а чи покотьюлом до рідної хати, / та міцно земляця до ніг прилипа: / і вже не ступить, аби плоть не зірвати*» [6: 87], «*і важко ставало висмикувать ноги, / що в землю вrostали корінням трави*» [8: 41], «*аби в проломі дня спромігся ти відчутти / наскільки до землі ти міцно сам приріс*» [8: 23-24].

Індивідуальна мовна картина світу становить собою синтез народного та особистого. Відтак, поетична картина світу П. Мовчана увібрала у себе уявлення давніх людей про землю як про Велику Матір, від якої народжується весь світ. Характерною деталлю поетичного світу, яка відіграє важливе значення для аналізу ключових значень, є оживлення. Отже, створюється образ землі-матері в ліриці поета за рахунок прийому персоніфікації – майстер слова наділяє землю окремими рисами, властивими жіночому організму: «*Блажен, хто слово «хліб», як «доля» вимовля, / ласкавіє до тих запліднена земля*» [9: 44], «*О руко! / Няньчиши вогонь, запліднюєш землю*». Зауважимо, що при такому усвідомленні тема всеплодючої матері-землі зливається з мотивом трудових взаємин між людиною та землею, автор інтенсифікує роль людини – саме завдяки втручанням руки селянина земля отримує здатність народжувати. Лінгвоментальне усвідомлення *землі* як *жінки* проявляється також у звертанні

автора до земної субстанції через використання власних імен: «Я крикнув за тебе: О *земле-Тетяно!*» [7: 13]. У рядках «*Глино Галино, глино Маріє!*» [6: 26] має місце явище паронімічної атракції, де семантично зближуються лексема *глина* та жіноче ім'я. Показовим є і іронічно-сатиричне звертання до землі як до жінки-зрадниці: «*Земле-землице, зраджуєш всіх*» [7: 28], де демінутивна форма відкриває негативний оцінний компонент.

Аналіз мовного матеріалу дозволяє стверджувати, що Павло Мовчан звертається до землі як до живої істоти. При цьому поет експлікує свою любов до субстанції через вживання демінутивної форми: « – *Земличко, землянько, зем... / струмуєш у голосі, слові*» [8: 7], «*Землице рідна, ти вуглієш в жмені*» [10: 300], «*О земле, зрощена з душею, / домівко вічності і слів... / постав я з тебе, повертаюсь / у твоє лоно день за днем... / Твій холод і мене холодить, / Твоє тепло – моє тепло... / О земле, я тебе люблю!*» [9: 9], «*Землице, вода, мово рідна*» [8: 124].

У мовнопоетичних сюжетах поета знайшли відображення середньовічні міркування про недосконалість земного світу. Ставши фундаментальною основою світогляду, теологія спричинила виникнення дихотомії земля – небо, у якій перевага надавалася небу як втіленню досконалого, ідеального. Яскраво подібні інтенції П. Мовчан реалізує в рядках: «*і зір твоїй вгору піднімає птах, / аби в очах усе земне здрібнити*» [6: 56], «*Бо стільки в зіниці ввібралось земного, / що, глянувши, можеш шовки почорнити, / якими застелено в небо дорогу*» [7: 52], «*тобі забракне долі... / як бракне зараз неба / і світла у вікні, / бо всі твої потреби: / земні, земні, земні...*» [6: 50], «*Ніколи не буду дивитись у землю, а тільки в блакить!*» [7: 9], «*я вже пливу, як янголятко з раю, / не знаючи нічого про земні / оті страждання, болісті та муку*» [10: 162] «*і витіснить, розкривши жили / земні, всі клопоти дрібні, / аби душа безсмертні крила / не обламала в метушні*» [7: 138]. Автор використовує вертикальну модель, вибудовуючи семантичну опозицію небо (верх) – земля (низ). Протиставлення небесного ідеального світу земній реальності спричинює появу у складі аналізованого концепту значення «недосконалість, буденність». Продовженні подібних інтенції представлене у смаковому відчутті гіркості земного життя: «*аби гіркоту увібрав ти земну*» [10: 301].

При цьому варто відзначити антитетичність Мовчанового світобачення, оскільки в естетико-художнє бачення землі вписуються античні міркування про єдність неба і землі, які в багатьох культурах мисляться як шлюбна пара, що стоїть в основі теокосмічного процесу. Від такого союзу народжується й людина. Відповідно до цього автор зазначає: «*Небесні ми, небесно-земляні*» [8: 109]. Земля і небо не протиставляються, а становлять єдине ціле: «*Чим вище в небо, тим глибше в землю... / і навпаки*» [6: 84], «*і сосна в небо глибиться корінням, / куциться крона в глибині земній*» [10: 184], «*вода лежить, струмує прямолежно / і є відлунням неба, що углибає в землю*» [8: 109], «*а очі шлях шукають для сполук, / для зав'язі – небесного й земного*» [8: 146], «*Ти зриси униз, а я – крізь землю в небо*» [10: 220].

Кардинальні зміни в житті суспільства настали із вступом людства в епоху науково-технічної революції, однак поряд з позитивними зрушеннями, виникли й нові проблеми, пов'язані із забруднення води, повітря, ґрунтів. Проаналізувавши ад'єктивну сполучуваність лексем-репрезентантів концепту *земля*, можна стверджувати, що П. Мовчан переймається проблемами стану природного середовища. Так, семантична площина *земля* – *екологія* реалізується у віршах поета за рахунок валентності з епітетами, які містять відверто негативну оцінку: «*і ні струмка не стане, ні ріка – / одна земля безлика і потворна*» [7: 117], «*Ось руки мужі на чепіги поклали / і рушили мовчки по тріслій землі*» [8: 115], «*Пронизлива земля, роздряпана, як рана, / мені боліла так, що я не міг ступнуть*» [10: 179], «*а матюки його лунають вироком / землі поганьбленій і нелюдській потворності*» [8: 14]. Вживаючи означення та порівняння з негативним смисловим компонентом, П. Мовчан акцентує увагу на критичному стані землі, засуджуючи недбале ставлення до навколишнього середовища. «*Ти – чоловік зугадний, землі доглядний був, тобі насліддя / було все віддано: і води, і ґрунти, вогонь, і небоптасто, / зір'є польове. Що ти вчинив? – запитує поет. – Осот не виполов... прищипив метелика до серця, і уподобав собі безликий камінь*» [8: 98].



Значна кількість авторських замальовок обов'язково передає фольклорні, міфологічні уявлення про землю. Продовжує цей ряд інтенсифікація народною мудрості, яка називає землю «*місцем останнього притулку*». Розглянемо приклади, де П. Мовчан надає землі це значення: «*Хто тут погребений? / Кого тут прийняла земля сира?*» [10: 221], «*– Миколка-брехолка, в землі тобі гнить!*» [10: 190], «*кі загинуло все; запались у землю високі могильні замети*» [8: 105], «*життя всякає в землю, в зем*» [5: 9]. Прагнучи вказати на смерть як на неприйнятне, негативне, але в той же час неминуче явище, перед яким людина опиняється відкритою та незахищеною, П. Мовчан використовує персоніфікований образ землі, який створюється дієсловами та прикметниками, які містять значення «*фізична вада*»: «*земля сугулюється, хоч і плуги і борони її / щоосені і щовесни рівняють, а горошина біла / її викочує рябесенькі ж яєчка жайворині / згладжують і розминають грудочку кожну... / Але, але земля горбатіє*» [6: 135], «*А що ж по той бік за парканом: / земля згорбатіла, хрести*» [6: 59], «*Земля не кругла, а похила, / бо за могилою – могила, / за нею видно ще та ще*» [9: 5], «*Невмітно горбиться земля*» [6: 40].

Авторське світобачення відбиває і семантична площина *земля – життя*: «*кі коренем вростає у ґрунт життєвий шлях*» [8: 24], «*що знову хтось в цю хвилю помирає, / чим більше ям, тим менше все землі?!*» [8: 21]. Павло Мовчан ніби утверджує гімн землі, світу, життю у таких рядках: «*Хай буде «світ»... / слова «життя», «вода», «земля», «поріг*» [10: 181], «*Хай похвалою псалми лунають / вітрові, небу, хмарам, землі*» [10: 274].

Підсумовуючи все зазначене вище, можна стверджувати, що концепт *земля*, завдяки своїй семантичній наповненості, здатності акумулювати філософський, культурний, естетичний досвід посідає особливе місце в ідіостилі П. Мовчана. Проведений аналіз дозволяє зробити такі висновки: концепт *земля* знаходить вираження у семантичних сферах: *ґрунт, аморфна речовина, верхній шар земної поверхні, планета*. Превалуючим є осмислення *землі* як *ґрунту*, при якому поет увиразнює сему «*життєдайність*». Визначальною складовою при зображенні *землі* як *поверхні, верхнього шару земної кори* є звернення художника слова до перцептивних відчуттів, серед яких домінують дотикові.

Частотними є авторські інтерпретації, де концепт *земля* здобуває таке смислове наповнення: *прірва, екологія, людина, жінка, історія, життя*. Засобами поетизації за таких умов є прийом персоніфікації, вживання деминутивних форм.

**Перспективу** дослідження вбачаємо в детальному вивченні кожної із зазначених семантичних сфер.

Таким чином, діалектика традиційного й новаторського у творах П. Мовчана є одним з переконливих доказів, що його поетична модель світу відзначається яскравою оригінальністю, а мова творів потребує глибокого наукового вивчення.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Булашев Г. О. Український народ у своїх легендах, релігійних поглядах та віруваннях / Булашев Г. О. – К. : Довіра, 1992. – 414 с.
2. Голобородько К. Ю. Концепт землі як елемент художньо-просторової парадигми Олександра Олеся / К. Ю. Голобородько // Лінгвістичні дослідження. – 2002. – №8. – С. 76-78.
3. Даль В. И.. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. / Под ред. проф. И.А. Бодуэна де Куртенэ. – М.: ТЕРРА, 1998.
4. Єрмоленко С. Я. Нариси з української словесності (стилістика та культура мови) / Єрмоленко С. Я. – К. : Довіра, 1999. – 431 с.
5. Лебединцева Н. М. Архетип Великої Матері в поетичному світі 1980-х рр. / Н. М. Лебединцева // Наукові записки НаУКМА. – 2001. – № 19. – С. 56-63.
6. Мовчан П. М. Календар : [поезії] / Мовчан П. М. – К. : Рад. письменник, 1985. – 142 с.
7. Мовчан П. М. Жолудь : [поезії] / Мовчан П. М. – К. : Молодь, 1983. – 144 с.
8. Мовчан П. М. Світло : [поезії] / Мовчан П. М. – К. : Молодь, 1986. – 152 с.
9. Мовчан П. М. В день молодого сонця : [поезії] / Мовчан П. М. – К. : Рад. письменник, 1981. – 102 с.
10. Мовчан П. М. Твори : Поезії : в 3 т. / П. М. Мовчан. – К. : Вид. центр «Просвіта», 1999. – Т. 2 : Межовий камінь. – 1999. – 535 с.
11. Мовчан П. М. Сіль : [поезії]. – К. : Дніпро, 1989. – 381 с.
12. Пентилок М. І. Експресема «земля» у поезіях Яра Славутича / М. І. Пентилок, Гайдаєнко І. В. // Запорізький збірник : до 80-річчя Яра Славутича. – 1998. – С. 134-140.
13. Словник української мови : [в 11 т.] / за ред. І. К. Білодіда. – К. : Наук. думка, 1970. – Т. 4. – 801 с.
14. Франко І. Я. Влада землі в сучасному романі / І. Я. Франко // Зібрання творів : [у 50 т.]. – 1980. – Т.28. – С.176-195.
15. Шуляк С. А. Лексична інтерпретація концепту земля у поезії Євгена Гуцала / С. А. Шуляк // Вісник Львівського університету. – 2004. – Вип.34. – Ч.ІІ. – С. 249-253.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Олена Слюніна – аспірантка кафедри української мови Харківського національного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди.

*Наукові інтереси:* когнітивна лінгвістика, лінгвокультурологія.

## **СПЕЦИФИКА ВЛИЯНИЯ ТЕКСТОВ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ОРИЕНТИРЫ МОЛОДЕЖИ (по результатам ассоциативного эксперимента)**

**Наталья ТРУФАНОВА (Кировоград, Украина)**

*У статті розглянуті особливості впливу популярних текстів масової культури на психологічні та культурні орієнтири молоді. Сьогодні все частіше на роль таких орієнтирів претендують патогенні тексти (реклама, жаргон, порнографія й ін.). За допомогою асоціативного експерименту визначається ступінь їх впливу.*

*The article considers peculiarities of the impact of popular texts of mass culture on psychological and cultural patterns of young people. Nowadays pathogenic texts (advertisements, jargon, pornography and others) claim to be such patterns. The degree of their impact is defined by means of an associative experiment.*

**Постановка проблеми.** В последнее время в научной литературе все чаще звучат мысли о резко выраженном негативном влиянии массовой культуры на сознание и культуру современной молодежи. Исходя из теории взаимосвязи языка, культуры и сознания, мы допускаем, что это влияние должно отразиться в текстах, созданных молодыми людьми. Для проверки этой гипотезы было подобрано несколько стимулов – слов и выражений, популярных в современной поп-культуре, – предполагающих стереотипные и эталонные реакции, в которых отражены психологические и культурные ориентиры молодежи (как наиболее частотные характеристики представленных стимулов).

**Актуальность исследования.** Нередко в современной культуре на роль психологических и культурных ориентиров претендуют элементы массовой культуры (реклама, жаргон, порнография и пр.), которые скорее следовало бы классифицировать как информационный мусор. В лингвистической литературе они получили название патогенный текст. Впервые этот термин встречается в работах Б.В.Потятиника («Экология ноосферы», «Удар по мегамашине» и др.). Он определяет патогенный текст как «текст, способный генерировать болезненные отклонения в психике реципиента, вызывать моральную и психическую деградацию личности или целых общественных групп... Речь об информационных потоках (макротекст тоталитарной идеологии, порнография, видеонасилие, гипертрофированная реклама), которые, действуя длительное время, оказывают заметное влияние на способ жизни и мировоззрение, как отдельной личности, так и человеческого сообщества, нации и т.п. [7: 4]. Похожие идеи встречаются в исследованиях С.Г. Кара-Мурзы, М. Кронгауза, О.А. Лаптевой, В.Ф. Петренко, О. Петрунько, Б.В. Потятиника, Н.В. Рождественской, О.А. Семенюка, О.А. Сербенской, Э.Г. Туманяна, Л. Шпанер и др. Активность изучения данной проблемы свидетельствует о ее актуальности для современной лингвистики.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Работ, посвященных негативным влияниям массовой культуры сегодня достаточно много, этот вопрос изучается не только филологами, но и философами, культурологами, социологами, психологами и пр. Однако большей частью их труды рассматривают типы текстов массовой культуры, негативно действующие на общественное сознание, и даже среди лингвистических работ практически не представлено исследований того, как такое влияние отражается на языковом сознании конкретных социальных групп и индивидов, их речевой деятельности.

**Цель статьи.** В этой статье мы попытаемся проанализировать авторитетность массовой культуры, изучив с помощью ассоциативного эксперимента, как ее элементы влияют на психологические и культурные ориентиры молодежи.

**Изложение основного материала.** Для решения поставленной задачи в качестве основного был выбран метод ассоциативного эксперимента, также дополнительно использовались методики дополнения, косвенного исследования семантики и прямого толкования слов. Согласно плану исследования, анкетирование проводилось на протяжении двух недель (с 19 по 30 октября 2009 г.) параллельно в трех кировоградских вузах:

Кировоградском государственном педагогическом университете имени Владимира Винниченко, Кировоградском национальном техническом университете и Социально-педагогическом институте «Педагогическая академия». В целом, в нем приняли участие около трехсот студентов, приблизительно по сто из каждого вуза. Всего было собрано 312 анкет. Средний возраст респондентов составил 18 лет. В анкетирование приняли участие 245 девушек и 67 юношей. Количественный анализ полученных экспериментальных данных представлен в таблице №1.

Таблица №1.

**Анализ результатов исследования**

<b>Задание №1</b> Дополните предложения, указав пять наиболее ярких характеристик				
Слово-стимул		Реакции	Слово-стимул	Реакции
количество ответов	<b>Красивый</b>	665	<b>Красивая</b>	477
всего определений		102		77
наиболее популярные ответы		1. Привлекательная внешность (27,4%) 2. Симпатичный(10,1%) 3. Ухоженный (8,3%) 4. Яркий (3,6%) 5. Прекрасный (3,5%)		1. Привлекательная внешность (26,8%) 2. Симпатичная(11,3%) 3. Ухоженный (7,1%) 4. Хорошая фигура (6,1%) 5. Сексуальная (3,8%)
количество ответов	<b>Сексуальный</b>	442	<b>Сексуальная</b>	396
всего определений		75		80
наиболее популярные ответы		1.Привлекательный (17,2%) 2. Хорошая фигура (16,5%) 3.Красивый (11,3%) 4. Возбуждающий (7,5%) 5. Притягивающий (7%)		1.Привлекательная (17,4%) 2. Хорошая фигура (16,2%) 3.Красивая (11,9%) 4. Возбуждающая(8,1%) 5. Откровенно одета (6,1%)
количество ответов	<b>Модный</b>	545	<b>Модная</b>	426
всего определений		77		60
наиболее популярные ответы		1.Стильный (19,6%) 2. Современный (12,7%) 3. Красиво одет (10,8%) 4. Следит за модой (7,9%) 5. Одет по моде (7,2%)		1.Стильная (19,3%) 2. Современная (11%) 3 Следит за модой (10,8%) 4. Одет по моде (9,4%) 5. Гламурная (6,8%)
количество ответов	<b>Принц (разг.)</b>	353	<b>Принцесса (разг.)</b>	367
всего определений		76		82
наиболее популярные ответы		1.Красивый (14,2%) 2-3 Завышенная самооценка (9,9%) 2-3.Богатый (9,9%) 4. Идеальный (8,5%) 5. Мажор (4,5%)		1.Красивая (22,3%) 2. Завышенная самооценка (9,0%) 3. На понтах (7,6%) 4. Богатая (3,5%) 5. Гламурная (2,7%)

Сравнивая характеристики в гендерном аспекте, привлекает внимание тот факт, что в определении прилагательных женского рода более значимыми становятся такие популярные, но размытые дефиниции как «сексуальная» и «гламурная», отражая с нашей точки зрения

особенности восприятия современной молодежи.

Исследуя степень проникновения жаргона в языковое сознание, мы попросили студентов определить некоторые популярные молодежные понятия (таблица №2).

Таблица №2.

**Анализ результатов исследования (задание №2)**

Задание №2 (Определите, что сегодня означают слова и словосочетания)		Реакции
Слово-стимул		Общие результаты
<b>Гламур</b>	количество ответов	424
	всего определений	56
	наиболее популярные ответы	1. Мода (26,4%) 2. Стиль (12,7%) 3. Красивое (8,5%) 4. Розовое (6,4%) 5. Стразы (5,2%)
	соотношение общеупотребительных и жаргонных определений	420/4 (например: понты, фекла, село, глянец)
<b>Кайф</b>	количество ответов	318
	всего определений	35
	наиболее популярные ответы	1. Удовольствие (42,1%) 2. Наслаждение (16,0%) 3. Приятное ощущение (8,2%) 4. Наркотическое удовольствие (6,3%) 5. Хорошее состояние (5,0%)
	соотношение общеупотребительных и жаргонных определений	304/14 (например: лафа, нарик, приход, улетали и др.)
<b>Откат</b>	количество ответов	164
	всего определений	36
	наиболее популярные ответы	1. Отказ (33,5%) 2. Отход (22,6%) 3. Взятка (15,9%) 4. Деньги (5,5%)
	соотношение общеупотребительных и жаргонных определений	128/36 (например: отшить, мороз, прокачка, улет и др.)
<b>Бабки, бабло</b>	количество ответов	337
	всего определений	12
	наиболее популярные ответы	1. Деньги (83,1%) 2. Лавэ (3,6) 3. Капуста (3,3%) 4. Бабос (2,1%)
	соотношение общеупотребительных и жаргонных определений	280/57 (например: кэш, маки, знаки, зелень и др.)

Соотношение общеупотребительных и жаргонных определений свидетельствует, что сленг стал нормой общения в молодежной культуре, хотя влияние его не так значительно, как предполагалось, однако он приобретает все больший авторитет в речи юношей и девушек.

В последние годы под влиянием телевиденья и рекламы значительно изменились многие стереотипы и эталоны, что зафиксировано в таблице №3.

Таблиця №3.

Анализ результатов исследования (задание №3)

Слово-стимул		Реакции			Общие результаты
		Кировоградский государственный педагогический университет имени Владимира Винниченко	Кировоградский национальный технический университет	Социально-педагогический университет «Педагогическая академия»	
1		2	3	4	5
<b>Задание №3 (Подберите сравнение)</b>					
<b>Счастлив как</b>	количество ответов	100	106	66	272
	всего определений	22	25	28	55
	наиболее популярные ответы	1. Слон (50%) 2-4. Свинья (5%) 2-4 Ребенок (5%) 2-4. Птица (5%)	1. Слон (37,7%) 2 Ребенок (12,3%) 3-5. Я (4,7%) 3-5 Дурак (4,7%) 3-5Никогда (4,7%)	1.Слон (36,4%) 2 Ребенок (9,1%) 3-5 Обезьяна (4,5%) 3-5 Никто (4,5%) 3-5 Никогда (4,5%)	1.Слон (41,9%) 2 Ребенок (8,8%) 3-5. Я (3,7%) 3-5 Дурак (3,7%) 3-5Никогда (3,7%)
	соотношение традиционных и созданных массовой культурой эталонов	252/20			
<b>Достоин как</b>	количество ответов	49	67	41	157
	всего определений	31	31	27	83
	наиболее популярные ответы	1.Король (14,3%) 2. Воин (8,2%) 3-4 Рыцарь (6,1%) 3-4 Б.Питт (6,1%)	1-2Рыцарь (12%) 1-2 Никто (12%) 3. Воин (10,5%) 4. Бог (9%)	1-2 Воин (12,2%) 1-2 Лев (12,2%) 3-4 Герой (7,3%) 3-4 Чемпион (7,3%)	1. Воин (10,2%) 2-3 Рыцарь (7%) 2-3 Никто (7%) 4. Бог (6,4%)
	соотношение традиционных и созданных массовой культурой эталонов	135/22			
<b>Сексуален как</b>	количество ответов	85	83	50	218
	всего определений	44	42	31	83
	наиболее популярные ответы	1. Б.Питт (25,9%) 2-3А.Джоли (4,7%) 2-3 Лев (4,7%)	2. Б.Питт (25,3%) 2-3 Д.Бэкхем (4,7%) 2-3 Бог (4,7%)	1.Б.Питт (12%) 2. А.Делон (8%) 3-4 Тарзан (6%) 3-4 Модель (6%)	1.Б.Питт (22,5%) 2.А.Джоли (3,7%) 3-4 А.Делон (3%) 3-4 Звезда Голливуда (3%)
	соотношение традиционных и созданных массовой культурой эталонов	63/155			
<b>Красив как</b>	количество ответов	98	78	63	239
	всего определений	42	41	38	87
	наиболее популярные ответы	1. Аполлон (14,3%) 2. Б.Питт (13,3%) 3.Цветок (8,2%) 4. Бог (7,1%)	1. Б.Питт (14,1%) 2. Дж.Депп (6,4%) 3.Цветок (5,1%)	1. Цветок (9,5%) 2-3 А.Делон (6,4%) 2-3 Аполлон (6,4%)	1.Б.Питт (11,3%) 2.Аполлон (8,8%) 3.Цветок (7,5%) 4. Бог (4,2%)
	соотношение традиционных и созданных массовой культурой эталонов	156/83			

1	2	3	4	5	6
<b>Качественно как</b>	количество ответов	67	64	45	176
	всего определений	30	30	22	60
	наиболее популярные ответы	1. В Китае (13,4%) 2. В СССР (11,9%) 3-4 В Германии (6%) 3-4 В Швейцарии (6%)	1 В Китае (34,4%) 2. На фабрике (9,4%) 3. Адидас (7,8%)	1 В СССР (17,8%) 2 Сам сделал (11,1%) 3 На фабрике (8,9%) 4. В АТБ (6,7%)	1 В Китае (19,3%) 2 В СССР (9,7%) 3 На фабрике (6,8%) 4. Адидас (4%)
	соотношение традиционных и созданных массовой культурой эталонов	157/19			
<b>Чисто как</b>	количество ответов	88	81	58	227
	всего определений	38	32	25	61
	наиболее популярные ответы	1 В больнице (18,2%) 2 Дома (7,8%) 3-4 Снег (5,7%) 3-4 В туалете (5,7%)	1 Дома (24,7%) 2 В больнице (13,6%) 3 Стекло (8,6%) 4 Тайд (6,2%)	1 Дома (15,5%) 2 В больнице (13,8%) 3 Стекло (10,3%) 4 В раю (6,9%)	1 Дома (18,5%) 2 В больнице (15,4%) 3 Стекло (7,1%) 4. Вода (4%) 5 Тайд (3,5%)
	соотношение традиционных и созданных массовой культурой эталонов	214/13			
<b>Престижно как</b>	количество ответов	52	63	35	150
	всего определений	17	26	21	49
	наиболее популярные ответы	1 Вуз (28,9%) 2 За границей (21,2%) 3 Гучи (11,5%) 4 Работа (5,8%)	1 Вуз (14,3%) 2-3 За границей (12,7%) 2-3 Иномарка (12,7%) 4 Дольче и Габана (7,9%)	1 За границей (14,3%) 2. Вуз (11,4%) 3 Учеба за границей (8,6%)	1 Вуз (18,7%) 2 За границей (16%) 3 Иномарка (8%) 4 Гучи (7,3%)
	соотношение традиционных и созданных массовой культурой эталонов	105/45			

Для молодежи идеалами все чаще выступают звезды шоу-бизнеса. Так, образцом красоты студенты преимущественно называли Бреда Питта (11,3%), на втором месте оказался Аполлон (8,8%), в целом, шоумены являются эталонами красоты для 33,1% респондентов. Еще более значимы авторитеты массовой культуры в понимании сексуальности (65,1% опрошенных назвали 44 поп-звезды), наиболее популярен здесь также Б.Питт (22,5%). Эталонами достойного человека 14% респондентов считают звезды кино и телевиденья, такие как В.Дизель, К.Рональдо, Б.Питт и др. (кстати, 51,2% опрошенных вообще не смогли назвать никого достойного). А идеалами престижа для многих уверенно стали торговые марки (в большинстве импортные): Gucci, Dolce and Gabbana и прочие (26,7% респондентов).

Вот мы и пришли к образу современного человека, созданному Пелевиным скорее как пародия или предупреждение: «Такого, знаете, маленького бородача в черной косоворотке, даже непонятно – то ли духовное лицо, то ли бандит» [4: 186], «Стильный черный костюм из коллекции «rebel shareholder» фирмы «Дизель». Под пиджаком была черная футболка с надписью «I Fucked Andy Warhol». Из-под футболки выглядывала золотая цепочка – не так чтобы толстая или тонкая, а как раз такая, как надо. Круглые часы в простом стальном корпусе, на ногах черные «Nike Air», как у Мика Джаггера» [5: 401].

**Выводы.** Тексты массовой культуры оказали значительное влияние на психологические и культурные ориентиры молодежи, о чем свидетельствует проведенное нами лингвопсихологическое исследование. Наибольшим авторитетом пользуются идеалы

реклами и телевиденья (33,0% ответов). В целом наблюдается тенденция увеличения восприимчивости к элементам патогенных текстов в молодежной среде.

**Перспективы дальнейших исследований.** В дальнейших работах планируется проанализировать возможности художественной литературы в нейтрализации вредных влияний массовой культуры.

#### БИБЛИОГРАФІЯ

1. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г.Кара-Мурза. – К.: Оріяны, 2000. – 448 с.
2. Кронгауз М. Язык на грани нервного срыва / Максим Кронгауз. – М.: Знак: Языки славянских культур, 2007. – 232 с.
3. Лаптева О.А. Самоорганизация движения языка: внутренние источники преобразований (статья первая) / О.А. Лаптева // Вопросы языкознания. – 2003. - №6. – С. 15-29
4. Пелевин В.О. П5 / В.О.Пелевин. – М.:Эксмо, 2008. – 288 с.
5. Пелевин В.О. Священная книга оборотня / В.О.Пелевин. – М.:Эксмо, 2009. – 416 с.
6. Петрунько О. Соціалізаційний потенціал медіасередовища [електронний ресурс] / Ольга Петрунько // Український центр політичного менеджменту – Зміст номера – Соціальна психологія – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=75&c=1770>
7. Потятиник Б.В. Патогенний текст у масовій комунікації: ідентифікація, типологія, нейтралізація: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук: спец. 10.01.08 – «Журналістика» / Борис Володимирович Потятиник – К., 1997. – 32с.
8. Потятиник Б.В. Удар по мегамашині (В очікуванні нового Дона Кіхота) [електронний ресурс] / Б.В. Потятиник. // *Медіафілософія* – №1. – Режим доступу: <http://media-journal.franko.lviv.ua/N1/Mediaphilos/potyatyntyk.htm>
9. Потятиник Б.В. Екологія ноосфери/Б.В.Потятиник. - Львів: Світ, 1997. -142 с.
10. Рождественська Н. В. Синтаксична організація російськомовних суспільно-політичних теленовін (розчленований дискурс): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.02 – «Російська мова»/ Н.В. Рождественська. – Дніпропетровськ, 2002. – 20 с.
11. Семенюк О.А. Язык эпохи и языковая личность в сатирическо-юмористическом тексте: дис. на соиск. степни д-ра филол. наук: 10.02.02, 10.02.01 – «Русский язык. Украинский язык»/ Олег Анатолиевич Семенюк. – Кировоград, 2002. – 518 с.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Наталія Труфанова** – аспірантка кафедри перекладу та загального мовознавства Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* медіадискурс.

## **КОНСТРУКЦІЯ РОЗМОВНОГО МОВЛЕННЯ У СИНТАКСИЧНІЙ СТРУКТУРІ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ СИДОРА ВОРОБКЕВИЧА**

**Наталія ШАТІЛОВА (Чернівці, Україна)**

*Стаття продовжує спостереження автора над ідіостилем видатного буковинського письменника – Сидора Воробкевича. У статті розглянуто синтаксичні структури з народно-розмовним колоритом, що у творах автора репрезентують живе мовлення буковинців.*

*This article continues overviewing individual style of the great bukovinian writer – Sydor Vorobkevych. Syntactic structures with national-colloquial colour representing live bukovinian speech in the texts of the author are considered in the article.*

Одним із пріоритетних напрямів лінгвістичної науки є спостереження над співвідношенням загальномовного, регіонального та індивідуального в художньому тексті (праці І. Білодіда, М. Жовтобрюха, Л. Булаховського, В. Виноградова, С. Єрмоленко, Н. Сологуб, Н. Гуйванюк, А. Загнітка, В. Статєєвої та ін.). Адже саме в тексті, одиниці найвищого синтаксичного рівня, як стверджує Н. Гуйванюк, „спостерігаємо як універсальні загальномовні та загальнонаціональні особливості, комунікативні й когнітивні вияви, так і власне-авторські риси мовно-естетичного освоєння навколишньої дійсності” [3: 517]. У цьому аспекті увагу українських мовознавців усе частіше привертає мовна організація авторського тексту, індивідуальні стилі видатних представників національної літератури, зокрема взаємовідношення їхньої художньої мови з розмовними елементами. Так, науковці з'ясовують місце і функції розмовних одиниць серед інших зображувальних мовних засобів в ідіостилях таких українських письменників як Т. Шевченко, Б. Грінченко, П. Куліш, В. Шевчук, М. Стельмах, І. Чендей, В. Стефаник, О. Кобилянська, Ю. Федькович та ін.

Мета нашої статі – дослідити конструкції розмовного мовлення в синтаксичній структурі художніх текстів Сидора Воробкевича (літературні псевдоніми – Данило Млака, Демко Маковійчук, Семен Хрін, С. Волох, Морозенко, Іван Іванів з Кіцманя, Сирота з Буковини та ін.) – вагомої постаті в культурному житті Буковини середини ХІХ ст., багатогранного таланту, у якому поєдналися покликання талановитого поета, прозаїка, драматурга,

композитора, фольклориста, педагога, громадсько-культурного діяча, редактора буковинських часописів і навіть православного священика.

Наше дослідження є актуальним, оскільки попри те, що життя і творчість видатного митця Буковини досить повно розкривають літературознавчі та мистецтвознавчі студії (праці П. Никоненка, М. Юрійчука, В. Лесина, М. Івасюка, М. Білинської, П. Баб'яка, С. Троян, А. Коржупової, В. Процюк, Ф. Погребенника, О. Поповича, Ю. Гречанюка та ін.), мовне оформлення його художніх творів, авторська манера письма та зокрема синтаксис художньої мови С. Воробкевича у сучасному мовознавстві досліджені, на жаль, фрагментарно й побіжно (див. праці Т. Сорвілової, В. Шабліовського, Н. Мойсюк). Об'єктом окремого комплексного лінгвістичного дослідження індивідуальний стиль автора досі не ставав. Пропонована розвідка продовжує наші спроби розкрити постать Сидора Воробкевича як мовну особистість із притаманними лише йому рисами індивідуально-авторського стилю.

Простежуючи народно-розмовну традицію в літературно-художньому-мовленні, С. Єрмоленко зауважує, що „в сучасній мовно-літературній практиці можна виділити дві тенденції відтворення мовно-етнічного побуту: звертання до народно-розмовних форм лексики (морфологічне оформлення слова, діалектне значення слова); відображення синтаксичних особливостей усного мовлення (з елементами народно-діалектної основи)” [5: 15]. Для відтворення народно-розмовних інтонацій, колориту усної розповіді, – зазначає дослідниця, – письменники використовують певну синтаксично-інтонаційну будову речень із характерними частками і сполучниками, окремі словосполучення, властиві діалектному мовленню або різновиду літературного мовлення, деякі виразні типи словотвору, відповідну лексику, фразеологію. В ідіостилі С. Воробкевича ці дві тенденції наявні, коло засобів створення народно-розмовного колориту у творах письменника широке і простежується на всіх мовних рівнях. Ми розглянемо конструкції розмовного мовлення у синтаксичній структурі його художніх текстів, адже, надумку Н. Гуйванюк, „синтаксис народної мови виявляє властиву цій нації „звичку думати”, розкриває „українську душу” [2: 383] і разом з тим „саме в синтаксисі окреслюється виразно й власне авторська (індивідуальна) стилістика твору” [3: 517]. Спробуймо визначити найхарактерніші конструкції розмовного мовлення в ідіостилі С. Воробкевича, творчу манеру його письма, своєрідність його авторського почерку.

Проникнення конструкцій розмовного мовлення у художній текст загалом і у художні тексти С. Воробкевича зокрема, на нашу думку, обумовлене двома причинами: з одного боку, це пов'язане з історією української літературної мови, адже індивідуальна манера письма автора певною мірою характеризує мовну ситуацію епохи, на час якої припадає його творчість; з іншого – у мові художнього твору може відбуватися стилізація розмовності, якщо письменник свідомо переймає характерні особливості розмовного стилю з метою відтворення відповідного колориту в художньому тексті.

Глибокий народний характер мови С. Воробкевича – це теза, що об'єднує наявні наукові дослідження його творчої манери, і це не випадково. Попри те, що письменницька діяльність буковинського автора припадала на час, позначений складними історичними, суспільно-політичними та культурними умовами розвитку української мови, а особливо на Буковині, що була колонізована Австро-Угорською імперією, у час насильницького онімечення, ополячення та румунізації населення краю, С. Воробкевич був одним з перших письменників на Буковині, хто почав писати твори народною мовою. Будучи палко закоханим у рідне слово та пісню, він увійшов у літературну критику як „один з перших жайворонків нової весни нашого відродження” [6: 114]. Живе народне мовлення стало для письменника невичерпним джерелом, з якого він черпав усе багатство своєї художньої мови.

Специфіка конструкцій розмовного мовлення в ідіостилі С. Воробкевича, за нашими спостереженнями, полягає в тому, що вони яскраво позначені територіальними особливостями. Прагнучи бути зрозумілим для краян, відтворюючи їх життя і побут, письменник відображав і мовний колорит буковинців, які є центральними постатями в його творчому доробку. Саме тому в мовній тканині художнього тексту письменник використовує специфічні синтаксичні конструкції, з яскраво вираженим розмовним колоритом й інтонаційною будовою, густо позначені й регіональними особливостями.



Аналіз фактичного матеріалу засвідчує, що синтаксична організація художніх творів С. Воробкевича відзначається особливою будовою присудків, позначених говірковими рисами. Натрапляємо на речення зі складеними іменними присудками з нульовою зв'язкою *бути* та іменною частиною в орудному відмінку, напр.: *Чи відгадаєш, братчику, хто ватажком тих зрадників?* (1: 223). *Ціле село попелом, що й знаку не остало...* (1: 182). *Онуфрієва Оксана давно вдовою* (1: 272). Іменна частина таких присудків може виражатися і словосполученням: *Не знав він, що Радо Янкович, котрого кров має пролити, йому рідним батьком* (1: 230). *Хто на самоті проживає, для того сей інструмент щирим товаришем* (1: 335). Стилїстичне навантаження таких присудків увиразнюється, якщо іменна частина виражена фразеологізмом, що ускладнює будову простого присудка, як-от: ([Василина:] ... як я вам, тату, *піском в очах*, то іду від вас... (1: 480). [Броніслав:] *Знаю, старий, що ти доброго серця...* (1: 501); апозитивною структурою ([Тетяна:] *Він для мене і сьогодні господарем-паном, а іншого панства я не бажаю...*(1: 451); конструкцією з протиставним значенням (... *мій син не бурлакою, а многонадійним женихом* (1: 344).

Колорит розмовності відчуваємо й у реченнях, які у структурі присудків містять дієслово-зв'язку *бути* в минулому часі, яка може знаходитися як у пре- так і у постпозиції до дієслова, напр.: *Було післати твого наймита по дьоготь, а самому було тут лишатися* (1: 189). Специфікою ідіостилю С. Воробкевича є паралельне використання у структурі присудків літературних форм дієслова та діалектних, з відокремленою часткою *ся*, як-от: [Семен:] *Якби не вона [горілка], давно з ніг звалив би ся* (1: 425). ... *бігме, здало би ся покріплення...* (1: 321).

Художні тексти С. Воробкевича засвідчують у структурі присудків особливі давні граматичні форми, що широко вживаються у розмовній мові буковинців, як-от: [Василина:] *Павле, Павле, тяжко согрїшила-м, дні і ночі за мій грїх покуюю.* (1 : 470). *Чи чули-сьте, Танасію, як я фештерчука обрїхтував?* (1: 493). [Павло:] *Гуляй, невірна! Зломала-сь присягу, отруїла-сь моє серце, аж кров'ю закипіло!*

Яскраво виражений розмовний колорит мають речення зі складеними дієслівними присудками, де у ролі дієслова-зв'язки виступає слово *бути* у специфічній формі, напр.: [Павло:] *Вони мені не допоможуть, у пригоді не стануть, моїм бездоллям лиш тїшитись муть!* (1: 460). [Кефір:] *Не споминай тих з гробу, спочинку не муть мати* (1: 432).

Типовою для розмовного мовлення є займенникова форма *собі*, яка, на думку автора монографічного дослідження про синтаксис розмовного мовлення П. Дудика, у складі дієслівного присудка „привносить у передавану ним дію значення спокійного, безперешкодного її перебігу і зв'язку виключно з суб'єктом” [4: 104], напр.: *В нашій селі прожив він собі вже около п'ятдесят років...* (1: 249). ... *виліз у човен і пливу собі, як той лебідь по льоду* (1: 253).

Характерною ознакою ідіостилю С. Воробкевича у синтаксичній структурі художнього тексту є використання конструкцій із службовими словами, що мають яскраво виражений розмовний характер. Ми зафіксували такі специфічні випадки вживання сполучників: 1) вживання протиставного сполучника *але* замість *а*, особливо при запереченні, напр.: *Ні, не був він твоїм другом, але найлютішим ворогом...* (1: 263); 2) вживання розмовного протиставного сполучника *но*, як-от: [Танасій:] *Дбаю, кілька можу, но такого ще не зробив, щоб мав чим величатися* (1 : 474); 3) вживання сполучника *а* у приєднувальному значенні замість *і*, напр.: [Петро:] *Велика ріжниця межі паном, а Іваном!* (1: 533); 4) вживання діалектного сполучника *гейби* замість літературних *наче*, *немов*, як-от: *Стояла ще тільки висока вежа, гейби свідок славної бувальщини* (1: 360); 5) паралельне вживання розділового сполучника *чи* та його діалектного синоніма *ци*, напр.: *Де они [думки] ділись, чорт зна, – ци серце вже здеревіло, ци світ вже так змінився* (1: 554); 6) уживання замість сполучника *поки* діалектних *заки*, *закіль*, *покіль*, *заким*, як-от: [Кефір:] ... *заки ще укупі кості, то півбідлиха* (1: 404). ...*може, проминуть скілька століть, закіль другий з'явиться...* (1: 549). *Чекали ми, чекали, покіль не задрімали* (1: 188); 6) вживання діалектного сполучника *коби* замість літературних *якби*, *коли б*, *аби*, пор.: [Двірник:] *Коби знати, де його шукати* (1: 418). *Боже, коби ще хоч раз глянути можна на те святе сонечко...* (1: 228).

Народно-розмовний колорит притаманний і приєменникам. Аналіз фактичного матеріалу дав змогу виокремити такі особливі випадки вживання приєменників у текстах автора: 1) вживання приєменників *о, об* замість *про*, що показує означальні відношення, як-от: *Не раз говорив він о степах, байраках, о Дніпрі гримучім, о чайках, курганах і бог знає о чім...* (1: 250). [Гаврило:] *Бідна ж головонько, я об тім зовсім забув!* (1: 503); 2) вживання замість приєменника *ніби* умовного приєменника *якби* із порівняльним значенням, напр.: [Микита:] *Гримить і блискає, аж лячно, якби світ розпадався...* (1: 428). *А мені якби тяжкий камінь з грудей упав* (1: 398); 3) вживання архаїчних граматичних форм приєменників, як-от.: *Аби-м зараз загиб, то свого доконаю, свого не лишу!* (1: 428). [Федір:] *Слава господеві, що-сь назад вернув!* (1: 441); 4) вживання діалектного усічення приєменника *до*, як-от: [Анниця:] *Аннице, дурна Аннице, топірчику мій дорогий. Ха-ха!* (Іде *д'гори* до кладки) (1: 424); або діалектного його вияву *ід*, напр.: *Із-за гаю вийшли три гарні, плечисті мужі, прямуючи ід хаті, що стояла межи ільмами* (1: 200); 5) вживання застарілого приєменника *против* замість літературного *напроти, проти*, напр.: *Пані Пульхерія вийшла против гостей...* (1: 342). ... *против сеї тяжкої хвороби був лиш оден лік... пан Стефко!* (1: 312).

Серед специфічних вживань у реченнях часток розмовного характеру можемо виділити такі: 1) вживання діалектної частки *най* замість літературних *хай, нехай*, як-от: [Митерчиха:] *Марійко, скажи їй, най бере на розум, най не відвертає щастя від себе...* (1: 394). [Федір:] *Ходіть, діти, най вас поблагословлю!* (1: 441); 2) вживання діалектної частки *чей*, напр.: *Бог наша єдина поміч. Найmemo службу божу, чей він нас не опустить* (1: 356). *Я не набиваюся, но коли ціла громада хоче мене в начальники вибрати, то чей трудно тому противитися* (1: 452); 3) вживання частки *гей* з метою підсилення ознаки, напр.: ... *нині гей тупо робота йде* (1: 269). [Павло:] *Правда, що старий чесний, но гей завзятий чоловік...* (1: 446). Усі ці конструкції містять яскраво виражений колорит розмовності й демонструють говіркові риси буковинців у синтаксичній побудові фрази.

Яскравою ознакою ідіостилю С. Воробкевича є використання в авторському мовленні та мові персонажів конструкцій зі значенням міри і ступеня вияву певної ознаки, як-от: *Так заповоніє гнівом, що й через три дні до мене не заговорить* (1: 235). З-поміж них чимало фразеологізованих конструкцій, пов'язаних із ментальністю буковинців: *Ви тут межі собою такий клопот зачали, що хорони боже* (1: 211); порівняльних конструкцій: *Годі було животіти тим поганим воздухом, але наш пан Олімпій так до него привик, як риба до води* (1: 301). Фіксуємо у творах С. Воробкевича своєрідні заперечні порівняльні речення зі значенням більшої меншої міри вияву ознаки, напр.: *Усі мошеї, мінарети, кіоски блищать – ні, не блищать, а наче палають у вогні* (1: 175). *Приходжу на подвір'я, а сова не стогне, ні, – таки якесь лихо віщує* (1: 262). *Цигани не грають, ні, аж струни рвуться* (1: 268). Подібні конструкції є зразками розмовного мовлення та ілюструють тогочасний мовленнєвий колорит буковинців.

У текстах письменника фіксуємо також такі елементи розмовного мовлення як вставні слова і конструкції, які також містять говіркові риси, як-от: *Сю, відай, міль поїла, ту, відай, ржа з'їла* (1: 229). *Молодиці, дівчата, хрانی боже, щоби поночі вулицями ходили* (1: 256). [Катерина:] *Бог свідок, що я до него і словечка не промовила... Скарай мене, боже, як неправда!* (1: 396).

Характерною рисою синтаксичного почерку письменника є використання вигуківих структур, які надають мові персонажів різних експресивних відтінків. С. Воробкевич послуговується здебільшого розгорнутими вигуківими конструкціями, що становлять вокативні речення, як-от: *Бідонько ж моя солоня, лишенько ж моє гірке!* (1: 189). *Горенько моє перчене!* (1: 189). *Бідонько ж моя солоня, клопотоньку мій гіркий!* (1: 194). *Бідна моя головонько!* (1: 253). *О лихо моє гірке!* (1: 254). *Ой смутку ж мій тяжкий...* (1: 433).

Не менш експресивно звучать своєрідні різноманітні примовки – народні вислови усталеної форми, якими часто користуються буковинці у щоденному спілкуванні. Використання примовок надають синтаксису мови С. Воробкевича особливої виразності. Деякі формули пов'язані з вірою у Бога, виявляють богобоязливість буковинців, як-от: *За три неділі, як бог віка допустить, у тебе на весіллю погуляємо* (1: 188); *Не журися, нене!*

*Бог нас без своєї помочі не оставить* (1: 393). [Власій:] *Карай мене, боже, як святої правди не кажу: доволі тулялося, буялося, час уже з того плаю на пряму дорогу* (1: 426). Яскравими прикладами розмовного мовлення є своєрідні фрази-прокльони, напр.: *Щоб його гангрена їла, щоб його люди як чуму обминали, щоб його діти ще у материній утробі камінням поставали!* (1: 121). [Семен:] *Нехай вас чортова мати возьме з вашими чабанськими звичаями! /.../ Бодай вас п'ятниця взяла!* (1: 405). [Двірник:] *Щоб тобі нужда на потилицю!* (1: 416).

Отже, на ґрунті проведеного дослідження, можемо стверджувати, що синтаксична організація текстів С. Воробкевича багата на різноманітні конструкції, почерпнуті з розмовного мовлення. Використовуючи у мовній тканині своїх творів синтаксичні побудови з особливою будовою присудків, специфічними засобами зв'язку, службовими словами з говірковими рисами, емоційно-насиченими конструкціями зі значенням міри і ступеня вияву ознаки, розгорнутими вигуківими структурами, вставними словами, фразеологізованими сполуками, письменник репрезентував живе розмовне мовлення буковинців середини ХІХ, показуючи багатство і красу української народної фрази. Талановито відобразивши синтаксичні риси українського усного розмовно-побутового мовлення, С. Воробкевич постає перед читачами неповторним стилістом фрази з притаманними лише йому рисами індивідуального письменницького стилю, характерні ознаки якого досліджуватимуться нами й у подальших розвідках.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Воробкевич С. Твори. – Ужгород: Карпати, 1986. – 567 с.
2. Гуйванюк Н. „Мовна картина світу” українців засобами синтаксису // Матеріали V Конгресу Міжнародної Асоціації Україністів, Чернівці, 26-30 серпня 2002 р.: Мовознавство. – Чернівці: Рута, 2003. – Ч. 2 – С. 382–387.
3. Гуйванюк Н. В. Слово – речення – текст: Вибр. праці. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2009. – 664 с.
4. Дудик П. С. Синтаксис сучасного українського розмовного літературного мовлення. – К.: Наук. думка, 1973. – 285 с.
5. Єрмоленко С. Є., Гримич Г. М. Народно-розмовна традиція в літературно-художньому мовленні (на матеріалі сучасної української прози) // Питання мовної культури. – Вип. 2. – К.: 1968. – С. 14–31.
6. Франко І. Передмова [до видання: Данило Млака (Ізидор Воробкевич). Над Прутом. – Львів, 1901] // Зібрання творів: У 50-ти т. – К., 1982. – Т. 33. – 527 с.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Наталія Шатілова** – аспірантка кафедри сучасної української мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

*Наукові інтереси:* проблеми ідіостилю Сидора Воробкевича.

## **ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ КОНСТРУКТЫ ОБЪЕКТИВАЦИИ ОБРАЗА РЕБЕНКА-ЖЕРТВЫ В РАССКАЗЕ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО «МАЛЬЧИК У ХРИСТА НА ЕЛКЕ»**

**Олена ЮРЧЕНКО (Харків, Україна)**

*У статті розглядаються семантичні та граматичні ознаки мовних одиниць композиційного прийому «затемнення» який є складовим елементом об'єктивзації образу дитини-жертви в оповіданні Достоевського «Мальчик у Христа на елке». Виявляються морфологічні та синтаксичні засоби узагальнення/конкретизації образу.*

*The article is devoted to the problems of character creation in the story “Мальчик у Христа на елке” by Dostoevsky. The semantical and grammatical means of the compositional method “blinking” as a structural element of the image are being analyzed in the present work. Individual author’s method and its functions in the story under analysis are also emphasized in the article.*

Настоящее классическое художественное произведение характеризуется филигранной разработкой и отбором языкового оформления повествовательной канвы, а также точностью композиционного размещения и представления образов. В филологической традиции дискуссионными были и остаются вопросы видовых и типовых разграничений образа, его структурных вариаций, а также проблемы функциональных различий в применении однотипных образов в литературных произведениях разных жанров. Некоторые из поставленных проблем были решены (видовые разграничения образов и их функциональное предназначение), другие же (структурная организация образа и средства его создания/представления) остаются спорными и требуют уточнения, что предопределяет **актуальность** проводимого исследования.

В настоящем исследовании, продолжая традиции, заложенные отечественными языковедами Пешковским А.М., Винокуром О.Г., Виноградовым В.В. и многими другими,

мы полагаем что, художественное слово входит в соответствующий смысловой ряд в зависимости от того образа, которому оно служит основанием. Из чего следует, что каждая языковая единица выступает микроэлементом художественного образа. В **задачи** данного исследования входит анализ языковых единиц и композиционных приемов представления образа ребенка-жертвы в рассказе Достоевского «Мальчик у Христа на елке». При изучении художественного образа, на наш взгляд, следует обратить внимание не только на стилистические особенности художественной речи персонажа, но и на саму систему изложения и описания, на выбор изобразительных средств при сообщении о разных предметах и событиях, касающихся персонажа. Мы, вслед за Переверзевым В.Ф., считаем, что образ объективируется не только как субъект, но и как объект слова, не только в его внутренних переживаниях, но и как видимый предмет внешнего мира [4:490]. В своем исследовании мы различаем субъективацию и объективацию образа в художественной ткани литературного произведения. Мы говорим о субъективированных способах создания образа в случае, когда образ-характер является субъектом слова (прямая речь, внутренний монолог) и об объективированных способах создания образа, когда образ-характер становится объектом слова (повествователя\рассказчика\персонажа). В рамках данного исследования ограничимся исследованием объективированных способов создания образа ребенка-жертвы в рассказе Достоевского «Мальчик у Христа на елке», поскольку в данном литературном произведении образы-характеры не являются субъектами слова (за редкими исключениями внутренней речи героя).

Хотелось бы заметить, что мы не отождествляем способы создания образа с композиционными приемами реализации этого способа. Способ создания образа (объективированной\субъективированный) – это тот тип «субъективации» авторского повествования (термин Горшкова А.И.) в художественном произведении, который используется писателем для создания образа. Композиционный прием – это отобранный автором прием художественной выразительности, мотивированный структурным своеобразием образа и обусловленный композиционным построением всего литературного произведения.

По словам Бахтина М.М., «Любое творчество определено предметом изображения и его структурой. Любой художественный образ, каков бы он ни был, обладает своей художественной логикой и своей закономерностью. Структура художественного образа предопределяет ход творческого повествования и тип его изображения» [1: 110].

Особым выразительным приемом, используемым художником слова в построении и изображении образа ребенка-жертвы в рассказе «Мальчик у Христа на елке», выступает «затемнение». Данный прием выразительности часто используется в кульминационной точке действия перед появлением окончательного результата событий. «Он строится на совмещении нарастания с преподнесением: важное финальное состояние подается одновременно и как высшая точка в постепенном нарастании и как нечто мгновенно появляющееся на подготовленном для него «пустом» месте. Совмещение двух этих противоположных требований служат ситуации, в которых момент перехода от заключительной стадии нарастания развития событий к их финалу закрывается от наблюдателя некоторой завесой» [3:119]. Подобная подача результата действий \ событий усиливает интерес читателя, который продолжается в виде напряженного ожидания. Таким образом, подчеркивается резкая отграниченность начального момента процесса и его результата.

А.К. Жолковский и Ю.К. Щеглов полагают, что конструкция «затемнение», включает три основных отрезка: начальный (до завесы), средний (завесу) и конечный (результат). В рассказе «Мальчик у Христа на елке» внимание, в большей степени, будет сфокусировано на отрезке конечного результата, поскольку именно в нем представлено множество вариантов инвариантного образа ребенка-жертвы.

Ввиду того, что рассказ «Мальчик у Христа на елке» состоит из двух глав, где первая является неким предтекстом ко второй, то можно говорить о некоторой предсказуемости событий, изложенных автором во второй главе рассказа. Говоря о предсказуемости, мы

предполагаем, что развитие событий в первой главе сводится к ожидаемому результату во второй.

Печальный итог бедственного существования детей представлена в заключении первого рассказа во множестве своих вариантов. Сравним вариации исхода жизни детей-жертв в первом рассказе:

1) *Когда он подрастет, его скорее сбывают куда-нибудь на фабрику, но все, что он заработает, он опять обязан приносить к халатникам, а те опять пропивают* [10 (10: 360)].

2) *Само собою, становятся воришками. Воровство обращается в страсть даже у восьмилетних детей, иногда даже без всякого сознания о преступности действия* [10 (10: 360)].

3) *Под конец переносят все – голод, холод, побои, – только за одно за свободу, и убегают от своих халатников бродяжить уже от себя* [10 (10: 360)].

В выделенных фрагментах имплицитно прослеживается дальнейшая перспектива существования ребенка-жертвы: *он опять обязан приносить к халатникам; становятся воришками; убегают бродяжить уже от себя*. Несовершенный вид представленных глаголов подчеркивает неоднократность выполняемых действий. Усиление значения повторяемости действий актуализируется словами *опять* и *уже*.

Автор-рассказчик как бы фотографирует явления действительности и представляет их читателю как общеизвестные факты сюжетного времени. Он показывает вектор, определяющий жизненную перспективу всех этих детей. В данном отрезке происходит обобщение судеб всех детей-жертв в единый образ ребенка-жертвы. Автор не отождествляет этот образ с одним персонажем – мальчиком, он наоборот расширяет его, делает объемнее, динамичнее. Об этом свидетельствует, с одной стороны, отсутствие конкретизации личностных характеристик главного персонажа повествования, с другой, – автор как бы стирает этот образ реального мальчика, растворяет его во всем множестве других, подобных ему детей. На передний план повествования уже выдвигаются все варианты развития судьбы детей-жертв. Это становится очевидным, если сравнить пример 1 с двумя последующими. В первом фрагменте местоимение *он* употреблено в обобщенном значении. Во втором и третьем фрагментах значение множественности числа грамматикализируется – находит формальное выражение во множественном числе окончаний глаголов *становятся, переносят, убегают*.

Особое внимание привлекает словосочетание *бродяжить уже от себя*. Именно данное словосочетание позволяет увидеть трансформацию сознания персонажа в пределах данного рассказа. В начале рассказа автор показывает сознание персонажа у истоков бродяжничьего образа жизни *...но этот не завывал и говорил как-то невинно и непривычно и доверчиво смотрел мне в глаза – стало быть, лишь начинал профессию* [10 (10: 359)].

Слово *начинал* показывает точку отсчета того способа жизни, который ведет мальчик. Семантика наречий *невинно и непривычно и доверчиво* подчеркивает детскость и неосознанность действий персонажа. В конце рассказа мы видим уже другое сознание того человека, в которого может превратиться мальчик, – это актуализировано словосочетанием *бродяжить уже от себя*, в котором передана осознанность действий персонажа, но не только осознанность, но и преемственность выполняемых им действий. Сравним: *все, что он заработает, он опять обязан приносить к халатникам \ бродяжить уже от себя*

Фраза *он опять обязан...* передает значение навязываемости действий со стороны, его собственной безинициативности и неоднократности повторяемых действий. Этой фразе контекстуально противопоставляется фраза *бродяжить уже от себя* – субъект действия выполняет действие по собственной инициативе. Наречие *уже* подчеркивает переломный этап в жизни мальчика: фиксируется момент изменения сознания персонажа.

Таким образом, в данном отрезке наблюдается переход от начального этапа развития судьбы конкретного мальчика на конечный результат уже обобщенного образа. Сам момент перехода мастерски завуалирован – используются потенциальные возможности языковых единиц передавать значение конкретности и обобщенности. С точки зрения композиционной организации данного фрагмента, можно сказать, что средний этап результата развития

действия редуцирован (завесы, которая связана с потерей каких-то визуальных характеристик воспринимающего, как таковой, нет).

Восприятие конечного результата существования происходит от представления нарастающей динамики вариантов исхода, к представлению статичной картины наступившего состояния.

В экспозиции рассказа «Мальчик с ручкой» изображается конечный результат подобного типа существования персонажа ребенка-жертвы.

*Это дикое существо не понимает иногда ничего, ни где он живет, ни какой он нации, есть ли бог, есть ли государь...*[10 (10: 360)].

В данном высказывании автор номинирует образ ребенка-жертвы словосочетанием *дикое существо*. Семантика слова *существо* передает идею неопределенности, безликости (автор даже не называет его человеком). Родовая семантика слова *существо* – двоякая. С одной стороны, употребление среднего рода по отношению к одушевленному предмету имеет негативную окраску и в данном контексте передает уничижительное отношение автора к объекту повествования. С другой стороны, в родовой семантике слово *существо* прослеживается тонкая связь с родовой семантикой слово *дитя*, которое также как и *существо* употребляется безотносительно к половой принадлежности объекта (по формальным показателям обе лексемы относят к среднему роду), что позволяет выявить признак детскости, незрелости в семантике слово *существо*. Семантика определяющего слова «дикое» передает идею изолированности данного ребенка от общества, и как результат, утрату им всех ценностей и верований.

Нам представляется, что композиционный прием выразительности «затемнение» позволяет и создать живой образ ребенка жертвы во всем многообразии его вариантов, и представить исходную картину результата существования детей-жертв, и композиционно выстроить все художественные элементы изображения образа.

**Вывод:** Проведенный анализ позволяет заключить, что весь принцип сюжетопостроения реализованный приемом выразительности затемнение подчинен максимальному раскрытию образа ребенка-жертвы, изображению всех его вариантов и созданию поливариантности конечного результата их жизни, что соответствует художественному методу образительности Достоевского.

В перспективе исследования анализ композиционных приемов объективации образа ребенка-жертва и речевых форм субъективации образа ребенка-взрослого в литературных произведениях Ф.М. Достоевского, а также изучение индивидуально-авторской системы выразительных средств мастера слова.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

1. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского / Михаил Михайлович Бахтин. – Москва: Художественная литература, 1972. – 469с.
2. Достоевский Ф.М. Мальчик у Христа на елке / Федор Михайлович Достоевский. Собрание сочинений в X томах. Т. 10-ый. – Москва: Художественная литература, 1958. – 619с.
3. Жолковский А.К. Работы по поэтике выразительности: Инварианты – Тема – Приемы – Текст. / Предисл. М.Л. Гаспарова. / А.К. Жолковский, Ю. К. Щеглов. – М.: А.О. Издательская группа «Прогресс», 1996. – 344 с.
4. Переверзев В.Ф. Гоголь. Достоевский. Исследования / Валерьян Федорович Переверзев. – Москва: Советский писатель, 1982. – 512с.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Олена Юрченко** – аспірант кафедри російської мови Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди.

*Наукові інтереси:* лінгвістичний аналіз тексту (засоби створення образності в прозаїчному художньому тексті).

## ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ КУРСИВУ У ВІРШАХ Г.М. ЕНЦЕНСБЕРГЕРА

Марина МАРЧЕНКО (Горлівка, Україна)

*У статті розглянуті графічні можливості письмового мовлення. Основну увагу зосереджено на функціональному аспекті курсиву у віршах сучасного німецького письменника.*

*The graphical resource of writing is investigated in this paper. The main attention is focused on the functional aspect of italics in the poems of modern German author.*

Приймаючи до уваги той факт, що вірш – це невеликий за обсягом художній текст, Г.М. Енценсбергер звертається не тільки до лінгвістичних засобів, а й до екстралінгвістичних. Він намагається максимально використовувати графічні можливості мови. Більш за те: графічні можливості письмового мовлення у художніх текстах Г.М. Енценсбергера є засобом вираження експресії, яка може позначатися, на думку І. Я. Чернухіної, також і графічно [2: 87].

Взаємодія у вірші лінгвістичних та екстралінгвістичних засобів реалізує максимально можливий вплив на реципієнта, що зумовлено метою цього поета.

Серед екстралінгвістичних засобів курсив є одним з поширених графічних засобів у письмовому мовленні Г.М. Енценсбергера. Тому є доречним дослідити функціональний аспект курсиву.

Найбільш типовими функціями курсиву у віршах цього письменника є графічне виділення діалогу („*Poetik der Lüge*“, „*Beim Friseur, oder Zur Frage der Wichtigkeit*“, „*Besuch*“, „*Palais d'amour*“), іншомовних слів („*Genial*“, „*Fehler*“, „*Das Kleingedruckte*“, „*Schlager*“, „*Eingeständnis*“), епіграфу („*Landessprache*“, „*Schaum*“, „*Die Verschwundenen*“, „*Die Macht der Gewohnheit*“, „*Früher*“) та уточнення значення певного слова або змісту („*John von Neumann (1903-1957)*“, „*Länderlexikon*“, „*Arme Cassandra*“, „*Kalendersprüche*“, „*Die Kunst, ausweichend zu antworten*“, „*Alte Heimat*“, „*An einen Ratsuchenden*“, „*Tagesordnung*“, „*Modelle*“ „*Früher*“).

Г.М. Енценсбергер використовує курсив традиційно для відокремлення значущої лексеми. Так, у вірші „*John von Neumann (1903-1957)*“ автор виділяє лексичну одиницю „*nebbich*“ („шкoda“), яка типова для фамільярного розмовного тону та належить до злочинного жаргону. Таким чином з контексту стає помітним той факт, що Г.М. Енценсбергер дає свою негативну оцінку технічному прогресу, який спричинений одним з науковців. Ця специфічна лексема вказує на діяльність вченого, який не замислюється над наслідками своїх відкриттів, вчений для поета є злочинець по відношенню до природи та людини.

А у вірші „*Kalendersprüche*“ Г.М. Енценсбергер виділяє невизначено особовий займенник „*man*“:

Man tut was man kann  
Man scheidet hin.  
Es kommt nicht darauf an.  
*Man* hat keinen Sinn.

Спочатку він розмірковує, що хтось робить те, на що він здатний, хтось вмирає – „*hinscheiden*“, використовуючи для цього лексему, яка притаманна урочистому стилю. Таким чином Г.М. Енценсбергер підкреслює монотонність та одноманітність буття.

У вірші „*An einen Ratsuchenden*“ („*Шукачу порад*“) автор виділяє назву ігри „*Mensch ärgere dich nicht*“. Яка одночасна є і порадою автора „*Людина, не злися*“. У „*Palais d' amour*“ виділяються курсивом вказівки до рухів у танго, а у „*Schlager*“ ритм самби.

Виділення курсивом у вірші „*Modelle*“ допоміжного дієслова минулого часу „*haben*“ у рядку „*Habt ihr euch etwas gedacht?*“ акцентує увагу реципієнта на розумових здібностях жінок-моделей, які неспроможні думати взагалі про щось.

У „*Neues Deutschland*“ виділеним є саме це словосполучення, розповідаючи про „*Нову Німеччину*“, ставиться під сумнів значення цього словосполучення.

Виділені у вірші *“Vorschlag zur Strafrechtsreform”* курсивом сполучники *“oder”*, *“und”*, *“und nicht”*, *“weder ...noch”* підкреслюють подвійні стандарти будь-якої правової реформи.

У *„Niccolo Machiavelli (1469-1527)“* завдяки курсиву впадає у вічі лексична одиниця *“Herrlichkeit”* у рядку *“Generalstäbler, Botschafter, Herrlichkeit, Polizist”*, яка є зверненням до високого посадовця. Розташовуючи її між лексемами *“Generalstäbler”* – *“офіцер генерального штабу”*, *“Botschafter”* – *“посол”* та *“Polizist”* – *“полицейський”*, Г.М. Енценсбергер іронічно звертається до цього письменника, мислителя, який дійсно займав ці посади та був здатний мріяти про сильну державну владу. Більш за те: підкреслюючи іронію, він виділяє у рядку курсивом наступні словосполучення:

Als kleiner Krautjunker frisst du nun *Feigen und Bohnen und Dörrfleisch den Maden abgejagt*

У цьому оточенні вживається лексема *“Krautjunker”* (*“дворянин, який не може себе поводити та не має ні якого досвіду”*) з прикметником *“klein”* – *“маленький”*, *“незначний”*, що посилює іронічну оцінку значущості цієї історичної особи та створює таким чином антитезу. Вказуючи на дії цієї особи, Г.М. Енценсбергер використовує дієслово *“fressen”* (*“їсти”*), але ця лексема вживається лише по відношенню до тварин. Таким лексичним оточенням при опису цієї людини Г.М. Енценсбергер підкреслює своє ставлення до неї. Окрім цього графічно виділяється їжа цієї людини: *“Feigen”* – *“фігу”*, *“Bohnen”* – боби. Але лексична одиниця *“Dörrfleisch”* – *“шник”* поміщається окремо по переду лексеми *“Maden”* (*“личинка у продуктах”*). Г.М. Енценсбергер виділяє це курсивом і моделює з фразеологічної одиниці *“Leben wie Maden im Speck”* (*“жити у статку”*) вже оказіоналізм *“Dörrfleisch den Maden abgejagt”*. Як бачимо, поряд з лексемою *“Maden”* вживається лексема *“abjagen”* (*“відбити у когось”*). Таким чином зображується життя цієї особи, яка лише паразитує як личинка. Виділяючи курсивом у цьому вірші фрази та слова, Г.М. Енценсбергер висловлює своє відношення до цієї особи та дає оцінку її життя.

Також курсивом виділено ставлення автора до відомих людей у віршах: *“Michail Alexandrovic Bakunin (1814–1876)”*, *“Henry Morgan Stanley (1841–1904)”*, *“Ugo Cerletti (1877–1963)”*, *“Ernesto Guevara de la Serna (1928-1967)”*.

Більш за те: курсивом виділяється також алюзія. Так, у вірші *„EINE SCHWACHE ERINNERUNG“* словосполучення *„Kurzen Lehrgang“* у рядку *„Es steht nicht im Kurzen Lehrgang“* є алюзією з головного документу Комуністичної партії Радянського Союзу – *„короткий курс ВКПб“*. Таким чином Г.М. Енценсбергер привертає увагу читача до найбільш значущої частини тексту, звертаючись до зміни шрифту.

У вірші *„Fehler“* виділяється курсивом музикальний твір *„Pour Elise“*, який грає дитина. Однак Г.М. Енценсбергер робить помилку у назві цього твору, пов'язуючи назву вірша *„Помилка“* зі змістом.

Найбільш цікаво для створення алюзії поет використовує курсив у комедії *“Der Untergang der Titanic”*. Ми знаходимо виділену курсивом алюзію на цей твір *“der Untergang der Titanic”*, коли розповідь йде про написання цього твору та алюзію на катастрофу, тоді виділяється курсивом у словосполученні *“der Untergang der Titanic”* лише *“Titanic”*. У такий спосіб Г.М. Енценсбергер намагається відокремити проблеми, які він розглядає. Також, описуючи катастрофу, виділяються назви кораблів, які мали будь-яке відношення до трагедії: стояли у гаванях і отримали повідомлення про катастрофу *“Yorck”* *“Zieten”*, *“Königin Luise”*, *“Bülow”*, *“König Albert”*, *“Prinzeß Alice”*, *“Germanicus”*, *“Prinz Eitel Friedrich”*, або на якому, під час катастрофи на *“Титаніку”*, було все навпаки спокійно і люди навіть не підозрювали про трагедію тисячі мандрівників:

Auf *California*, einem alten Kahn, zwölf Meilen weiter,  
dreht sich in seinem Bett der Funker um und schläft ein.

Таким чином Г.М. Енценсбергер намагається привернути увагу на кількість кораблів та безпорадність пасажирів *“Титаніку”*, які лишилися з цією проблемою на одинці.

У комедії *“Der Untergang der Titanic”* виділяються курсивом твори Леонарда Да Вінчі *“Letztes Abendmahl”*, *“Ein Diner bei Herrn Levi”*, *“Heilige Anna selbdritt”*. Звертаючись до цих творів мистецтва, поет створює певну атмосферу на кораблі перед катастрофою. Коли



пасажири в останнє обідають перед загибеллю, не підозрюючи це, так само як і учні Ісуса Христа перед його арештом (*“Letztes Abendmahl”*).

Також Г.М. Енценсбергер звертається до алюзії на ролик Скотта Рідлі *“178. Außen. Offenes. Meer.”*, який присвячений гибелі Титаніка.

Більш за те: алюзія на сучасний фільм про *“Титанік”* з щасливим кінцем *“A Night to Remember”* та виділення у словосполученнях *“Titanic-Aschbechern”* *“Titanic-T-Shirts”* лише одного значущого слова апелюють до реципієнта: люди не сприймають *“Титанік”* як катастрофу прогресу чи символ скорботи, для них це все звичайні речі – попільнички, футболки: лише назва, бренд.

Щоб посилити передчуття катастрофи та показати безтурботність пасажирів, Г.М. Енценсбергер виділяє курсивом алюзію на музикальні твори. Таким чином звертається увага читача на музику, яка грає на *“Титаніку”*. Курсивом виділені назви творів *“Nearer, my God, to Thee”*, *“God of Mercy and Compassion”*, *“Autumn”* *“Das kann doch einen Seemann nicht erschüttern”*, *“Davon geht die Welt nicht unter”*. *“Nearer, my God, to Thee”*, *“God of Mercy and Compassion”*, *“Autumn”* – ці твори були написані до катастрофи, а *“Das kann doch einen Seemann nicht erschüttern”*, *“Davon geht die Welt nicht unter”* – вже після. Твори подані наприкінці тексту як додаток до вірша.

Однак слід зазначити, що далі в тексті ми зустрічаємо цю алюзію ще, але вона знаходиться вже у вірші:

*Näher, mein Gott, zu wem, spielt die Kapelle,  
nein, Ragtime spielt sie, “Was ich noch  
zu sagen hätte dauert eine Zigarette”, nein,  
Herr des Mitleides und der Gnade, nichts.*

Між двома назвами музикальних творів вживаний стиль *“Ragtime”*, у якому вони написані. *“Резтайм”* – це популярний стиль музики на той час, окрім цього цей стиль характеризується повтором мелодичних та ритмічних моделей. Тому Г.М. Енценсбергер звертається до повтору творів, які грають під час катастрофи. Однак вони вживаються вже в перекладі на німецьку мову.

Розмірковуючи у цій комедії над утопічністю технічного прогресу Г.М. Енценсбергер звертається до графічно виділеної алюзії на роботу П. М. Кропоткіна *“System der gegenseitigen Hilfe in der Natur”*.

А у вірші *“Die Dreiunddreißigjährige”* автор виділяє курсивом назву дисертації, яку написала ця 33-на жінка *“Klassenkämpfe in Ulm, 1500-1512, und ihre Spuren im Volkslied”*. Таким чином, розмірковуючи над життям жінки-вченої автор вказує на те, що це її єдине досягнення. Вона не має, а ні родини, а ні дітей.

Однак Г.М. Енценсбергер удосконалює свій ідіолект і звертається до графічного засобу створення антитези. Так, у вірші *„Semantik“* Г.М. Енценсбергер виділяє курсивом різні поняття семантично однакової лексеми *“der Stein”*. Він підсилює антитезу лексично *“ein zweiter Stein”*, *“der erste Stein”*.

Така графічно виражена антитеза зустрічається і у комедії *“Der Untergang der Titanic”*.

*Weil Orgasmus und Orgasmus  
Nicht mit einander nicht vereinbar sind.*

У цьому творі роз’яснюється різниця між рятувальними жилетами, тобто між змістом та формою.

*Zwischen einer Schwimmweste und dem Wort Schwimmweste  
ist wie der Unterschied zwischen Leben und Tod.*

Отже, Г. М. Енценсбергер майстерно використовує мову, зображуючи свою мовленнєву картину світу та впливаючи на реципієнта. У цьому сенсі слід зауважити, що прагматично функціонують у вірші не тільки лінгвістичні засоби, а й екстралінгвістичні. За рахунок курсиву він імітує розмову, намагається привернути увагу читача до найважливішого, на його думку, натякає реципієнту на значущу лексему або навіть речення, цитує. Курсив передає експресію вірша. Більш за те: створюється контекстуальна антитеза за рахунок графічних можливостей мови. Тому слід погодитися з І. В. Арнольд, яка зазначає, що курсив є полі функціональним [1: 302]. Прагнучі до удосконалення та урізноманітнення свого

індивідуального мовлення Г.М. Енценсбергер варіює лінгвістичні та екстралінгвістичні засоби в межах одного вірша, що робить його ліричні твори неповторними.

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. – Санкт-Петербург.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 1999. – 444 с.
2. Чернухина И.Я. Общие особенности поэтического текста. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. – 157с.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Марина Марченко** – викладач кафедри німецької мови Горлівського державного педагогічного інституту іноземних мов.  
*Наукові інтереси:* лінгвостилістика, індивідуальне мовлення, сучасна література Німеччини.

**ТИПИ АКТУАЛІЗАЦІЇ МОТИВАЦІЙНО ЗВ'ЯЗАНИХ СЛІВ У  
ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ (на матеріалі української художньої  
літератури кінця ХХ – початку ХХІст.)**

**Наталія САВЧУК (Умань, Україна)**

*У статті розглянуто типи актуалізації мотиваційно зв'язаних слів на матеріалі текстів сучасної української художньої літератури. Описано повну та неповну, контактну та дистантну актуалізацію структурних та лексичних мотиваційних відношень.*

*The article considers the types of actualization of motivationally connected words on the material of the Ukrainian fictional texts. Complete and partial, contact and distant types of actualization of structural and lexical motivational relations are revealed.*

Мотивація – це зв'язок між словами, який виявляє їх мотивованість, що, у свою чергу, визначається як структурно-семантична властивість слова, що дозволяє усвідомити зумовленість зв'язку значення (семема) і звукової оболонки слова (лексема) на основі співвіднесеності слова з мовною та позамовною дійсністю [1: 385]. Останнім часом у мовознавстві посилюється увага до вивчення мотиваційних процесів у лексиці. Виокремилася лінгвістична галузь – мотивологія.

Дослідженню мотиваційних відношень присвячено праці А.Д. Аділової, О.І. Блінової, Т.І. Вендіної, М.М. Гінатуліна, М.Д. Голева, П.Ю. Гриценка, Т.Л. Канделаки, П.А. Катишева, Т.Р. Кияка, В.К. Павела, О.О. Селіванової, О.В. Тищенко, С.М. Толстой, В.А. Топіхи, І.С. Улуханова, О.Є. Хазімуллової, Н.А. Цимбал, О.О. Штейнгарт та ін. Основними проблемами є типологія і функціонування мотиваційних ознак, детермінованість вибору мотиваційної ознаки, типологія мотиваційних відношень, зв'язок мотивації з категоріями словотвору, взаємозв'язок внутрішньої форми і мотивованості, виявлення мотиваційних зв'язків лексики різних тематичних груп та функціональних сфер, мотивованість як показник системності лексики (термінолексики) та ін.

Важливим аспектом опису мотиваційних відношень у лексиці є аналіз актуалізації мотиваційно зв'язаних слів у тексті (мотиваційно зв'язаними словами називаємо слова, які перебувають у відношеннях лексичної чи структурної мотивації і функціонують у межах речення (суміжних речень). Мотиваційно зв'язані слова досліджують у різних функціональних сферах (розмовне діалектне мовлення, публіцистика, художній стиль), вони можуть виконувати у комунікативній сфері як інформативні (класифікаційну, текстотвірну, системотвірну, метамовну та ін.), так і експресивно-емоційні (алітерація, анафора, антитеза, дисонанс, каламбур та ін.) функції [1: 374-377]. Мотиваційно зв'язаним словам приділено увагу у працях О.Й. Блінової, М.Д. Голева, Л.В. Дубіної, О.В. Найден, В.Г. Наумова, М.Н. Яценецької та ін. В українському мовознавстві у межах теорії мотивації таких досліджень немає (у деяких розвідках мотиваційно зв'язані слова розглядаються під іншим кутом зору (М.І.Голянич (внутрішня форма слова і художній текст) [2], О.О. Селіванова (ономасіологічна зв'язність) [3]). **Мета** пропонованого дослідження: опис типів актуалізації мотиваційних відношень (мотиваційно зв'язаних слів) у художньому дискурсі. Матеріалом послужили прозові та поетичні твори кінця ХХ – початку ХХІ ст.

Лінгвістичний аналіз актуалізованих у тексті мотиваційних відношень важливий насамперед для характеристики функціональних аспектів мовлення, з іншого боку, це дає змогу з'ясувати вплив функціональної сфери на саме явище мотивації [1: 80]. М.І. Голянич

зазначає (термінологічний комплекс *внутрішня форма разом із зовнішньою формою і значенням слова*, наведений у цитаті, умовно ототожнюємо з мотивацією): “У структурі амбівалентного архетипу “форма-зміст” внутрішньої форми слова разом із зовнішньою формою і значенням слова становить органічну єдність, взаємоперехідність компонентів якої забезпечує мовній одиниці динаміку самореалізації, що найповніше виявляється у синкретичному просторі художнього тексту.” [2: 162].

У текстах залежно від способу вираження ознаки у слові – мотиваційної чи класифікаційної (лексична чи структурна мотивація) – актуалізуються такі моделі мотиваційно зв’язаних слів:

1. Лексична мотивованість:

- спільнокореневі слова (твірне і похідне слово): “Небо було надто яскравим, *зелень* – надто *зеленою*.” [Роздобудько..., с.242];

- спільнокореневі слова, але не дериваційні ланцюжки: “Може, скоротити наше столичне письменство хоча б *наполовину*? А цю половину іще раз *переполовинити*?...” [Сом, Передай..., с..213].

2. Структурна мотивованість:

- одноструктурні слова: “Для їхнього товариства було важливо, хто народився в *середмісті*, хто в *передмісті*, а хто за межами стольного града.”

[Кононенко, Імітація, с..48].

Актуалізація мотиваційних відношень може бути неповною (у межах одного тексту актуалізуються відношення або лексичної, або структурної мотивації), або повною (у межах одного тексту актуалізуються відношення як лексичної, так і структурної мотивації), контактною (мотиваційно зв’язані слова розміщені суміжно) та дистантною (мотиваційно зв’язані слова розміщені у різних частинах речення).

Неповна актуалізація лексичних мотиваційних відношень в українському художньому дискурсі має здебільшого дистантний характер: “Я зіскочив з ліжка й пішов до кухні, закурив у *темряві*, дивлячись у вікно, побачив, як у *темній* воді скла спалахує мій червоний вогник, і увімкнув світло.” [Роздобудько, с..79]; “Не *судіть*, аби вас не *судили*. Адже яким *судом* будете *судити* – таким *судитимуть* і вас.” [Роздобудько, с..67]; “Бережися, Гуллівере! / У країні *ліліпутів* / хоч маленьке все, що є, / та цупкі павучі пута / *ліліпутиння* снує. / Бережися, Гуллівере! / В *ліліпутинні* суконнім / куций розум покрива / *ліліпутинні* закони, / *ліліпути* ні права. / Бережися Гуллівере! / Пий з дрібною хмільною, / тільки духом не змалій / на затоптаній шпаною / *ліліпутинній* землі. / Бережися, Гуллівере! / Котить хвилі шалапутні / *ліліпутина* юрма. / У країні *ліліпутів* / місця велету нема.” [Перебийніс, Пшеничний..., с..184] та ін.

Зазвичай, у текстах актуалізуються дериваційні ланцюжки: “...тим, у кого *олени* замерзають у квартирах, президент пропонує щільніше заклеювати вікна, а краще – замовляти склопакети у фірмі «Смерх», – продовжував начитувати останні новини телеведучий Ян Євський. – Ідея розвинути власну галузь *оленярства* накрилася мідним тазом! Учора вночі підступно була укладнена угода між *оленярами* Лапландії про пряме постачання цих тварин виключно до Росії.” [Роздобудько, с..393-394]; “Ще околиця *дрімала*, / а *покоси* голосили. / І розмашисто *косили* / на зорі / *косарі*.” [Перебийніс, Пшеничний..., с..20]; “Також, бо мені здається, що *професори ангелології*, тобто *професійні ангелологи* теж повинні це любити або просто повинні тут прогулюватися, уявляючи, ніби спілкуються з вічністю. Я загалом погано уявляю собі коло обов’язків професійного *ангелолога*, як і спосіб, у який можна вивчати *ангелів*.” [Сняданко, с.144], рідше актуалізуються спільнокореневі слова: “Ти моє нічне *пташеня* і ранкова *пташка* - шепоче у волосся розніжений чоловік і повертається до мене обличчям.” [Матіос, Чотири..., с..26]; “І в цей самий час *щурця* народжує *щуренят* зовсім близько від мене [Андрухович, Сьомга .... с.337]; “Як і кожна жінка, вона не мала наміру *старіти* за жодних умов і обставин, та, зрештою, в чій перспективні плани входить дочасне *старіння*?” [Матіос, Чотири..., с..37] та ін.

Є приклади контактної актуалізації лексичних мотиваційних відношень, вони, як правило, тавтологічні, саме тому нечастотні: “Хай лиш миті дарує мені почуття, / За якими

*буденність, щоденна облуда.*” [Покальчук, с.243]; “Калина у саду не нами зацвіте. / *Прощаннячко, прощай.* Ця місячна соната. / *Прощаннячко, прости...* Який скорботний сніг./ *Прощаннячко. Щока... Щока. І краплі м'яти. / І сіра пелена на перламутрі сліз...*” [Сапеляк, *Страсті...*, с.45]; „Сліпучо – срібна стрічка снігу... / *Сороки стрекіт стрішить стріху.* / *Село селянські слуха сни.* “ [Мойсієнко, *Мене...*, с.72], щоправда тавтологія, зазвичай, використовується як стилістичний прийом.

Фіксуємо випадок одночасно і контактної, і дистантної неповної актуалізації лексичних мотиваційних відношень: “...діти втягнуться в *ігровий* світ настільки, що забудуть про світ реальний і житимуть тільки задля того, щоб мати можливість поринути в нову *забавку.* *Бавитися* в створені *ігри* їм обом уже починало набридати.” [Сняданко, с.59].

Неповна актуалізація структурних мотиваційних відношень здебільшого контактна: “До того часу, поки не дійшов висновку: зрештою, всі прагнуть тільки одного – любові, а інакше кажучи – визнання. Ці пошуки можуть завести куди завгодно – до *тероризму, фемінізму, фашизму, будь-куди.*” [Роздобудько..., с.65]; “На дорогах зчинялися велетенські затори, працівники дорожньої інспекції не встигали *розплутувати, розитовхувати* і спрямовувати упряжі.” [Роздобудько..., с.383]; “Запам’ятай: ти дуже талановита. І маєш вистояти – *перечекати, перетерпіти.*” [Роздобудько..., с.44]; “Та врешті ось вона - / *ополячена, отуречена, / орусачена, онімечена / моя земля.*” [Перебийніс, *Пшеничний...*, с.6]; “Твої руки теплі / й манливо вологі кличуть пронизують / електрично *непевно незнано неспокійно / ненав’язливо незаклично / невизначено не...*” [Покальчук, ст.74]; “Як жаль, що сама я – не *знахарка, і не мольфарка, і не ворожбитка,* щоб відмовити і злити зло з нього, щоб вихопити – як украсти – *навіки, назавсім, сюди, собі на груди, у розпанахане щире серце.*” [Матіос, *Чотири ...*, с.20] та ін. Зафіксовано випадки актуалізації у тексті як контактної, так і дистантної структурної мотивації: “Очистив від скверни й *чорноти* – і виніс на такі осяйні вершини *захоплення й замилювання,* що пропав страх від *висоти.*” [Марія Матіос. *Чотири пори життя. Ранок життя. Учора нема ніде (уривок із роману) ст..23*].

Зафіксована також і неповна дистантна актуалізація структурних мотиваційних відношень: “Все-таки, думала я, так не буває: так довго жити одним очікуванням, так довго думати про когось – і потім зустрітись, і *не розчаруватись,* а навпаки, *зачаруватись* ще більше, ще довше, назавжди.” [Андрухович, *Сьомга ...*, с.294]; “До головного болю від усіх цих грошей та *недосипання* (чи, точніше, *не засипання*)” [Скороход, с.43] та ін. Дистантні мотиваційні відношення, актуалізовані у художньому тексті, можуть надавати йому яскраво вираженого стилістичного колориту, зокрема, іронічного: “У мене, природно, теж з’явилося відчуття, що це останній тиждень, після якого почнеться щось зовсім інше, справжнє, остаточне, безповоротне і хороше. І не доведеться більше витратити час на школу, яка тільки збиває з пантелику і розсосереджує, і я нарешті візьмусь до чогось потрібного і простого – можливо, я стану *швачкою,* або торгуватиму *жвачкою,* чи, може, займатимусь *жрачкою,* або керуватиму *тачкою,* або працюватиму *прачкою,* і гроші складатиму в *пачку* я, чи я стану якоюсь *співачкою,* або перелітною *качкою,* або мандрівною *морячкою,* або твесою *козачкою* (пане полковнику мій синьоокий), або звернуся калачиком – і мене можна буде якийсь час використовувати як подушку або шпаківню.” [Андрухович, *Сьомга...*, с.202]; “У тебе немає ілюзій, ніби він прийде. Бо його немає. Його треба *виростити, виховати, витягти, вибороти, відбити, відгодувати, видресирувати, пригорнути, прикохати, приколисати... прибити!*” [Кононенко, *Без...*, с.36] та ін.

Актуалізуються у текстах, крім афіксальних дериватів, ще й складні слова – похідні номінативні одиниці: “Приїхали в село *віників’язи.* Закупили *віниччя* на пні в колгоспі, *в’яжуть віники,* везуть у місто на продаж...” [Голота, *Епізодична...*, с.215]. Як зазначає О.О. Селіванова: “Ономасіологічний аспект майже завжди існує як частка семантичного, тому семна ітеративність (когезія) може актуалізуватися у номінативних перетвореннях або мотивуючих основ композита, або їх синтаксичних дериватів та споріднених слів...” [4: 235].

Повна актуалізація мотиваційних відношень (у текстах зафіксовано як структурно, так і лексично мотиваційно зв’язані слова) менш частотна, ніж неповна: “Гляньте знизу: / на карнізі / *мак* цвіте. / Немов за степ, – / ухопилася *мачинка* / за *піщинку,* / за *пильнку.*” [Перебийніс, *Пшеничний...*, с. 100]; “*Перегорів. Переболів. / Безсилля* віку

пересилив. / Лечу над порохом полів, / над сивим літом *перестиглим*.”[Перебийніс, Пшеничний..., с.198]; “*Львівські зими студені. / Одержимі студенти. / Інші. Сиві дерева. / Сивий дим. Сиві леви. / Ну а ми – левенята. / Нам громи доганяти... / Від навали, від лиха / нас ховала відлига. / Нам струмки щебетали / над стрімким сніготалом. / Відгуло. Відклекотіло. / Над чолом сянуло біло... / Львівські ватри. Заметілі. / Левенята посивілі.*”[Перебийніс, Пшеничний..., с.274]; „А мені ж не сонячно й не місячно, / А мені ж без Вас уже ніяк. / *Одинока* зірка в небі висянім... / Сад стоїть... І я в нім *одинак*. “[Мойсієнко, Мене..., с.27]; “Любити вуст твоїх світлу *невинність / Неприйдешність* зв’язку / *Неможливість* єднання / Любити тебе на відстані / На *позасвітній* нічогості / На лезі чистого променя / І втомлених очей каяття / Просто жити / За межами правил / І *світобудови* / Просто любити.”[Покальчук, с.43] та ін.

Особливо ілюстративними є випадки актуалізації структурної (у даному разі власне не словотворення, а формотворення, бо це дієприкметники як особлива форма дієслова), яка реалізована дванадцятьма одноструктурними словами, та лексичної мотивації, що є своєрідним ономазіологічним скрепом тексту: “Баба не втомлювалася переповідати їх, а з онукою вона вміла говорити між ділом – *пораючись* біля діжі чи біля печі, доячи корову. *Крутячи* ручку сепаратора чи *збиваючи* масло у дерев’яній *маслобійці*, *відтискаючи* сир і *гнітячи* його липовою дощечкою у марлевому, вивареному в солі ворочку, *печучи* млинці і *штрикаючи* гнучкою алюмінієвою виделкою в сиру *перепічку*, перед тим як посадити сковорідку в *піч*, *зриваючи* товсті соковиті цибуки на цибулі і *поливаючи* капусту, *вибираючи* огірки і *підполюючи* висадки на насіння, *напаляючи* сояшничиння на жлуктовий попіл і *полощучи* білизну...”[Голота, Епізодична..., с.104].

Отже, у текстах художнього стилю мовлення (українська художня проза і поезія кінця ХХ – початку ХІХ) нами зафіксовано випадки повної та неповної, а також контактної та дистантної актуалізації мотиваційно зв’язаних слів. Найчастотнішими є неповна лексична та неповна структурна (морфологічна) типи актуалізації мотиваційних відношень. У перспективі нашого дослідження – стилістичні функції мотиваційно зв’язаних слів в українському художньому дискурсі.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Блинова О.И. Мотивология и её аспекты. – 2-е изд., стереотип. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2007. – 394с.
2. Голянич М.І. Внутрішня форма слова і художній текст. – Монографія. – Івано-Франківськ: “Плаїт”, 1997. – 178 с.
3. Селіванова О.О. Складне слово: мовні моделі світу (основи зіставної композитології російської та української мов) / Селіванова О.О. – Черкаси : Підрозділ оперативного поліграфічного підприємства ЧНТЕІ, 1996. – 297 с
4. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716с..

#### ДЖЕРЕЛА ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ (З УМОВНИМИ СКОРОЧЕННЯМИ)

1. Андрухович, Сьомга... - Андрухович Софія. Сьомга. Роман. – К.: Нора Друк, 2007. – 352с.
2. Голота, Епізодична... - Голота Любов. Епізодична пам’ять: Роман. – К.6 Факт, 2007. – 288с.
3. Кононенко, Без... - Кононенко Євгенія. Без мужика. *Prosus nostalgos*. – Львів: Кальварія, 2005. – 208с.
4. Кононенко, Імітація... - Кононенко Євгенія. Імітація: *Роман*. – 2 вид., випр. – Львів: Кальварія, 2008. – 192с.
5. Матіос, Чотири... - Матіос Марія. Чотири пори життя. – Львів: ЛА «ПРАМІДА», 2009. – 264 с.
6. Мойсієнко, Мене... - Анатолій Мойсієнко. Мене любов’ю засвітили скрипки. – К.: Правда Ярославічів, 2006 – 160 с.
7. Перебийніс, Пшеничний... - Перебийніс П. М. Пшеничний годинник: Лірика. – К.: ВІК, 2005.-352с.
8. Покальчук -Покальчук, Вони... - Покальчук Юрко Вони кажуть. Поезії – Львів : Кальварія, 2002. – 160с.
9. Роздобудько... - Роздобудько І. Гудзик ; Все, що я хотіла сьогодні...; Оленіум: Романи / Худож.-оформлювач Л.Д. Киркач-Осіпова. – Харків : Фоліо, 2008. – 475с.
10. Сапеляк - Сапеляк С.Є. Страсті по любові: Поезії / автори вступних статей О. Борисенко, М. Ткачук; живопис В. Гончарові; Дизайн В. Носаня. – Х.: Майдан, 200. – 132с.
11. Скороход – Скороход Олександр Всесвіт // Дніпро. Літературно-художній журнал; лютий 2009 – С 5-93
12. Сом, Передай... - Сом М. Д. Передай кодолю! : Вірші, пісні, жарти, епітафії та придибенції / Передмова О. І. Жолдака, – К. : Укр.. письменник, 2007. – 286с.
13. Сняданко - Сняданко Н.Н. Сезонний розпродаж блондинок. – Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2005. –160с.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Наталія Савчук** – викладач кафедри практичного мовознавства Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

*Наукові інтереси:* мотивологія, стилістика української мови.

## ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ СТИЛЬ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Наталія БОГУШЕВСЬКА (Кіровоград, Україна)

*У статті розглянуто особливості публіцистичного стилю сучасної німецької мови, проаналізовано основні ознаки та мовні засоби публіцистичного стилю (на матеріалі німецької мови)*

*The article runs about the peculiarities of the publicistic style of the modern German language. The main features and language means of the publicistic style (based on the German language material) have been analyzed*

Стиль як будь-яка цілісна система, цілісний об'єкт являє собою синтез *підстави й умови*, що складає його онтологію, тобто його реальне існування; підстава визначає *сутність стилю*, умова – його *якісну природу і специфіку*.

- *Сутність стилю* – трудова, формотворча, пов'язана переважно з діяльністю спілкування, що, у свою чергу, погоджена з діяльністю по створенню змісту добутку. Це форма творчої праці. Праця як специфічно людська діяльність містить у собі естетичний початок, що визначає найсуттєвіші характеристики стилю – своєрідність, індивідуальність, а також естетичні якості форми як продукт творчої праці.

- *Якісна природа* стилю обумовлена виконанням практичної функції призначення, зв'язаної з активізацією духовного початку людини.

- *Якісна специфіка* стилю зумовлюється зазначеним середовищем функціонування мови, що визначає характер функції суб'єктивно-духовного впливу. Функціонування, тобто виконання якої-небудь функції, припускає наявність механізму створення цієї функції, механізму, що мотивований конкретно-історичними умовами способу створення цієї функції. Стиль і є таким механізмом функції суб'єктивно-духовного впливу. Якісна специфіка стилю як індивідуалізуючий фактор (*differentia specifica*) виступає змінною суб'єктивною категорією. Однак і в цій категорії можна, у свою чергу, виділити дві сторони: об'єктивну і суб'єктивну, характер яких визначається комунікацією.

Комунікація як предметна область стилю має широкий просторово-часовий діапазон. Людина живе в предметному світі, вона відноситься до світу через величезний арсенал культури, створеної попередніми поколіннями. Тому стилістична діяльність залежить від розвитку матеріальної і духовної культури визначеної епохи.

Мовний стиль відбиває ту чи іншу історичну епоху у формах словесних добутків. Стиль як схему форми, як тип надання форми змістові та мові створює не одна людина, а ціле покоління, причому окрема, належна до цього людина уже включена до пошуків такої форми. Тому подібна форма є також і об'єктивно загальна, що розкривається не в одному добуткові. В епоху «господарювання» певного стилю саме він визначає всі індивідуальні форми, при цьому визнає всі не цілком, але обов'язково у властивому йому напрямку.

Однак уся практична діяльність органічно пов'язана із суб'єктивною людською активністю. Тому в будь-якому виді людської діяльності при всьому її об'єктивно закономірному плині неминуче присутній елемент «авторства», хоча б і безособовий, а також дані про характер його діяльності, тому що особистість характеризується не тільки тим, що вона робить, але і тим, як вона це робить. Форма словесного добутку здатна представляти не тільки інформацію про предмет висловлювання, але і багато чого може повідомити про автора добутку як художнику, так і людині. У мові добутку зафіксована духовно-практична цілісність мовної діяльності автора, що виступає як оформлення мови (*Stilsprache*). Ця мова є своєрідним дзеркалом людської сутності не тільки адресанта, але й адресата мови, ця мова «по-людськи» говорить з людиною. Стиль – це тип оброблення мови, тип надання форми мові. Авторські особливості індивідуума прориваються через пануючу типову форму. Авторська, індивідуальна своєрідність здійснюються у рамках типу форми, у якому відбита відповідна культура, соціально-психологічне і навіть ідеологічне налаштування епохи.

Стиль у *функціональному, динамічному* аспекті – це суспільно усвідомлений і внутрішньо єдиний спосіб уживання мови, тобто принцип вибору і комбінування мовних засобів, що існує у вигляді внутрішньої динамічної форми і забезпечує реалізацію функції вираження емоційно-оцінного змісту і суб'єктивно-духовного впливу.

У предметному, апатичному аспекті стиль – це тип зовнішньої мовної форми добутку, обумовлений структурним виглядом зазначених вище функцій.

Кожний мовний жанр подається завжди у визначеному соціально-культурному контексті – у науковому, політичному, адміністративному, художньому і т.п.. Тільки в цих контекстах мовний жанр знаходить життя і зміст і перетворюється в цілісний словесний добуток. Такі соціально-культурні контексти називаються у стилістиці *функціональними стилями*.

Функціональний стиль – це функціональна система, система внутрішніх, схованих відносин і зв'язків явищ, у якій виявляються функції призначення і впливу словесного тексту. Поза цією системою зазначені функції мовного добутку не реалізуються.

Кожний з функціональних стилів, що являє собою особливу дійсність, організований усередині себе системою стійких форм, системою стереотипів, схем, узаконених традицій. Ця система, у свою чергу, являє собою сукупність наступних підсистем:

Підсистема змісту, що є результатом визначеного методу відображення (узагальнений тип змісту в офіційно-діловому стилі, абстрактний тип змісту в науковому стилі, образний – у словесно-художньому, конкретний – у повсякденному).

Підсистема функціонального змісту, поняття, відоме у лінгвістиці тексту як «тип тексту» («Textsorte»), наприклад: директивний, повчальний, пояснювальний і т.д..

Підсистема тонального фарбування, закріпленого за певним стилем. Тональне фарбування носить у рамках функціонального стилю об'єктивний характер. Вона співвідноситься із типом змісту і функції, наприклад, в офіційно-діловому стилі – ділова, нейтральна, урочисто-стверджувальна.

Підсистема типу мислення (описове, теоретичне, аналітичне) і обумовлений ним набір композиційно-мовних форм.

Діяльність по створенню словесного добутку і функціональні стилі як об'єктивні структури громадського життя утворюють синтез на основі взаємної додатковості. Механізм цілісного функціонування словесного добутку, тобто його сприйняття і вплив, є функцією двох аргументів: *функціонального стилю і діяльності суб'єкта*. Цей механізм є системою вживання мови у конкретному словесному добутку. Систему кожного функціонального стилю утворюють мовні жанри і стилі мовних жанрів, що стають елементами функціонального стилю як системи.

Функціональний стиль складається також з окремих частин, що називаються окремими підстилями або різновидами функціонального стилю (судовий, ораторський та ін.). Як принципи виділення цих частин можуть виступати різні критерії, наприклад, архітектонічні форми, що дають такі різновиди, як діалогічні, монологічні, політологічні; спосіб комунікації, що визначає письмовий та усний різновиди мови; тип адресата, що зумовлює, наприклад, академічний та науково-популярний різновиди наукового стилю.

Функціональний стиль може виступати як гомогенна форма (тільки науковий, тільки діловий), а може перетинатися з іншими стилями, один стиль може накладатися на інший і т.п., і у такий спосіб можуть виникати різні трансформації та переходи в рамках функціонального стилю. У межах однієї предметної області функціональний стиль уніфікує тип функціонування, тип поведінки кожного мовного жанру. У стилістиці німецької мови розрізняють п'ять основних функціональних стилів, що обслуговують відповідні сфери життя: *діловий, офіційно-діловий, науково-технічний, газетно-публіцистичний, повсякденний, словесно-художній*.

Усі згадані функціональні стилі виявляють визначену подібність і розходження. Останнє полягає у тому, що в науковому і словесно-художньому стилях головним є змістовна сторона, функціональна ж сторона відіграє додаткову роль; у газетно-публіцистичному, офіційно-діловому і побутовому стилях функціональна сторона є не менш значущою, ніж змістовна.

**Сфера використання** публіцистичного стилю – громадсько-політична, суспільно-культурна, виробнича діяльність, навчання.

**Основне призначення** – служити розв'язанню суспільно-політичних питань, активно впливати на читачів, переконувати у справедливості певної ідеї, спонукати їх до творчої діяльності, пропагувати прогресивні ідеї, учення, знання, здоровий спосіб життя.

Сфера використання і призначення публіцистичного стилю вплинули на формування його відповідних ознак: логізація та емоційна виразність, оцінка – соціально-політична, ідеологічна, естетична, моральна; пристрасне ставлення до предмета мовлення, змісту, інформації; поєднання точності висловленої інформації, наукових положень з емоційно-експресивною чи імперативною образністю художнього конкретно-чуттєвого бачення питання чи проблеми.

До **основних ознак публіцистичного стилю** належать:

Спрямованість на новизну.

Динамічність.

Достовірність, що виражає істинність суспільно-політичної інформації для її отримувачів, а також ступінь її засвоєння суспільством і, відповідно, пов'язана з такими її характеристиками, як повнота, глибина.

Повнота суспільно-політичної інформації, що виражає не всю інформацію, яку можна дістати з явища, про яке повідомляється, події, а лише найбільш суттєву, ту, яка може зумовити правильну реакцію та правильне прийняття рішення.

Оперативність та актуалізація сучасності, що є характеристиками суспільно-політичної інформації, яка виражає її ефективність у часі.

Інформаційність та оптимальність інформації, що являють собою комплексну характеристику, яка поєднує у єдину складну систему всі інші властивості інформації. Під оптимальною інформацією слід у даному випадку розуміти таку інформацію, яка веде, з одного боку, до вироблення оптимальної стратегії у процесі агітаційно-пропагандистської діяльності на основі врахування повної та точної інформації про адресат як об'єкт впливу, переконання, з іншого боку, - інформацію управління.

Політична, суспільна, морально-етична оцінка того, про що пишеться або говориться; синтез логізації та образності мовного вираження, що нагадує про близькість публіцистичного стилю до наукового і художнього.

Документально-фактична точність.

Декларативність.

Закличність.

Доступність і переконливість.

Авторська пристрасність.

Емоційність.

Агітаційно-пропагандистською функцією визначається високий ступінь її експресивності та емоційності, яка залежить від конкретної форми їх втілення, каналу зв'язку та специфіки мовного жанру. Емоції, які виражаються у коментарі, та почуття, виражені у закликах чи памфлетах, – різні за своїм характером і конкретним змістом. Вони різняться своєю психологічною сутністю та своїм формальним виявленням також у залежності від каналу зв'язку, який накладає свій відбиток на кожний мовний жанр як складовий його компонент.

Емоційно-експресивна функція газетно-публіцистичного стилю характеризується, перш за все, відкритою оцінкою тексту. На відміну від художніх творів у публіцистиці не підтекст, а сам текст цілком визначено виражає оцінююче відношення до фактів, що викладаються. Усе це висуває на передній план функцію впливу публіцистичних творів у її прямому призначенні – здійснювати духовний, ідеологічний вплив на читача.

Усі ці й інші ознаки створюють враження «багатостильовості» публіцистичного стилю, який настільки розростається й розгалужується поза власне публіцистичним, що підстилі дають підстави називати їх окремими стилями (газетним, журнальним, телевізійним тощо).

**Основні мовні засоби публіцистичного стилю** – це книжна лексика, що являє собою сплав елементів наукового, офіційно-ділового, художнього стилів. З одного боку, у ньому широко використовується суспільно-політична лексика, політичні заклики, гасла, точні найменування (подій, дат, учасників, місця), а з іншого – багатозначна образна лексика, що



здатна привернути увагу читача і вплинути на нього, художні засоби – тропи і фігури. Усі лексеми, як правило, чітко поділяються на позитивно-оціночні й негативно-оціночні. Навіть при художньому домислі в публіцистичному стилі авторське «я» збігається з фактичним мовцем.

Книжний характер цієї мови визначається тим, що вона виражає попередньо продуману та організовану цілісну інформацію. Основний стилістичний принцип організації мови у публіцистиці – поєднання стандарту та експресії.

Сфера застосування, призначення публіцистичного стилю і ознаки, яким він має відповідати, виробили у ньому певні **мовні форми** вираження. Насамперед до таких можна зарахувати **суспільно-політичну лексику**: як власне суспільно-політичну так і загальноживану, що часто вживається у суспільній сфері та набула такого контекстного значення: *Millieu, Niveau, apropos, vis-a-vis, Prinzip, Stimulus, Stagnation, Service, Konsequenzen ziehen, Diskrimination* [ 3:272].

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Алиаскарова Г.Ф. Сравнительный анализ неологизмов в русском и немецком языках// Автореферат. – Чебаксары, 2006.–37 с.
2. Английская лексикология в выдержках и извлечениях: Пособие для студентов пед. институтов (на англ. языке). – Изд. 2-е, Л.: «Просвещение», 1975.
3. Мальцева Д.Г. Фразеологические неологизмы в современном немецком языке// Иностранные языки в школе.–1991.– №6.–С.47-51.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Наталія Богушевська** – асистентка кафедри германської філології (секція німецької філології) Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* проблеми стилістики сучасної німецької мови.

## **PROBLEMS OF LEGAL ENGLISH COMPREHENSION**

**Ростислав ДМИТРАСЕВИЧ (Львів, Україна)**

*У статті розглядаються особливості англійських юридичних текстів та аналізуються способи полегшення їх розуміння.*

*The article focuses on the peculiarities of legal English and analyses the ways of its comprehension.*

Law is one of the most important social institutions. Its chief function is to regulate social behaviour in an optimally rational and reasonable manner in a given community. But at the same time it is an institution which depends on language and whose operations therefore also have a linguistic dimension. What could be a better example of "how to do things with words" than the language of the law?

In view of the importance of law in society, it is no surprise that scholars in many disciplines have taken an interest in legal language, trying to discover its characteristics through the methodologies of their own special fields. In addition to representatives of the legal profession itself, there are studies of law language by, for example, sociologists, psychologists, anthropologists and linguists. The sociologists and psychologists have, above all, been interested in the use of language in trial situations, where they have studied, for instance, the correlation between the social background of the parties involved and their use of language. The studies where the factors affecting and contributing to particular impressions of testimonials, as well as those where men's and women's language at court have been compared are also very interesting. To this list we could further add the work of anthropologists, who have made occasional observations of the language while studying the functions of law in different societies.

There are many reasons as to why linguists should be interested in legal language. One of the challenges is created by a basic conflict between the functions of law and language. There is an inherent element of vagueness in natural languages, but the law sets extremely strict demands on the language it uses. How such properties of text as specificity, exactness and clarity are achieved is a linguistic problem. Considering that language is so crucial for law, it is astonishing that linguists have become seriously interested in the topic only quite recently.

It is natural that the choice of themes should depend on what has been done and what remains to be done. For this reason, some aspects that ought to be included in a historical account of legal English have been left aside, while others, which may perhaps be regarded as more marginal, have been included, because they have not been discussed elsewhere. One of the most interesting questions is the history of legal English, which has mostly been studied only in terms of loanwords, whether Norse, Latin or French. In spite of the restrictions in the scope of the study caused by such factors as those mentioned above, it is hoped that the problems of legal English will receive a sufficiently broad-based treatment to facilitate an understanding both of the socio-historical and socio-linguistic development of the genre and of its present-day features and problems.

In earlier times legal documents made few concessions to the convenience of the reader as far as visual arrangement was concerned. Their content was usually set down as a solid block of script, consisting of extremely long sentences. When it came to reading and understanding such lengthy passages typographical devices provided but little assistance: e.g. punctuation, which, if not completely absent, was sketchy and haphazard.

The manifold effects of tradition can still be seen in legal documents, but in the use of layout and other graphic devices to indicate the structure, content and logical progression of the text there have been important developments. This applies especially to statutes, which contain many provisions and subprovisions. In modern laws these are set out in an orderly manner, readily available for reference. The US Public Contract (2001), for instance, consists of ten chapters, each of them containing a number of sections and subsections. The smallest unit is often an indented part of a sentence indicated by a lower-case letter. Each section and subsection is numbered to facilitate reading and cross-reference. All sections carry a heading in the margin.

As far as the punctuation is concerned, it has, to some extent, followed the general pattern, whose original purpose was to indicate a pause in oral reading, and not so much the grammatical or logical structure of the text. Until the eighteenth century it remained little more than a prop to oral reading. But legal documents were not meant to be read aloud, and that partly explains the thinness of their punctuation. Another reason is that conventional punctuation may specify too much. Although a more extensive use of punctuation as a guide to the structure and appropriate reading of the text would be helpful, it is felt that the drawbacks outweigh the advantages. The practice is that punctuation should not be taken into account in interpreting the written statutes.

With the visual component of texts increasingly important to discourse analysts forensic linguists in cases involving forms may want to consider document design in their analysis. This attention to written presentation may mirror a similar concern with the oral presentation of jury instructions which are fully given only at the end of trials and usually delivered in a formal, oral monotone. Yet research on document design has, like research on the difficulties of jury instructions, been available for more than 30 years. Research on document design – in technical reports, insurance and credit documents, and government forms – gathered impetus during the Carter presidency. Researchers at the Document Design Center at the American Institutes for Research and the Carnegie Mellon University Communications Design Center put together interdisciplinary groups to study communication problems as well as ways to meet Carter's "plain language" policy. Researchers on both of these projects, as well as those working at Georgetown University's Applied Linguistics Center and other document designers, worked – and some continue to work – with government agencies such as the Veterans Administration, the Social Security Administration including the section administering Medicare, the Internal Revenue Service, and the Federal Communications Commission [2: 40]. The Immigration and Naturalization Service participated in a Document Design Project during the Carter administration, and it is likely that the 'you' language referring to the applicant dates from that period, but their contemporary forms demonstrate little impact of that research. The Reagan administration rescinded the "plain language" policy, substituting the Paperwork Reduction Act – which focused on loss of business and citizen time on forms.

Standard document-design principles have emerged, the most important of which emphasises the reading audience of the document. Other corollary principles are that good design helps readers locate information, that good design emphasises the most important content, and that the best test of good design involves readers' comprehension and satisfaction after reading the document. Design

principles also include organisational patterns such as aligning related elements to one another, providing contrasts in looks – typeface and size, placement on page, white space establishing hierarchy, placing related items in proximity to one another and repeating design elements to establish document coherence.

The purpose of legislative writing, on which we have been concentrating, is to impose obligations and to confer rights, which means that it is highly directive. The various obligations, rights, permissions and prohibitions must be expressed as precisely, clearly and unambiguously as possible. On the other hand, legislative writing ought to be inclusive enough to cover a maximally wide variety of different circumstances. Since court decisions depend on the clarity of legislation, it is understandable that there must be a deliberate aim at disambiguation in legal English especially because natural language can be said to be a breeding ground of ambiguity.

Our purpose in this context is to pay attention to some aspects of legal English by which disambiguation can be achieved.

Dictionaries usually define ambiguity in terms of vagueness or uncertainty of meaning, equivocal expression or statement that may be interpreted in more than one way. Ambiguity can be phonological, lexical or syntactic. Examples of ambiguities are naturally difficult to find in legislative language because deliberate measures are taken to avoid them; and in any case, ambiguity is likely to arise only when there is a particular context, a case, to which the provisions of the law are applied. Some ambiguity avoidance techniques are briefly reviewed below.

#### Disambiguation in the vocabulary

The range of the vocabulary in legal English is extremely wide since almost anything may become the subject of legislation. In the wide range of vocabulary there are common words with uncommon meanings as well as words going back to Old and Middle English, Latin, Old French and Anglo-Norman. One characteristic is the use of terms. Lawyers prefer these because they are specific and serve as a kind of shorthand in legal communication. From the legal terminology, where they were first defined, many words have been adopted into more general use (e.g. *alibi*, *appeal*, *bail*, *defendant* and many others).

In trying to achieve precision and inclusiveness at the same time legislative language also uses, in addition to technical terms, words such as *all*, *none*, *never*, *unavoidable*, *uniform*, *whoever*, *whenever* and the like.

#### Disambiguation in syntax

One of the most important measures of a document's comprehensibility by readers is the complexity of the sentences in the document. While readability formulas typically count sentence length, sentence complexity is a more accurate measure of a likely reader difficulty. Linguists are likely to prefer methods that count the number of clauses embedded into a single sentence comparing that document to other types of documents as well as comparing it to spoken conversation. As we know, the more clauses a sentence has, the more difficult it is for readers to comprehend and the longer it takes to do so. Psycholinguistic researchers established as early as the 1970s that processing time increased with each clause embedded into a sentence [1; 2; 3].

#### Legal cases

Legal cases form the most significant part of a law specialist's reading list whether he is a law student or a practising lawyer. Cases assume importance because law courts follow their previous judgments within more or less well-defined limits. This means that cases are generally decided the same way if the material facts are the same. But this does not mean that all the facts of the case must recur in order for an earlier judgment to become relevant to the subsequent ones. In fact, legally material facts might recur, and it is these facts that legal specialists are generally concerned with. Legal cases are abridged versions of court judgments, which are very elaborate and detailed. These cases are summarized by various case writers for the benefit of specialists. There may be a large variety of versions written by various authors for different purposes; some can be very detailed and others very brief, but most are written to serve a definite purpose.

#### Communicative purpose

Legal cases are used in the law classroom, the lawyer's office and in the courtroom as well. They are essential tools used in the law classroom to train students in the skills of legal reasoning, argumentation and decision-making. Cases represent the complexity of relationship between the

facts of the world outsider on the one hand, and the model world of rights and obligations, permissions and prohibitions, on the other.

The cases, therefore, represent the most potent instrument to train the learner of law in legal reasoning, argumentation and decision-making. In the process of studying these cases act as guides as to what line of reasoning a lawyer should take and also as appropriate authorities either in favour of or against that line of reasoning. In the courtroom, cases function as legal authorities along with legislative provisions. They can be used both ways, to argue for a particular conclusion or against it. However, one thing that is common to all the three situations is the important role of cases in the negotiation of justice as well as in legal education. Cases in legal contexts serve four major communicative purposes:

1. In their full form (also referred to as legal judgments), as in Law Reports, cases serve as authentic records of past judgments. In this form they are taken as faithful records of all the facts of the case, the arguments of the judge, his reasoning, the judgment he arrives at and the way he does it, the kind of authority and evidence he uses and the way he distinguishes the present case from others cited as evidence either by him or by the opposing lawyers.

2. Legal judgments (including legal cases) also serve another important function. The judgments and the rule of law (*ratio decidendi*, in legal terminology) derived are meant to serve as precedents for subsequent cases, and are generally used as evidence in favour of or against a particular line of argument or decision.

3. Cases, as reported in some case books are meant to serve as reminders to legal experts, who use them in their arguments in the classroom or in the court or law. These versions are generally very brief and contain nothing more than the essential material facts and the decision of the judge.

4. Cases also serve as illustrations of certain points or law. Such cases are carefully selected and appropriately abridged. They form an important part of a law student's bibliography. They are generally abridged in casebooks and are also used prominently in law textbooks in support of or against a particular point of view. Law students learn the law from such cases.

V. J. Bhatia introduces the notion of easification as an alternative to simplification [1: 209]. Easification, as he points out, attempts to make the text more accessible to the learner by using a variety of what he calls easification devices, the purpose of which is to guide the reader through the text without making any drastic changes to the content or linguistic form of the text, thus maintaining its generic integrity. He suggests a wide range of easification devices to make an authentic text more easily accessible to the reader depending upon the nature of the genre which the text represents, and the purpose of reading. Easification is not only a technique for text presentation, he points out, but also a learning strategy which helps the learner to simplify the text for himself, depending upon his background knowledge of the subject matter and of the language. These concepts of easification and generic integrity have useful applications in teaching and in language reform, particularly in the designing of public documents.

The fact is that radical reforms suggested by the plain-language campaign are seen as demands which amount to transgression of the generic integrity of the whole tradition in legislative writing. There seem to be two possibilities open to the concerned parties. One is to use easification devices, to make legislation more easily accessible to a larger specialist audience without, in any serious manner, neutralizing the generic integrity of legislative statements. The other possibility is to create popular versions of these documents in plain language for a lay audience, so that we may have two different versions for two very different sets of readership: an authentic and authoritative one which has been "easified" in a number of ways, for specialist use; and another popular one for the lay audience, for information and education.

Legal writing in general, and legislative documents in particular, present specific psycholinguistic problems in their processing and comprehension. Unlike many other areas of specialist writing, it is neither possible nor appropriate to tamper with the original documents to make them easily accessible to a wide range of lay readership. However, it is possible to make such texts more reader friendly without simplifying their content or form. This can be done by using easification devices, which provide an access structure around the text to help the reader to process the text appropriately without sacrificing its originality, authenticity or generic integrity.

One major problem that legislative texts pose to a non-specialist reader is the depth and complexity of modification. Many of these modifications appear in those syntactic positions where they create discontinuities in the structure of the legislative statement. The syntactic structure of a typical legislative statement must be understood in terms of a complex interplay of qualifications and the main provisionary clause. The most serious obstacle to a clear understanding of these legislative documents, therefore, is the complexity of syntactic structure, which can be overcome by clarifying the cognitive structuring underlying the provisions. The analysis of cognitive structuring presents another way of achieving the same clarity of cognitive structuring: the main provisionary clause and the remaining sections give the attendant qualifications, which make the provision operative.

The second serious obstacle to the comprehension of legislative statements is the high density of information at a particular point in the syntactic structure of the legislative sentence. The tension between simplicity and clarity on the one hand, and certainty of legal effect on the other, is very common in all legal systems. The demand for all-inclusiveness resulting in excessive elaboration comes not only from the Government and the instructing department but also from Parliament itself.

The third easification device that can make legislative writing more easily accessible without endangering its generic integrity is the use of statements of purpose to explain and clarify the legislative intent at various levels, particularly in the case of complex contingencies. This will tell readers, specialists and nonspecialists alike, what the law or any section of it is about.

The main thrust of plain-language documents has been to press for language reform for the benefit of ordinary citizens. The citizens, who are supposed to abide by legislation, have a right to understand the laws which govern their daily activities. Unfortunately, however, laws are unintelligible to a large section of the people who are supposed to abide by them. As a matter of fact, we must realize that legislative documents are written for two very different audiences, and that they have different communicative purposes. The specialists, who include lawyers, judges, government executive officers, need to be able to understand and interpret laws in order to negotiate and implement justice. Ordinary citizens, on the other hand, need to be aware of laws in order to be able to avoid violating them. In the sciences, there is a fairly well-established tradition to produce two different versions of scientific reports: one for fellow scientists and the other for popular consumption by science enthusiasts. A somewhat similar tradition needs to be firmly established in the legislative setting as well. There has been some effort in this direction in the past few years, but much more needs to be done.

In the study of contemporary law texts we concentrated on two aspects of statuses: complexity and disambiguation. These are not unrelated concepts in the sense that complexity is partly due to an effort to disambiguate. How these characteristics of importance for legal language are manifested linguistically, is one of the problems that we have tried to approach in the present study.

Finally, the attempt was made to look into the future, where – it is anticipated campaigns for simpler legal language will gain in importance. Simplification, contrary is in itself a most complicated process, involving not only revision of the surface language but also taking into consideration the psycholinguistic aspects of processing and comprehension. Research in these fields is actively being pursued and will in time give us valuable information that can be applied in translating complex texts into simpler ones. On a more practical level, the plain language campaigners will have to face a great deal of resistance on the part of those who support the traditional form of legal language.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Bhatia B.J. *Analysing Genre: Language Use in Professional Settings*. – London: Longman, 1993.
2. Cotterill J. *Language in the Legal Process*. – Palgrave Macmillan Ltd, 2002.
3. Hiltunen R. *Chapters on Legal English: Aspects past and present of the language of the law*. – Helsinki: Suomal. Tiedeakat., 1990.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ростислав Дмитрасевич** – асистент кафедри іноземних мов факультету міжнародних відносин Львівського національного університету імені Івана Франка.

*Наукові інтереси:* англійська юридична термінологія.

## ГАЗЕТНИЙ ЗАГОЛОВОК ЯК ОДИНИЦЯ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Юлія ФЕДОРОВА (Маріуполь, Україна)

*У статті розглянуто англомовний газетний заголовок, визначенні основні функції заголовку, а також наведені й проаналізовані приклади перекладу англомовного заголовку на українську мову.*

*This article is devoted to English headlines and their functions. There are also given and analyzed examples of translation from English into Ukrainian.*

Газетний заголовок як специфічне лінгвістичне явище – предмет багатьох наукових робіт. В якості об'єкта дослідження дуже часто привертає увагу англійський газетний заголовок. Переклад заголовку можна вважати окремою проблемою перекладознавства, від рішення якої, в більшій мірі, залежить «доля» всього іноземного тексту.

**Актуальність нашого дослідження** зумовлена високим соціально-культурним чинником. Новим явищем в газетних заголовках присвячено чимало досліджень, але питання про механізми та закономірності цих змін ще й досить залишається відкритим. Особливий інтерес представляє розширення можливостей англійського газетного заголовку та ускладнення його перекладу й адаптації в окремому менталітеті нації.

**Новизна нашої роботи** полягає в послідовному вивченні та аналізі англійського газетного заголовку, а також в описі нових стратегій та тенденцій перекладу газетного заголовку на українську та російську мови.

Мета дослідження зумовила виявити такі **завдання**: 1) розгляд та аналіз сучасного англомовного газетного заголовку у діячій та його переклад на українську та російську мови; 2) визначення ролі перекладу в еволюції газетного заголовку; 3) розгляд нових тенденцій у перекладі сучасного англійського газетного заголовку.

Проблема визначення англомовного газетного заголовку завжди була цікавим об'єктом для вивчення та дискусії багатьма вченими, такими як І.В. Арнольд, Е.А. Лазарева, Н.В. Шевченко та інші.

Отже, на перший план виходить визначення поняття «заголовок». Як вважає В.М. Ронгінський, «заголовок – це речення (або комплекс речень), які виконують функцію назви твору (або його частини), що стоять перед текстом твору й відображають деяку сторону його ідейно-тематичного змісту» [8: 15]. В.С. Мужев також не відокремлює назву від поняття «текст»: «Заголовок – це цілісна одиниця мови, яка стоїть перед тестом, яка вказує на зміст цього тексту та відокремлює даний відрізок мови від інших» [7: 87]. І.Р. Гальперін відносить заголовок до жанру газетної інформації на ряду з короткими зведеннями новин, реклами, об'явами та редакційними статтями [2: 45]. При цьому обговорюється можливість використання трьох або чотирьох заголовків до однієї статті. Кожний наступний при цьому друкується меншим шрифтом, ніж попередній та всі разом вони складають резюме до статті.

І.В. Арнольд зробила суттєвий внесок до розуміння та трактування ролі заголовку дослідження в області такого принципу висунення, як сильна позиція [1: 28].

Багато лінгвістів, які вивчали змістовну сторону заголовку, в один голос говорять о тісному зв'язку заголовку та тексту, о цілковитій залежності назви писемного твору від контексту [3] та підкреслюють основні вехи тексту, які розкриваються вже в озаглавленому тексті [5]. Крім цього, в науці розповсюджена точка зору про зміну ролі заголовку на різних етапах сприйняття тексту. Н.В. Шевченко вважає як обов'язковий признак завершеності тексту [9: 137]. На його думку, заголовок – це компонент тексту, який з одного боку, володіє можливістю обмежувати текст, а з іншого, наділяти його завершеністю. Це ведуча й найголовніша позиція заголовку, яке «не тільки являється сигналом, який направляє увагу читача на перспективне висловлення думки, але й ставить рамки такому висловленню» [9: 140].

Е.А. Лазарева у своїй роботі «Заголовок в газеті» виказує думку, що «заголовок виступає як домінуюча функція тексту», метою якої є надати чітке уявлення про зміст повідомлення

та звернути на нього увагу. В газетному заголовку зосереджена вся дійсність та всі найважливіші пункти повідомлення в легкій та стиснутій формі [6]. Відмічається також, що газетний заголовок повинен бути максимально коротким, помітним, не дуже ясным, для того, щоб заінтригувати читача, який бігло переглядає багато англомовних газет.

Призначення заголовків не вичерпується завданням надати чіткий огляд змісту інформації або узагальнення його, що можна було б зробити з меншою затратою місця на газетній полосі. Суть очевидно інша: привернути увагу читача, побудити його інтерес до матеріалу, що друкується. Необхідно також відмітити той факт, що на думку багатьох лінгвістів, які займаються вивченням мови газетної публіцистики, остання неухильно трансформується в направленні все більшої доступності, використовуючи ресурси народної мови. Як вважає відомий автор словника розмовних ідіом Ф. Вуд [11: 75], «розмовна мова зараз використовується в пресі». У зв'язку із зовнішньою (радіо, телебачення) та внутрішньою (між газетами та журналами) конкуренцією, а також окремим зниженням етико-стилістичних норм мови під впливом прогресуючої демократизації спілкування у Великій Британії, США та інших країнах, автори газетних матеріалів дотримуються вже змінених канонів подачі матеріалу, які на думку У. Райверса, зводяться до «трьох китів» – ясність, простота та сила. В свою чергу, їх найбільша повна реалізація зорієнтована на загальнонародні мовні звички та смаки, на широке використання ресурсів розмовного стилю. Не випадково в якості превалюючої стильової риси сьогоденних газет являється неофіційний стиль написання (*informal writing*). Тенденції до розмовності на рівні дискурсу достатньо очевидно простежуються, якщо зробити спробу проаналізувати заголовки англійських газет та журналів.

Спостереження показують, що на відміну від мови радіо та телебачення, мова преси являється відносно вузько орієнтовані на окремі категорії споживачів (читачів), і у зв'язку з цим, простежуються плавні переходи від максимально жорстких (офіційних, регламентованих) до невимушених, розмовних і навіть сленгових форм у рамках зіставних жанрів. З іншого боку, в рамках кожної з газет простежується «пом'якшення» мови по мірі «пом'якшення» жанру. Звичайно, можна було б (умовно) говорити про пом'якшення мови (*softening of discourse*) у двох вимірах: горизонтальному та вертикальному. Мається на увазі, що горизонтальна градація газетної мови у Великій Британії реалізується відомим розподілом преси на якісну або серйозну (*quality*): *The Times*, *The Financial Times*, *The Guardian*, *The Independent* та популярні або масові (*popular*): *The Sunday Times*, *The Daily Mirror*, *The Sun*, *The People*, *The Daily Express*. Вертикальне «пом'якшення» мови простежується при направленості аналізу від жанру редакційного коментаря до жанру світської хроніки, листів читачів.

Треба визнати, що нічого несподіваного в цьому немає. Горизонтальна градація мови преси (від «серйозної» до «масової»), спрощення подачі матеріалу, заміна складних та нагромаджених граматичних конструкцій більш доступними, а офіційних книжково-писемних слів та виразів нейтральними та розмовними в принципі не відрізняється від того, що відмічається й в інших сферах використання живої літературної мови.

Як відмічає Майкл Свон [10: 409], заголовки англомовних газет представляють деякі ускладнення для розуміння. Основна мета заголовку – не просто передати зміст статті або повідомлення, а й заінтригувати, здивувати покупця, зумовити його купити ту чи іншу газету та прочитати статтю і при цьому забезпечити компресію інформації. Цим пояснюється й особливості відбору лексики та синтаксичних структур. Газетні заголовки представляють великий інтерес як матеріал для дослідження компресії інформації. Наприклад, аналізуючи такий заголовок як «*Good News from Latin America or Bad News from the States?*» можна визначити його функцію як інтригуючу, яка заохочує читача до окремого розуміння змісту, викликає здивування, але не дозволяє зробити висновок щодо змісту повідомлення. Цій заголовку представлено з двох протилежних точок зору («*Good News*» та «*Bad News*»), а у зв'язку з тим, що даний заголовок має знак питання, то він являється незавершеною думкою автора статті, метою якого було зробити інтригу для читача й «примусити» його ознайомитись з даною статтею. Використання в англомовному заголовку прислів'я діє на читача як своєрідний покликання до окремої дії або застереження. Так, наприклад, заголовок

статті «Better Safe than Sorry with Swine Flu» («Береженого Бог береже») фокусує увагу читача щодо методів безпеки від свинячого грипу, а саме, використання марлевих пов'язок, усунення контактів із хворими та не зневажання профілактичними методами. У наступних прикладах заголовки виконують оцінюючу функцію за допомогою експліцитних або імпліцитних засобів, даючи оцінку адресантом подій, про які висвітлюється у газетній статті. Наприклад: *A Lousy Diplomat, Still More Tawdry Tales, Lucky Duck*. У наведених прикладах прикметники *lousy, tawdry* надають заголовкам негативну оцінку, а прикметник *lucky* – позитивну, тобто адресант оказує прямий вплив на сприйняття інформації адресатом.

Отже, підходячи до висновку, слід відмітити, що тематика та аналіз англомовних заголовків та їх адаптація в українському перекладі виступає актуальною темою для дослідження, а також, дуже цікавим об'єктом щодо стилістичних прийомів та трансформації у перекладі.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арнольд І.В. Стилистика. Современный английский язык. – М.: «Флинта», «Наука», 2002.
2. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка. М.: «Высшая школа», 1981. –С.45.
3. Ильенко С.Г. О специфике второстепенных членов в неполных предложениях. – Л., 1958.
4. Кузнец М.Д. и Скрбнев Ю.М. Стилистика английского языка. – Л.: Учпедгиз, 1960.– 173с.
5. Кукушкина А.Т. Понятие репрезентации в современном немецком языке. – Горький, 1961.
6. Лазарева Э.А. Заголовки в газете. – Свердловск: Издательство Уральского Университета, 1989.
7. Мужев В.С. О функциях газетных заголовков // Ученые записки МГПИИЯ им. Мориса Тореза. – Т. 55. – М., 1970.
8. Ронгинский В.М. Синтаксические модели заголовков и их использование в различных стилях речи : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / В. М. Ронгинский; [АН УССР]. Киев, 1965. – 20 с.
9. Шевченко Н.В. Основы лингвистики текста. – Саратов, 2000.
10. Swan M. Practical English Usage. – М., 1992.
11. Wood F. The Dictionary of English Colloquial Idioms. – Lnd., 1979.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Юлія Федорова – аспірант Запорізького національного університету.

Наукові інтереси: перекладознавство.

## ***NON-NARRATIVE STRUCTURE OF ALICE WALKER'S SHORT STORY "ROSELILY"***

**Любов ХРУЩ (Тернопіль, Україна)**

*Стаття присвячена аналізу вільного непрямого дискурсу, а саме неоповідної структури короткого оповідання Еліс Уокер "Roselily". У роботі розглянуто поняття 'потоків свідомості', як нарративної структури та виділено основні аспекти вживання авторкою даної оповідної організації художнього тексту.*

*The article deals with the study of non-narrative structure of fiction. The analysis is carried out on the basis of Alice Walker's short story "Roselily". The notion of 'stream of consciousness' technique is thoroughly analyzed in the paper and the key aspects of its application in the short story are emphasized.*

The article is dedicated to thorough analysis of narrative structure of Alice Walker's short story "Roselily". The piece of writing aims at establishing comprehensible statements about non-conventional short story structure, which highly employs free associative style of thinking. Particular emphasis is laid on the concept of nonlinear or disrupted narrative employed in fiction.

This study deals with stream of consciousness as a narration technique in story writing and psychological content of Alice Walker's short story "Roselily" respectively. The article is based on two sides: the first one that tells about the concept of the term stream of consciousness and the second, which is an applied side of the notion that could be read in Alice Walker's short story "Roselily".

Our attention will be particularly drawn to the notion of stream of consciousness technique. As this narrative mode is the object of our investigation, we should analyze the main features of presented narrative strategy. Firstly, it should be mentioned that stream of consciousness technique is often regarded as interior monologue that seeks to portray individual point of view. This literary technique is characterized by associative leaps that make the work difficult to follow, as it requires from the reader to trace a character's fragmentary thoughts and sensory feelings. Stream of consciousness technique is closely connected with nonlinear structure, which is also traditionally puts the emphasis on character as a strategy for describing a personality free of constraints imposed



by linear, goal-oriented plot. We, thus, may want to focus on the character's whole life or the character may have a nonmaterial goal or spiritual need compelling him/her to act that doesn't easily translate into tangible, goal-oriented action to dominate the plot, but nevertheless can serve as the basis for a strong thematic unity.

Stream of consciousness is almost an indispensable term in modern literary criticism. The concept of stream of consciousness was first advocated by American psychologist and philosopher William James in his book *Principles of Psychology* (1890). Later, Henri Bergson and Sigmund Freud developed the concept theoretically. In the field of literary criticism, M. H. Abrams gives a definition of stream of consciousness: "... the unbroken flow of perceptions, thoughts, and feelings in the waking mind" [2].

John Mepham points out that "stream of consciousness writing aims to provide a textual equivalent to the stream of a fictional character's consciousness. It creates the impression that the reader is eavesdropping on the flow of conscious experience in the character's mind, gaining intimate access to their private "thoughts". It involves presenting in the form of written text something that is neither entirely verbal nor textual" [3].

Consequently, the term that can be applied for the non-narrative structure of the Alice Walker's story "Roselily" is stream of consciousness. We can indisputably state that the author uses this technique to capture the way the human mind works in a rush of interwoven thoughts, impressions, and memories. But the emphasis should be laid on the nature of human mind, which is the mind of a woman, who is alienated from her own culture.

Owen G. Mordaunt in the article *Respectability Restored in Abioseh Nicol's 'The Truly Married Woman' Echoed in Alice Walker's 'Roselily'* states that the stream of consciousness technique is artfully employed by Walker weaving together Roselily's life: past, present, and future. This method of telling, affirms Owen G. Mordaunt, is suited to the mood of story and gives it unity and cohesion. The structural framework for the story is a marriage ceremony and, as the author of the article points out, is skillfully told in the sequence of the marriage vows. [4: 12]

It should be also mentioned that some critics have also discussed the experimental qualities of narrative strategy of the story. Critic Hall finds the irony of alternating Roselily's thoughts with the words of the wedding ceremony "heavy-handed," but concludes "the device does work in this story." Barbara Christian, in *The Contrary Women of Alice Walker* notes the narrator's use of the third person pronoun *she* to represent Roselily's own thoughts, and suggests, "even in Roselily's mind, the being who wonders about, questions this day of triumph, is both herself, and yet not herself."

But we do not agree with the above mentioned statements and would like to present our view on the use of non-narrative strategy in the story. Analyzing the point of view of the story, it should be first outlined that "Roselily" is told in the present tense by a limited third-person narrator. The narrator is not the protagonist herself, she just reports what she thinks and sees. Thus, the reader sees everything clearly through heroine's eyes, and, consequently, everything is interpreted through the filters of Roselily's own experiences. The images and thoughts presented by the narrator are not direct but reflect mere impressions and aren't in focus. This fact doesn't undermine the emotional cohesion of the story as the readers build their own picture of the heroine's life and the preacher's words present the background.

Alice Walker didn't put any direct action into the story, thus concentrating the reader's attentions on the introspective narrative. The story has been broken into segments with each segment beginning with a line from the wedding ceremony. These parts are chaotic and disconnected we should say but each thought series is whole within itself. We can easily experience the heroine's mental and emotional life through a pattern of free associations, which are ordered and suggested by the preacher's words.

Thus, we can state that the ritual speech of the minister is the only direct talk in the story, which serves like a framework for the actions. It triggers Roselily's distant past images and thoughts about her future. Each series of thoughts runs through her mind by degrees while the preacher is reciting the familiar refrain from *Dearly, beloved to forever hold his peace*. Some scholars affirm that due to this non-narrative construction, "Roselily" is more like a poem than a conventional short story that develops logically and sequentially, in full sentences and paragraphs.

Nonlinear fiction of Alice Walker uses a specific action to frame the plot. This framing action creates continuity in the structure and establishes a context in which to tell the story. As the separate episodes shatter normal (sequential) time by intercutting the past, present and future, the framing action produces a unified flow in a specific plot. With this Alice Walker allows the readers to orient themselves in the story.

Alice Walker leads us into the mind of the female protagonist. We can read the entire story of Roselily's life but that is our task, as a reader, to put the pieces and details together into a sequential narrative of heroine's life, which are not presented chronologically. We know nothing of how the other people are feeling or thinking. We get all our images of the characters through Roselily. Even her self-image is part of the characterization. It gives a very intense feeling present throughout the whole story, and the only thing that breaks through her worries and thoughts is the voice of the priest as he reads.

Employing stream of consciousness mode, Alice Walker focuses on the emotional and psychological processes that are taking place in the minds of her character Roselily. Important character traits are revealed through an exploration of what is going on in the mind of the protagonist. A special feature of the story is that the medium of non-narrative strategy permits Alice Walker to place her reader inside the mind of her heroine to experience her thoughts and feelings. The entire story is delivered through the consciousness of the subject of writing, the heroine Roselily.

In this short story, heroine's stream of consciousness enables the reader to go deep into her life, her thoughts and her personality. "Memories crash against her. Memories of being bare to the sun. She wonders what it will be like. Not to have to go to a job. Not to work in the sewing plant." [2: 457]. It serves as a line to link the whole story together and constitutes its main content. "She dreams dragging herself across the world. ... She feels ignorant, wrong, backward" [2: 458].

Hence we can see that Roselily's movements from idea to idea are triggered not only by the minister's words but by outside noises, by physical sensations, and by memories connecting to other memories. "She dreams she does not already have three children. A squeeze around the flowers in her hands chokes off three and four and five years of breath. Instantly she is ashamed and frightened in her superstition" [2: 458].

This specific excerpt from the story shows the whole psychological process inside Roselily's mind: "She thinks of the man who will be her future husband, feels shut away from him because of the stiff severity of his plain black suit. His religion. A lifetime of black and white. Of veils. Covered head. It is as if her children are already gone from her. Not dead but exalted on a pedestal, a stalk that has no roots. She wonders how to make new roots. It's beyond her. She wanders what one does with memories in a brand-new life. This had seemed easy, until she thought of it. "The reasons why... the people who"... she thinks, and does not wonder where the thought is from [1: 456].

The non-narrative structure is used to build up the theme of loneliness and alienation. As she stands beside her future husband filled with doubt, there is no one in the crowd who senses what she is feeling. She feels no connection to the people she is leaving or to the man she is leaving with. "Something strains upward behind her eyes. She thinks of the soothing as a rat trapped, cornered, scurrying to and fro in her head, peering through the windows of here yes. She wants to live for once. But doesn't know quite what does it means" [2: 457]. Having delved deep into the mind of the heroine, we can clearly see that, unlike other Alice Walker's female characters, Roselily accepts her entrapment.

Alice Walker uses a style called the stream of consciousness in her short story "Roselily". With the help of this non-narrative technique the author was able to reveal the life of her protagonist with the help of uncovering her thoughts and emotions. We can learn about the present, past and even the future of the main character. By employing such technique, the author, in our opinion, is particularly able to portray the thoughts and inner world of Afro-American woman to the fullest. Thus, the writer presents the style of writing that can be characterized as dual tone of voice; ranting tone. We can see that the entire text is a description of Roselily's immediate thoughts when she hears words from the wedding ceremony. It should also be emphasized that the structure of the story is nonlinear, a collection of short paragraphs or stanzas that float as freely as Roselily's

consciousness. They are not chronological, nor are they arranged in a sequence shaped by cause and effect. Some of the passages respond directly to the bits of wedding ceremony that come before them, but many do not. Some scholars point out that the paragraphs in the story accumulate in the reader's mind like pieces of a collage or a stained-glass window. Moreover, literary critic Cynthia Bily points that the whole is greater than the sum of its parts, but the parts themselves could be gently shifted, rearranged.[1]

In addition, it necessary to stress that many literary scholars have been debating whether "Roselily" is a short story or a poem. But we believe that prose fiction is not only the message but also the medium at the same time, the way a message is conveyed.

Having analyzed the narrative nature of the story "Roselily", we'd like to specify the key points, which should be considered and taken into account while reading the short story by Alice Walker. They are the following: each paragraph begins with well-known lines from wedding ceremony, consequently creating a framework for the work; repetitive use of the phrases like 'she wonders', 'she thinks', 'she believes' intensify the emotional and psychological atmosphere and add to the depth of stream of consciousness technique; slowing effect of the time is created by elongated thought process between lines from the wedding ceremony. As the ceremony goes on it seems to us the readers that the whole life of the main heroine must be flashing before her eyes.

Further research of the current subject matter will refer to the study of such linguistic problems as text cohesion and sequential narration. Our attention will be particularly drawn to cohesion (lexical or referential) and its decisive role in an individual comprehension of a text.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Cynthia Bily Short Stories for Students. – GaleGroup, 2001.
2. Gordon J. B. Kuehner K. Fiction – Introduction to the Short Story. – Lincolnwood, Illinois: Contemporary Publishing Group, 1998. – P.454-460
3. Mephram J. Stream of consciousness // The Literary Encyclopedia. – New York, 2003.
4. Mordaunt O.G. Respectability Restored in Abioseh Nicol's 'The Truly Married Woman' Echoed in Alice Walker's 'Roselily' // International Third World Studies Journal and Review. – 2002. – №13. – P. 11-15

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Любов Хрущ** – асистент кафедри англійської філології Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка.

*Наукові інтереси:* гендерна лінгвістика лінгвістичні особливості відображення психології жінки в творах Афро-американських письменниць.

## ПОНЯТИЕ «УЧЕБНЫЙ ТЕКСТ» В НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

**Людмила МАЛЬЦЕВА (Горловка, Україна)**

*У даній статті піднімається питання про місце навчального тексту в науковій літературі. Стаття охоплює різні тлумачення даного терміну. Розрізняються поняття «навчальний дискурс» та «навчальна мова» та показано їх зв'язок з навчальним текстом.*

*The article deals with the problem of an academic text in scientific literature. The article covers different interpretations of this term. The terms "academic discourse", "academic speech" and their mutual dependence are also taken into consideration.*

В последние годы принято говорить о тексте как о главном объекте лингвистики. Имеется довольно большое количество работ, посвященных исследованию текста (обычно художественного) в различных его аспектах. В меньшей степени исследован текст специальный, в том числе учебный (УТ). Языковые особенности УТ активно изучаются как в лингвистике, так и в лингводидактике, психологии.

Цель данной статьи – определить место учебного текста в научной литературе; рассмотреть, как связаны между собой такие понятия, как «учебный текст», «учебный дискурс» и «учебная речь»; изучить языковые особенности учебного текста как основной содержательной единицы обучения.

Вполне очевидно, что любой текст, который является необходимым для обучения и представляет интерес для преподавания и освоения той или иной дисциплины, является учебным. УТ можно рассматривать в широком и узком понимании: в широком – это вся доступная наблюдению информация, представленная в учебнике, а в узком –

зафиксированный в письменной форме отрезок речи, представляющий собой некое смысловое единство.

Необходимо отметить, что учебный текст как продукт устной и письменной речевой деятельности человека является основной формой существования языка, хранения и передачи культуры, знания и незнания. УТ был и остается основной содержательной единицей обучения, поэтому важнейшей его характеристикой является наличие образовательного, культурологического, воспитывающего и развивающего потенциала. Из этого следует, что предназначение учебного текста – хранить информацию, культуру, а также воздействовать на сознание обучаемых.

Из вышесказанного следует, что учебный текст должен воплощать в себе целостную систему деятельности учащегося, а также содержать компоненты, обеспечивающие восприятие заключенной в нем информации.

Учебный текст – это прежде всего текст обучающий. Следовательно, он должен включать средства, благодаря которым деятельность школьника / студента стимулируется, мотивируется, программируется и реализуется, приводя, в конечном счете, к достижению целей, стоящих перед учебным процессом.

Отметим, что учебный текст имеет полифункциональную природу: во-первых, он содержит учебную информацию; во-вторых, является носителем общих и профессиональных знаний, культуры, элементом сознания и, в-третьих, текст имплицитно содержит способы и методы овладения учебной информацией и культурными ценностями. Посредством специальной организации учебного текста можно воздействовать на ум, чувства, эмоции и сознание обучаемых, формировать их общую и информационную культуру.

Учебный текст являлся объектом анализа многих лингвистов.

А.Э. Бабайлова, исследуя текст вообще и учебный текст в частности, пишет: «Учебный текст – это единица обучения текстовой деятельности, учебной текстовой коммуникации. Это текст, организованный в дидактических целях в смысло-содержательном, языковом и композиционном отношениях в единую систему, часть совокупной информации учебника, предназначенной для управляемого становления текстовой деятельности, на основе которой дается система знаний по определенной дисциплине, прививаются умения и навыки людям определенной группы (возрастной, национальной и т.д.) на определенном этапе обучения» [2: 130].

Подчеркивая обучающую роль текстов, Т.М. Дридзе замечает: «Через тексты обучаемый приобщается к знаниям, социальным ценностям и нормам, к разнообразным сведениям, накопленным людьми в ходе практической и теоретической деятельности, что важно ему для участия в социальной жизни, для совместной с другими людьми социальной деятельности; поэтому столь значимым является то, войдут ли полученные знания в картину мира, сформированную в сознании индивида, и какое место отвел человек каждому конкретному тексту в общей системе своих знаний и представлений об окружающем мире» [7: 240].

Более широкое признание получило высказывание Л.П. Добраева о том, что «учебный текст – это не просто источник готовых знаний, подлежащих запоминанию, а прежде всего источник познавательных задач или проблем, которые надо уметь обнаружить и решить» [8: 115].

Л. Рис определяет учебный текст как линейную последовательность языковых знаков, которая представляет собой целостное сообщение (монолог) или соответствует определенной ситуации (диалог), реже является рядом языковых знаков (слов, словосочетаний, предложений) без общей коммуникативной функции и без связи с определенной ситуацией. В первом случае можно говорить о коммуникативном учебном тексте, во втором – о некомуникативном учебном тексте, выполняющем специфические учебные, дидактические функции.

Чешская исследовательница Г. Жофкова также исходит из широкого понимания учебного текста, охватывающего весь текстовый материал учебника (тексты, упражнения, презентацию). «Такое понимание, – пишет автор, – дает возможность решать проблему роли и места учебного текста в общей концепции учебника, охватить (зарегистрировать) весь процесс становления речевой деятельности» [9: 5].

Из вышесказанного сделать вывод, что учебный текст - это воплощение способов деятельности, в процессе которой формируется сознание обучаемых.

Учебные тексты могут быть учебно-познавательными и профессионально-направленными. Учебный материал в них должен содержать и культурологическую составляющую (духовные и жизненные ценности), быть ориентированным на реализацию межпредметных связей, быть современным, актуальным, представлять интерес для обучаемых.

Таким образом, учебный текст выполняет информативную, когнитивную и креативную функции. Они реализуются в процессе выполнения обучаемым определенных заданий, например, по отбору необходимой информации для себя. Тем самым формируется мировоззрение, присваиваются культурные, личностные смыслы, происходит сознательное овладение сокровищами языка. В противном случае формально вышколенный ум, не приобщенный к личностному знанию, бесполезен для научного прогресса.

Итак, все сказанное выше дает нам право утверждать, что учебный текст является, во-первых, главной содержательной единицей обучения, т. к. он выполняет очень важные образовательные, воспитательные и развивающие задачи; во-вторых, УТ является важной составляющей учебного дискурса, где наличествуют два основных участника – учащийся и учебный текст. В учебном дискурсе – диалоге двух культур: обучаемого и самого текста – происходит формирование общей и информационной культуры обучаемого.

Отсюда следует, что учебный дискурс является коммуникативно-познавательным процессом, направленным на формирование личностных смыслов и сознания учащихся, приобретение рефлексивных свойств, развитие эмоций. Преимуществом учебной дискурсивной деятельности является ее эвристический характер, способствующий реализации творческих способностей обучаемых и развивающий умение создавать свои собственные «встречные» тексты – дискурсы (написание докладов, рефератов, тезисов, резюме и др.).

Необходимо обратить внимание на то, что «учебный текст» и «учебный дискурс» непосредственно связаны друг с другом и функционируют параллельно друг с другом. Нередко понятие «дискурс» определяется лингвистами через «текст». Текст по отношению к дискурсу может рассматриваться как его фрагмент, как элементарная (базовая) единица, считают В.А. Звегинцев и Г.В. Степанов. По мнению Н.Д. Арутюновой, П. Серио и др., дискурс - это целый текст или совокупность объединенных каким-либо признаком текстов [1: 136]. Э. Бенвенист и И.Н. Борисова считают, что текст также может рассматриваться как определенный результат функционирования дискурса, а Т.М. Николаева приравнивает его к дискурсу [11: 97].

Понятие «учебный текст» нередко соотносится с «учебной речью», так как с собственно лингвистической точки зрения дискурс мыслится как речь, вписанная в коммуникативную ситуацию, как вид речевой коммуникации, как единица общения. По определению Н.Д. Арутюновой, «дискурс – это речь, погруженная в жизнь» [1: 25].

Учебная речь – разновидность научной речи, имеющая особую сферу применения: она используется в процессе передачи и усвоения знаний, то есть в процессе обучения. Являясь разновидностью научной, учебная речь обладает рядом особенностей, главная из которых – обучающая направленность высказывания. Чтобы овладеть законами выражения мысли в учебной речи, необходимо хорошо знать коммуникативные ситуации, в которые попадает человек в разные периоды жизни в связи с тем или иным этапом своего воспитания и обучения.

Е.А. Селиванова описывает текст, речь и дискурс как объекты лингвистической теории текста и коммуникации, и, следовательно, речь рассматривается как средство коммуникации, текст – как целостная форма организации коммуникации, дискурс как коммуникативное событие, ситуация, включающая текст и другие составляющие.

Таким образом, рассмотрев взаимосвязанные, функционирующие рядом друг с другом и невозможные друг без друга понятия «учебный текст», «учебный дискурс» и «учебная речь», мы можем сделать вывод, что учебный текст – это неотъемлемая часть учебного дискурса, а

учебная речь, в свою очередь, – это одна из сторон учебного дискурса, так как последний в определенной коммуникативной ситуации – это и есть речь.

Следовательно, учебный текст – это актуализация учебного дискурса в контексте учебно-педагогического общения.

УТ предназначен для передачи устоявшихся в науке знаний. А.Р. Габидуллина выделяет здесь когнитивную (онтологическую), гносеологическую (методологическую) и прагматическую разновидности информации. Онтологический (предметный) аспект знания соотносится с результатом познавательной деятельности, т. е. знанием, рассматриваемым в его логико-семантической онтологии как данное, когда можно обнаружить установленные связи между элементами, иначе говоря, знанием, рассматриваемым с учетом его логического компонента. Онтологическое знание выступает, как правило, в форме понятий, выраженных терминосистемой учебной дисциплины. Гносеологический (методологический) аспект знания рассматривается как способ формирования новых понятий, обоснования и интерпретации основных и уточняющих понятий, т. е. способ установления логико-семантических отношений между ними. Если онтологический аспект связан со знаниями о мире, то содержание методологического аспекта заключается в знании о знаниях. В УТ функционирует и прагматическая информация. Посредством нее автор автор “встраивает” в содержательный план речи разнообразные по своему характеру и сфере действия прагматические значения [6: 160].

Мы должны обратить наше внимание и на организацию УТ, которые в учебном дискурсе функционируют в виде учебно-научных и дидактических текстов. Рассмотрим особенности каждой разновидности.

Учебно-научный текст (УНТ) соответствует логике программы обучения, которая, в свою очередь, соответствует преподаваемой науке, адаптирован к содержанию обучения в целях его понимания. УНТ обладает последовательным разворачиванием контекста от известного к неизвестному, от простого к сложному, от частного к общему, полнотой и глубиной рассмотрения материала, описания изучаемого вопроса. Данный текст аранжирован вопросами для усвоения и закрепления полученных знаний при чтении учебника. Учебно-научный текст обладает избыточностью, то есть текст включает в себя эмоционально-воздействующие элементы (сравнения, метафоры, гиперболы).

УТ – это обычно поликодовый текст. Помимо вербальных знаков (морфем, слов, предложений), в нем используются пиктографические изображения, изменение цвета, шрифтовое выделение.

Дидактические тексты – это тексты изучаемой на занятии лингвокультуры – оригинальные или адаптированные, связанные интертекстуальной прецедентностью. Они используются с целью формирования у учащихся социокультурной компетенции и имеют не только образовательные, но и воспитательные функции. Дидактические тексты еще несут в себе следы естественной коммуникации, но, будучи погруженными в обучающую среду, приобретают специфические черты, становясь предметом интерпретации, воспроизводства и образцом для построения вторичных текстов учащихся. Следует отметить, что в структуре дискурса только учебный текст определяет границы, содержание и специфику взаимодействия коммуникантов.

Иноязычные дидактические тексты либо выступают в форме адаптированного УТ, либо, будучи заново созданными составителями, делятся на две группы: «живые», подпадающие под жанровую классификацию реальных сфер общения, либо «неживые», не существующие в реальной речевой практике носителей языка.

При обучении языку УТ выполняет две специфические функции: демонстрирует употребление языковых единиц разных уровней (Т.С. Кудрявцева называет такие тексты демонстраторами) и служит эталоном реальных речевых произведений (тексты-образцы). Эти две основные функции находят отражение в языковом оформлении УТ. С одной стороны, лингвистические характеристики учебных текстов могут существенно отличаться от того, что встречается в реальных текстах, когда тексты выполняют первую из названных функций. А с другой, выступая в функции эталона реальных речевых произведений, учебный текст должен иметь такие же характеристики, как и моделируемые тексты.

Итак, всякий учебный текст важен не сам по себе, а как средство обучения, развития и воспитания учащихся. Для учебника должно быть характерно такое изложение материала, в котором вводимые новые понятия сопровождаются описанием. Именно оно делает текст учебным.

Учебный метатекст включает также формулировки учебных заданий, вопросов, инструкции, алгоритмы и т. д. Кроме того, автор УТ управляет вниманием адресата с помощью невербальных средств, в том числе иллюстраций, схем, таблиц, шрифтовых выделений, разрядки и т. д. Ряд авторов уделяет серьезное внимание различным способам адаптации учебного материала к возрастным, психологическим и др. особенностям аудитории.

По отношению к учителю текст выступает как продукт его деятельности, а по отношению к ученику - как источник информации, как объект изучения и понимания. Для учителя текст является средством обучения, а для ученика – объектом. Соответственно, своеобразие учебного текста с точки зрения его отношения к учебному процессу состоит в том, что он одновременно является и объектом, и средством обучения.

Несмотря на большой объем лингвистических (преимущественно стилистических) исследований УТ, многое осталось «за кадром». Недостаточно полно, на наш взгляд, описана жанровая специфика УТ; мало работ, посвященных текстолово-дискурсивным категориям учебного текста, практически отсутствуют публикации, характеризующие учебные тексты школьников. Это свидетельствует о недостаточной разработанности заявленного нами объекта исследования.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. –685 с.
2. Бабайлова А. Э. Текст как продукт, средство и объект коммуникации при обучении неродному языку. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 1987. –152 с.
3. Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М.: URSS, 2002. – 446 с.
4. Борисова И.Н. Русский разговорный диалог: структура и динамика. – М.: URSS, 2007. – 317 с.
5. Вербицкая М.В. Теория вторичных текстов: на материале современного английского языка. – М.: Изд-во МГУ, 2000. –220 с.
6. Габидуллина А.Р. Учебно-педагогический дискурс. – Горловка: ГППИИЯ, 2009. – 292 с.
7. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: проблемы семиосоциопсихологии. – М.: Наука, 1984. –302 с.
8. Добраев Л.П. Смысловая структура учебного текста и проблемы его понимания. - М.: Педагогика, 1982. –171 с.
9. Жофкова Г. Роль и место учебного текста в концепции учебника русского языка как иностранного // Стереотипность и творчество в тексте: межвузовский сборник научных трудов. – Пермь, 1999. – С. 2– 9.
10. Майданова Л. М. Речевая интенция и типология вторичных текстов. – Екатеринбург: Полиграфист, 1994. С. 81–104.
11. Николаева Т.М. Лингвистика текста: Современное состояние и перспективы // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.8: Лингвистика текста. – М.: Прогресс, 1978.
12. Рожанский И. Д. Античная наука. – М.: Наука, 1980. – 130 с.
13. Реферовская Е.А. Коммуникативная структура текста в лексико-грамматическом аспекте. – Л.: Наука, 1989. – 135 с.
14. Сахарный Л.В. Введение в психолингвистику. – Л.: ЛГУ, 1989. – 180 с.
15. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографич. учеб. пособие. – К.: Фитосоциоцентр, 2002. – 336 с.
16. Сорокин Ю.А. Психолингвистические аспекты изучения текста. – М. Наука, 1985. – 150 с.
17. Сунцова Н. Л. Лингвистическая модель порождения вторичного текста: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. - М., 1999. – 21 с.
18. Щерба Л.В. Языковая и речевая деятельность – М.: УРСС, 2004. – 427 с.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Людмила Мальцева** – здобувач кафедри мовознавства і російської мови Горлівського державного педагогічного інституту іноземних мов.

*Наукові інтереси:* лінгвістика тексту.

## **ВЛИЯНИЕ ЯЗЫКА РОМАНА А.Н. ТОЛСТОГО «ПЕТР ПЕРВЫЙ» НА ХАРАКТЕР ЯЗЫКОВОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЖЕЙ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ Б. АКУНИНА**

**Нина СИЗИКОВА (Белгород, Россия)**

*У статті розглядаються мовні особливості творів Б. Акуніна, на стиль оповідання яких зробив значний вплив роман «Петро Перший» О.М. Толстого. Зокрема, у мовному вирішенні особи героїв у своїх творах Б. Акунін слідує за О.М. Толстим.*

*The linguistic features of works by B. Akunin are studied in the article. B. Akunin's individual style was considerably influenced by O.M. Tolstoi's novel «Peter I». In particular, B. Akunin follows O.M. Tolstoi's style while depicting verbal personalities of heroes in his works.*

Русская классическая литература оставила нам в наследство не только необозримое богатство русского языка, но и систему воззрений, ценностей, представлений о человеке в контексте эпохи и социального пространства.

Рядовой читатель, обременённый тысячами насущных забот, редко ищет в архивных документах следы ушедших эпох. Однако прошедшие времена и ушедшие в небытие люди встают перед читателями как живые на страницах лучших образцов исторических повестей и романов. Одним из таких произведений является роман А.Н. Толстого «Петр Первый». Несмотря на то, что в задачи нашего исследования входит рассмотрение особенностей реализации языковой личности в «историко-ироническом детективе» (на материале произведений Б. Акунина), представляется небезынтесным обращение к проблеме языковой личности в романе А.Н. Толстого, поскольку это произведение, со всей очевидностью, оказало значительное влияние на создание Б. Акуниным некоторых его романов, в первую очередь, романа «Турецкий гамбит».

Ставя перед собой цель проанализировать средства создания языковых личностей персонажей в произведениях Б. Акунина, мы полагаем, что концепция языковой личности, выдвинутая Ю.Н. Карауловым, обладает наибольшей объективностью для понимания исследуемого феномена и предлагает наиболее продуктивные пути его анализа.

Так, Ю.Н. Караулов утверждает, что современные представления о языке как объекте языкознания основываются на четырёх фундаментальных его свойствах: исторически обусловленном характере развития, психической природе, системно-структурных основах его устройства, социально обусловленном характере возникновения и употребления [2: 3-11].

Б. Акунин следует за А.Н. Толстым именно в приёмах воссоздания колорита описываемой эпохи, её языка, причём не отказываясь от средств современного языка. Отметим, что герои А.Н. Толстого как вымышленные, так и реально существовавшие выписаны настолько живо, что после прочтения романа создаётся впечатление, что они могли жить, чувствовать, говорить именно так, как представил это писатель, и никак иначе.

Для А.Н. Толстого характерна широта охвата языкового материала, художественного проникновения во все его пласты, в многообразии его диалектных, классовых, социальных, профессиональных подсистем. Поскольку писатель освещает события через призму восприятия разных героев, в результате возникает живое многоголосье монументальных произведений А.Н. Толстого в пределах ярко выраженного своеобразия художественного языка. Это многообразие речи и создаёт впечатление естественности, полноты и широты охвата действительности, раскрываемой в её многоцветности и движении. В зависимости от характера повествования автор задействует все разновидности национального языка; книжно-литературный, эпистолярный, фольклорный, просторечный. Однако их использование подчинено образно-эмоциональным задачам искусства, входя составной частью в единую изобразительную систему.

При этом для произведений А.Н. Толстого характерно органическое слияние общего исторического колорита с индивидуальным своеобразием речи героев. Богатству человеческих характеров в его творчестве соответствует и разнообразие выразительных средств языка. Проблему собственной речи персонажей художник разрешал как важнейшую, необходимую часть создания целостного типического образа.



Так, например, одним из эпизодических персонажей романа А.Н. Толстого является князь Роман Борисович Буйносов. Сцена первого знакомства читателя с этим персонажем изобилует внутренними монологами, несобственно-прямой и «условно-интериоризированной» речью. Наиболее широко используется несобственно-прямая речь, представляющая собой законченные отрезки текста, где вводные фразы принадлежат автору, а последующие дословно передают ход мыслей персонажа.

Дискурс Буйносова:

*в одном исподнем сидел на краю постели, кряхтя, почёсывался и грудь, и подмышками. Но сторон привычке лез в бороду, но отдёргивал руку: брито, колко. протнемо... Уа-ха-ха-ха-а... – позёвывал, глядя, в мутное оконце [3: 373-374],*

*Угрюмо поглядел на платье, брошенное с вечера на лавку: шерстяные, бабьи. Поперёк полосатые чулки, короткие штаны жмут спереди и сзади, зелёный, как из жести, кафтан с галуном. На гвозде – вороной парик, из него палками пыль-то не выколотишь. Зачем всё это? [3: 374],*

*Роман Борисович больше фыркал в ладони, чем мылся, - противно такое бритьё, колючее мыть [3: 374].*

*Переступил с ноги на ногу, – вспомнил, как в последний день его. напоивши вином до изумления, спустив штаны, посад пан в лукошко с яйцами... И не смешно вовсе... Жена видела. Мишка видел... [3:376]*

*... удивился, приоткрыл рот, – неужто не хотят платить? [3: 377]*

*Бровкинский полотняный завод давно не давал покоя Роману Борисовичу, Сенка чуть ли не каждый день поминеш про него: явно хотел на этом деле уворовать немало [3: 378],*

*С неохотой Роман Борисович вылез из-за стола – делать галант гостье: трясти перед собой шляпой, лягать ногами... А перед кем ломаться-то князю Буйносову! Эту боярыню Волкову семь лет назад Санькой звали, сопли рваным подолом вытирала [3: 381].*

*Роман Борисович, посидев за столом, велел заложить возок, ехать на службу, в приказ Большого дворца. Ныне всем сказано служить. Будет мало на Москве приказного люда. Дворян посадили скрипеть перьями. А сам весь в дегтю, в табачище, топором тюкает, с мужиками сивуху пьёт [3: 384],*

Писатель перевоплощается в своего персонажа, вводной фразой настраивая читателя на мысли действующего лица. Очевидно, что автор иронически сочувствует своему персонажу, всё вокруг бедняге не по нутру.

И люди ведут себя не так, как в старину: бояр позорят, бороду бреют, дворян в приказ сажают бумаги писать, крестьяне подати платить не хотят, безродные купцы в люди выбиваются и так далее, и так далее. Дочери распустились совсем: «*Пришлось делать в доме политес. Княгиня Авдотья по глупости только всему удивлялась, но девки сразу стали смелы, дерзки, придирчивы. Подай им того и этого. Вышивать не хотят. Сидят, с утра разодевшись, делают плезир. – пьют чай и кофей*» [3: 380].

Не дают отцу по старинке выпить с утра водки, закусить привычной едой. И хотя отцовская власть ещё не совсем: разрушена (можно еще прикрикнуть на дочь: «*Молчи, кобылица. ... ай плётку возьму*»), но чувствует бедный князь, что почва уплывает у него из-под ног.

Вся утренняя сцена в доме князя Буйносова проникнута добрым юмором. С одной стороны, автор сочувствует своему герою, с другой стороны, добродушно посмеивается над

ним, над его домочадцами – дочерьми, которые, раздевшись, «делают плезир»; над бедной княгиней Авдотьей, сбитой с толку переменами в доме (о сыне она говорит: «Арифметику, батюшка, заучает. Уж не знаю, что с головкой-то его будет» [3: 381], над вороватым приказчиком Сенькой.

Автором используется лексика, характерная для времени начала единоличного правления Петра I, когда в обиход стали входить иностранные слова, взятые из французского, немецкого, голландского, английского языков: «плезир». «кофе», «мутер», «фатер», «куафа», «куафер», «бонжур». При этом иностранные слова изменяются так, как это характерно для русского языка («учит политесу», «политес изрядный»).

Равным образом. Б. Акунин использует в своём романе иностранную речь, только в его произведении иностранной для героя становится русская речь, отдельные слова которой он вводит для создания колорита эпохи: «*po-schaliwali*», «*kruzchalo*», «*tselowalnik*», «*sobatchitza*», «*lagatza*» и т.д.

А.Н. Толстой умело включает в речь героев архаизмы и устаревшие обороты речи: «князь Роман, княж Борисов, сын Буйносов» (читателю с первых строк становится ясно, что герой держится любезной его сердцу старины), «ради адского соблазна писаная», «гиль», «холоп», «полушка», «милостивец», «зело», просторечные слова и выражения: «паскудная», «морда», «кобылица», «слёзы прыгнут». В речи толстовских героев все эти слова переплетаются так затейливо, что невозможно читать без смеха: «Вон висит на тесовой стене где бы ничему не висеть голландская, ради адского соблазна писанная, паскудная девка с забранным подолом. Царь велел в опочивальне повесить не то насмех, не то в наказание» [3: 374].

В одном предложении соседствуют и церковная лексика («ради адского соблазна писанная»), и просторечие («паскудная девка с заданным подолом»), и литературный язык («царь велел в опочивальне не то на смех, не то в наказание». По-своему оригинально у А.Н. Толстого разговаривают все действующие лица: лакей Мишка: «Царь-государь приказали боярыне и боярынях! с утро кофей пить, так и варим» [3: 375]; мужики, «поставленные на правёж:» за неуплату долга: «Милостивец, Роман Борисович, да нет у нас... Ей-богу, хлеб до рождества съест... Скотину, что ли возьми, – разве можно эдакую муку терпеть...» [3: 379]; князь Роман Буйносов: «С государем сидели, думу думали, - вот какие были наши заботы... А тут не рад и проснуться», «Так, так, за дело, насыть ещё» [1: 378-379], княгиня Авдотья: «Да, поешь ты, батюшка, волю» [3: 381]; дочери князя: «Ах, ах, девы! Гости приехали... Вчерась опять в конюшне на балалайке куртаже делал и в карты по носам бился» [3: 381].

По мнению А.Н. Толстого, взаимосвязь и взаимопроникновение разговорной речи и литературного языка являются основой их постоянного развития и совершенствования, поскольку язык художественной литературы, оказывающий огромное объединяющее и нормирующее воздействие на разговорную речь, в то же время не может сам развиваться без непрерывной связи со своим главным источником – живым современным разговорным языком.

Всего на нескольких страницах А.Н. Толстой даёт великолепную зарисовку жизни патриархальной московской боярской семьи с многочисленными домочадцами, челядью, устоями, привычками. Вековой покой, который всколыхнул мощный ураган петровских перемен. Часть людей всеми силами цепляется за старое, кто-то удачно вписывается в новые жизненные обстоятельства, И везде перед нами – живые люди. Со своими переживаниями, мыслями, поступками. И за каждым из них – автор, с помощью богатых языковых средств передающий дух изображаемого времени и создающий впечатляющие художественные образы персонажей.

Использование тех же приёмов мы можем наблюдать и у Б. Акунина. Он, как и А.Н. Толстой, вкрапляет в речь своих персонажей архаизмы: «терем», «сени», «царев стольник», «полтина», «тать», выражения, характеризующие реальные исторические лица и понятные любому человеку, жившему в описываемое время: «нарышкинский волчонок» (о Петре I), «Воренок» (о сыне Лже-дмитрия и Марины Мнишек).

У Б. Акунина каждый персонаж также вносит свою лепту в создание колорита эпохи: безымянный царский стольник: «*Батюшка Ефрем Силыч... Всего две свечечки-то и взял, псалтирь священную почитать. Не выдавай, Христом-Богом молю!*» [3: 250]; дьяк, диктующий писцу: «*А ежели оный воевода мздоимство не прекратит, заковать аго в железа и доставить в Москву, в Разбойный приказ...*» [3: 251]; царский шут: «*Как не слышать, царь-батюшка. Ума пала тушка... Это бабка-яга, .железна кочерга. Прыг да скок с приступки на шесток. Ух-ух-ух, сейчас наскочет, бока защекочет*» [3: 252]; царевна Софья: «*Любушка мой. ненаглядный, да я для тебя что хочешь...*» [3: 254].

Безусловно, используемые А.Н. Толстым приёмы: изображения эпохи, которая описывается в романе «Петр 1», нашли применение в романах Б. Акунина, герои которого обитают почти в том же историческом пространстве.

При этом в текстах Б. Акунина исторический колорит более условен, чем у А.Н. Толстого. Именно благодаря большей доле разговорного языка, что соответствует потребностям времени, автор всегда пишет с расчётом на лёгкость восприятия его произведения определенной читательской аудиторией.

Последовательно рассматривая языковые личности главных персонажей произведений Б. Акунина, можно сделать вывод о широте языковой личности самого автора. Писатель, изобретший жанр историко-иронического детектива, блестяще использует приёмы создания достоверных языковых личностей персонажей путем тщательной проработки речевых характеристик.

В результате складывается особый язык произведений Б. Акунина, богатый и многоплановый. Языковые возможности автора – блестящего страноведа и лингвиста, хорошо знающего русскую и мировую историю, – дают возможность его героям жить максимально правдоподобной жизнью и делают его произведения остроумными и захватывающими, привлекая внимание многочисленных читателей.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

1. Акунин Б. Турецкий гамбит: роман / Б.Акунин. – М.: Захаров, 2002. – 223 с.
2. Караулов Ю.Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения / Ю.Н.Караулов // Язык и личность: сб. статей. – М.: Наука, 1989. – С.3-11.
3. Толстой А.Н. Петр Первый / Толстой А.Н. // Собр. Соч. В 10-ти т. М.: Литература, 2001. – 496 с.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ніна Сізікова** – здобувач кафедри російської мови та методики викладання Белгородського державного університету.  
*Наукові інтереси:* лінгвокультурологія російської мови.

## ДИСКУРС У ЛІНГВОКОГНІТИВНОМУ, ЛІНГВОПРАГМАТИЧНОМУ, ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ ТА СОЦІОЛІНГВІСТИЧНОМУ АСПЕКТАХ

### ДЕЛОВОЙ ДИСКУРС И УРОВНИ ЕГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Гульмира БУРКИТБАЕВА (Алматы, Казахстан)

*Стаття присвячена дослідженню ділового дискурсу як специфічного самодостатнього жанру, що забезпечує успішну бізнес-комунікацію. Автором розкриваються рівні вивчення дискурсу, які включають лінгвістичні, екстралінгвістичні та соціолінгвістичні фактори.*

*Business discourse is a type of discourse functioning in a business situation and produced by a certain group of people related to this sphere. Texts expressed in the form of different genres are manifestation of the activities of these people. They are implemented in different forms of business discourse in a context (including a communicative situation and interaction of participants) to perform certain social actions.*

Анализ понятий «текста» и «дискурса» свидетельствует об их тесной взаимосвязи. Неслучайно анализ дискурса как новое направление появляется в конце прошлого века, когда мировой лингвистикой внесен значительный вклад в изучение различных аспектов текста, среди которых коммуникативный аспект текста и прагматика текста представляют наибольший интерес для успешного развития анализа дискурса. Анализ дискурса захватывает многие дисциплины, черпая из них материал, методы и подходы. Со своей стороны анализ дискурса вносит существенный вклад в развитие смежных дисциплин, являясь местом их стыковки. Наибольший задел для анализа дискурса был создан в недрах лингвистики – теоретической, описательной и прикладной.

Классический подход к «тексту» как динамической структуре, принятый в «лингвистике текста» и определяющий «динамизм текста» в качестве одной из его характерных черт<sup>2</sup>, и привел к наблюдаемому в ряде работ смешению понятий «текст» и «дискурс». Подобная терминологическая путаница поддерживалась также смешением понятия «анализ дискурса», принятого в американской лингвистике, и понятия «лингвистика текста», ведущего свое начало от разработок немецкой лингвистической школы.

Анализ понятий «текст» и «дискурс», выраженный в соотношениях «текст = дискурс» (Н.А. Слюсарева), «текст vs. дискурс» (Т.А. van Dijk, R. de Beaugrande, M. Stubbs, G. Cook, G. Brown and G. Yule, Н.Д. Арутюнова, В.Г.Борботько, В.В. Красных, Е.С. А.А.Залевская, Е.С. Кубрякова и О.В. Александрова, В.Е.Чернявская, А.Е. Карлинский, А.Ю.Попов и др.) и «текст и дискурс» (Т.М. Николаева, А.Ф. Папина) показал, что отношения между текстом и дискурсом не могут квалифицироваться ни как отношения равенства или отождествления, ни как отношения симметричности, ни как контрарные отношения. Дискурс – более широкое понятие, чем текст, и отношения между ними могут быть определены в терминах теории множеств как отношения включения («текст  $\subset$  дискурс»).

В качестве оперативной дефиниции «дискурса» принимается следующее: «Дискурс – это речевое взаимодействие двух и/или более коммуникантов в устной или письменной форме, проходящее в определенной коммуникативной ситуации, результатом которого является текст, или тематически объединенные тексты» [1: 5].

Изучение дискурса с привлечением в зону интересов лингвистики социальных и психологических характеристик человека позволяет по-новому увидеть не только процесс коммуникации и речевое поведение человека, но и оценить роль социальных условий и психологического фактора при взаимодействии людей. Огромный опыт лингвистических исследований оказывается направленным в «новое русло», при этом роль других дисциплин

<sup>2</sup> Динамизм текста, или подход к нему с коммуникативных позиций, предполагал изучение его многих аспектов, относящихся фактически к анализу дискурса. В частности, изучались такие составляющие коммуникативной ситуации как адресат, адресант, их интенции, индивидуальные характеристики – социальные, возрастные, гендерные и другие, канал связи, код и т.д. (У.Л. Чейф; Т.М. Дридзе; К.А. Долинин и др.).

и их вклад в общее дело по изучению коммуникации должны быть внимательно, бережно и по достоинству оценены.

Автор данной статьи рассматривает дискурс как сумму взаимосвязанных лингвистических, когнитивных, экстралингвистических и иных признаков, которые являются непосредственными факторами его продуцирования, функционирования и восприятия.

Настоящая работа выполнена в русле современных исследований анализа дискурса: «дискурс как текст, дискурс как жанр, дискурс как профессиональная практика, дискурс как социальная практика», «дискурс как социальная интеракция» [2; 3: 11].

Однако перейдем к рассмотрению одного из видов дискурса – делового дискурса. Обоснуем необходимость изучения этого вида дискурса.

Значимость делового дискурса повседневной жизни в сфере экономических отношений можно выразить словами Б. Катца: «В бизнесе коммуникация – это все», потому что она обеспечивает «обмен идеями, сообщениями и понятиями, имеющими отношение к достижению поставленных коммерческих целей» [3: 2-3]<sup>3</sup>. Действительно, согласно исследованиям Г. Минтцберга [4] и Дж. Коттера [5], в каждодневной работе менеджера общение занимает 60-80% рабочего времени. Организованная деятельность людей осуществляется посредством дискурсов, в которых значение и действие неразрывно связываются в коммуникации [6].

Большой научный и практический интерес к деловому общению во всем мире объединил преподавателей, исследователей и практиков делового общения в Международную Ассоциацию по Деловому Общению (ABC – Association for Business Communication, [www.businesscommunication.org](http://www.businesscommunication.org)), созданной в 1935 году и объединяющей профессионалов Северной Америки, Европы, Азии и района Тихого океана. Большая армия российских преподавателей по деловому английскому языку объединилась в конце 90-х годов в профессиональную организацию «BESIG.RUSSIA» («Business English Special Interest Group»). С 2002 года при поддержке Информационного Агентства Посольства США в РК образовалась «Центрально-Азиатская Ассоциация по Деловому Общению» (СА ABC), объединяющая преподавателей и исследователей Центральной Азии и Казахстана, сталкивающихся по роду своей деятельности с разнообразными практическими и научными аспектами делового общения<sup>4</sup>.

Если раньше тексты документов интересовали исследователей прежде всего с точки зрения лингвистических параметров собственно официально-делового стиля, то сегодня в центре внимания лингвистов находится деловой дискурс, включающий помимо текста экстралингвистические и социолингвистические факторы его формирования, восприятия и понимания, имеющие чрезвычайное значение для успешной интеракции деловых партнеров.

Анализ делового дискурса в нашем исследовании предполагает изучение лингвистических характеристик данного типа текста в тесной связи с участниками коммуникации и коммуникативной ситуацией в интеракции делового общения.

Исходя из вышевыделенных существенных признаков дискурса, особое внимание в нашем исследовании уделяется экстралингвистическим факторам, а именно, участникам коммуникативного акта (автор сообщения и адресат с их социальными, возрастными, гендерными характеристиками, их интенциями и т.д., и т.п.), а также коммуникативной ситуации (сфера коммуникации, канал связи, код, сопутствующие обстоятельства и т.д., и т.п.), которые являются определяющими факторами непосредственного продуцирования и функционирования делового дискурса.

Дискурс как феномен языка (*genus*) включает в себя различные переменные (текст, участники интеракции, коммуникативная интеракционная ситуация) и обладает естественной способностью образовывать в зависимости от сочетания и соотношения этих переменных упорядоченные виды (типы, группы) дискурсов.

<sup>3</sup> Перевод здесь и далее в тексте дается автором.

<sup>4</sup> О состоянии делового дискурса в Казахстане см. «The Handbook of Business Discourse» [7, 436-464]

Степень своеобразия и специфичности делового дискурса (*species*) дает полное право утверждать его онтологическую самодостаточность как объекта. Деловой дискурс как один из типов дискурса представляет речевое взаимодействие людей в определенном виде деятельности – их профессиональной жизни. В качестве оперативной дефиниции «делового дискурса» предлагается следующее: «Деловой дискурс как понятие видовое является конкретным воплощением инвариантной модели дискурса, созданного применительно к конкретной коммуникативной бизнес-ситуации определенной группой людей, имеющих то или иное отношение к бизнесу. При этом конкретным воплощением деятельности этих людей в бизнес-ситуации будут тексты, выраженные в форме различных жанров» [1: 52]:

Деловой дискурс: *genus* и *species*

<i>Дискурс (genus)</i>	<i>Деловой дискурс (species)</i>
Текст	Жанры делового дискурса
Коммуникативная ситуация	Сфера бизнеса и управления
Участники коммуникации	Руководители компаний, корпораций; менеджеры; ассистенты; секретари; клиенты и проч.

Итак, деловой дискурс как видовое понятие, или один из типов дискурса, имеет следующие соответствия составляющим родового понятия «дискурс»:

1. текст – жанры делового дискурса, т.е. содержание делового дискурса формируется в виде того или иного жанра;

2. коммуникативная ситуация – сферы бизнеса, т.е. родовое понятие «коммуникативной ситуации» принимает «видовые формы» той или иной сферы бизнеса (нефтегазовой, банковской, торговой, полиграфической и т.д.);

3. участники коммуникации – руководители, менеджеры, обслуживающий персонал компаний и корпораций, клиенты, т.е. те или иные участники данной сферы, участвующие в интеракции.

Вместе с тем при рассмотрении вопроса об онтологической самодостаточности дискурса и одного из его типов – делового дискурса – можно назвать следующие черты различия между ними: дискурс является инвариантной моделью для различных типов дискурса в зависимости от коммуникативной сферы общения, вида деятельности, политического или социального института или принадлежности к научной дисциплине.

Рассмотрим подробнее понятие «бизнес», которое покрывает ту коммуникативную сферу, в которой функционирует деловой дискурс: «Бизнес – это человеческая деятельность, связанная с материальными проблемами. Он необходим для цивилизации. Его можно обнаружить во всех общественно-экономических формациях, включая простейшие. Бизнес может включать производство товаров, примерами чего служит производство самолетов, строительство зданий, изготовление картонных коробок. Он же обеспечивает финансирование подобной деятельности и включает в себя предоставление денежных займов, торговлю ценными бумагами, страхование, связанное с обеспечением безопасности капитала во время осуществления деловых операций. Другие формы бизнеса представляют собой коммерцию, то есть продажу продукции и различные услуги, такие, как бухгалтерский учет, распределение и ремонт товаров. Бизнес, таким образом, – это деятельность, направленная на производство и сбыт товаров и услуг» [8: 110].

Приведем другое определение понятия «бизнес», данное российскими авторами, но близкое по значению к вышеприведенному: «Бизнес (от англ. business – дело, антрепренерство, предпринимательство) – инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела» [9: 35].

Данные определения очень важны для исследования, поскольку позволяют очертить деятельность, в рамках которой функционирует деловой дискурс. Кроме общего определения основной деятельности и предназначения бизнеса необходимо перечислить и те аспекты

жизни бизнеса, которые играют большую роль в его организации, структуре, каждодневной жизни, развитии и будущем. К ним можно отнести:

1. менеджмент бизнес-структуры (начало бизнеса; значение менеджмента; планирование; лидерство; мотивация; коммуникация; контроль; принятие решения);
2. создание жизнеспособной организации (организация; люди; успех в мире соревнований);
3. успех в бизнесе (продукция, ее качество; услуги клиентам; маркетинг; деньги; работа с цифрами – статистика, бухгалтерия, компьютер, интернет; глобальный рынок);
4. работа с общественностью и правительством (этические социальные обязанности; обязательства между правительством и бизнесом);
5. работа с людскими ресурсами (образование и менеджер; личные характеристики менеджера; роль женщины в компании; семьи работников; религия; смена поколений; будущее компании) [10].

Другим источником регистрации аспектов деятельности бизнеса и, соответственно, функционирования делового дискурса служит содержание, или список тем современных учебников по деловому общению. Рассмотрим краткое содержание одного из популярнейших учебников по деловому общению «C.L. Bovee, J.V. Thill. Business Communication Today, 6<sup>th</sup> edition, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 2000, 692 p.»:

1. Основы делового общения (понятие делового общения; слушание, работа в команде и понимание невербальной коммуникации);
2. Процесс написания (планирование, организация, композиция и исправление деловых сообщений с учетом аудитории);
3. Письма, мемо, электронные сообщения и другие краткие сообщения (написание повседневных сообщений, сообщений с хорошими и плохими новостями, сообщений-убеждений);
4. Информация и технология (получение и отправление информации через Интернет и с использованием других технологий; поиск, оценка и обработка информации; передача информации посредством графиков и других наглядных фигур);
5. Отчеты и устные презентации (общение посредством отчетов; планирование, организация и написание отчетов и проектов; завершение формальных отчетов и проектов; выступление с устной речью и презентацией);
6. Документы по найму на работу (резюме и заявление о приеме на работу; интервью и последующие действия);
7. Специальные вопросы делового общения (формат и структура деловых документов; источники/материалы отчетов).

П. Волошин [11; 34: 38] считает, что «термин *бизнес (business)* включает в себя широкий круг понятий, которые охватывают не только торгово-финансовые операции, но и производственные отношения, само производство и управление. Кроме того, язык делового общения включает в себя разговорно-бытовую лексику, поскольку он используется не только как средство передачи специфической информации, но и основное средство общения в области производственно-экономических отношений – «от неформально-бытовых до узкопрофессиональных».

Перейдем к рассмотрению контекста и его составляющих в деловом дискурсе. Контекст в широком понимании включает предыдущий контекст, реальную коммуникативную ситуацию, участников коммуникации с их межличностными отношениями, различными видами знаний и т.д., которые тесно взаимосвязаны и оказывают реальное влияние друг на друга.

Для адекватного понимания делового дискурса необходимо обратить внимание на реальных участников коммуникации, которые создают и интерпретируют устные и письменные тексты в определенной ситуации, а также на их действия в процессе интеракции.

Д. Боден совершенно справедливо напоминает: «Не организации делают что-либо, а люди. Если мы примем, по крайней мере как рабочее предположение, что организации и есть люди, которые составляют их, то нам необходимо лучшее понимание действий людей» [12: 56].

В данном вопросе решающую роль играет статус интерактантов, или участников коммуникации. Согласно этому признаку можно условно обозначить следующие понимания «делового дискурса»:

1. Деловой дискурс – это общение между интерактантами, которые находятся в бизнесе: «business discourse is dominated by talk and writing between individuals whose main work activities and interests are in the domain of business and who come together for the purpose of doing business» [13: 2] – «в деловом дискурсе преобладающей частью выступают разговор и письменная речь между людьми, основная деятельность и интересы которых относятся к сфере бизнеса, и совместной целью которых является бизнес». К данному определению можно также отнести «корпоративное измерение», т.е. все то, что связано с деятельностью корпорации. Авторы таких документов или устных форм общения – люди бизнеса.

2. Деловой дискурс – это общение между интерактантами, которые относятся к определенным деловым и профессиональным группам.

3. Деловой дискурс – это общение между интерактантами, которые принадлежат группам «бизнес» и «не-бизнес». Это обычно общение «менеджер ↔ клиент» или «продавец ↔ покупатель».

Общей характерной чертой для всех вышевыделенных групп являются деловые отношения, включающие покупку, продажу товаров и услуг или предварительные переговоры по этим видам деловых отношений. Кроме этого, они охватывают отношения не только внутри подразделений одной организации, но и между организациями, а также между организациями и отдельными индивидами-клиентами.

Существуют случаи, когда адресат неизвестен адресанту. Тогда возможности адресата как участника коммуникации, а также его социальные параметры неизвестны. В таких случаях не исключена вариативность структурно-семантической модели текста, которая в каждом конкретном случае «определяется с учетом экстралингвистических факторов и социолингвистических характеристик адресата и адресанта». Ряд таких факторов, как «отношение к теме, спонтанность/подготовленность, ситуация общения, вид речи, отношения между информируемым и информирующим, культурная традиция – пока еще не получили своего объяснения и не вычленены в текстах деловых документов» [14: 10]. В аспекте социально-ролевых отношений «адресант-адресат» при написании делового документа, считает И.В. Дробкина [14: 33], особое значение имеет «понятие коммуникативной адекватности, которое включает в себя коммуникативную целесообразность, соответствие норме, творческое применение и оптимальное действие».

Большинство институциональных форм дискурса создается, анализируется и используется не одним человеком, а коллективно, т.е. для них характерен такой признак как «социальное авторство» в отличие от индивидуального авторства [15].

А.В. Крымина [16: 89] выделяет следующие характеристики коммуникантов: демографические – возраст, пол, принадлежность к социальной группе; характер отношений между коммуникантами; особенности условий, в которых происходит коммуникация. Личностные характеристики коммуникантов по сравнению с социальными отходят на второй план.

Как известно, официальный, профессиональный и социальный статус коммуникантов предполагает три типа деловой коммуникации: *восходящую*, *нисходящую* и *горизонтальную* [17: 15]. Отношения подчиненного к руководителю являются примером *восходящей* коммуникации и характеризуются «робким, уважительным тоном, создаваемым многочисленным, а иногда и чрезмерным употреблением реквестивных модальных глаголов, условных предложений, союзов, вводящих аргументацию, нежесткой оценочностью, вопросительными предложениями». Отношения руководителя к подчиненному являются примером *нисходящей* коммуникации и характеризуются «частым употреблением утвердительных и повелительных предложений, жесткой модальностью. Предложения при этом короче, так как в них существуют аргументация и вводящие ее союзы. Тон категоричен и директивен». *Горизонтальная* коммуникация между коллегами с одинаковым статусом характеризуется преимущественно доброжелательным тоном, призывающим к совместным



действиям и выражается короткими предложениями, коннотативно окрашенными глаголами, многочисленными маркерами положительного эмоционального воздействия [16: 89-90].

Язык бытового экономического общения понятен каждому, поскольку он обращен к рядовому потребителю и не является терминологичным (плата за проезд в общественном транспорте, оплата счетов за коммунальные услуги, экономические рубрики в журналах и газетах, счета в сбербанке и т.д.).

Тексты в сфере профессиональной деятельности могут иметь *информативный* характер (отчеты, докладные и объяснительные записки, протоколы собраний и совещаний), *директивный* характер (приказ о назначении на должность, информация о тактике и стратегии компании), характер *взаимодействия* коммуникантов (телефонный разговор, общение по пейджеру или электронная переписка, протоколы переговоров, подписанный контракт и т.д.), в то же время язык профессионалов-практиков сугубо терминологичен [18: 133 - 135].

Хотя существует много исследований по изучению влияния непосредственного контекста на создание и интерпретацию текста (например, того, как отношения отправителя-получателя влияют на структуру писем), систематических исследований о влиянии организационного окружения компании на корпоративную дискурсивную практику не имеется [19: 181].

Другими словами, исследователи дискурса начали рассматривать то, что лежит вне текста. Однако этого может оказаться недостаточно. Необходимо принимать во внимание большие контексты, в которых происходит создание текста, т.е. осуществлять рассмотрение текста «с социальной точки зрения», с точки зрения влияния дискурс-сообщества на автора, а также организационного контекста, в котором происходит процесс создания текста, и отношений между процессом создания текста и знанием, ценностями и опытом, общими для автора и другими людьми в офисе. Процесс создания текстов происходит при социальной интеракции коллег в виде «мозгового штурма», во время телефонных разговоров, формальных и неформальных разговоров. Кроме того, необходимо принимать во внимание такой фактор, не данный в непосредственном восприятии, как «культура» организации. Это означает, что авторы текстов в организации (корпорация, административное учреждение, школа, клуб) имеют внутренние ценности, отношения, знания и поведение, которые являются общими для всех их членов. Эта культура влияет практически на все стороны жизни организации.

Как известно, до настоящего момента лингвистические характеристики дискурса окончательно не определены. Не известны и не описаны факторы, определяющие форму дискурса и его влияние на участников коммуникации. Однако, известно, что дискурсы в значительной степени различаются по степени своей сложности. Вместе с тем вполне очевидно, что в структуре дискурса можно наблюдать все языковые уровни языка. Это дает полное основание полагать, что с учетом его экстралингвистических характеристик дискурс – достойный, своеобразный и специфический объект лингвистического исследования.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

1. Буркитбаева Г.Г. Деловой дискурс. Онтология и жанры. – Алматы: Ғылым, 2005. – 230 с.
2. Bhatia, V.K. Worlds of Written Discourse. – London, New-York: Continuum, 2004. – 228 p.
3. Katz, V. Turning Practical Communication into Business Power. – London: Mercury, 1989. – 144 p.
4. Mintzberg, H. The Nature of Managerial Work. – New-York: Harper and Row, 1973. – 298 p.
5. Kotter, J.P. The General Managers. – New-York: Free Press, 1982. – 221 p.
6. Donnelon, A., B. Gray and M.G. Bougon. Communication, Meaning and Organized Action // Administrative Science Quarterly, N 31, 1986. – P. 43–55.
7. Suleimenova, E.D. and G.G. Burkitbayeva. Kazakhstan // Bargiela-Chiappini, F. (ed.). The Handbook of Business Discourse. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009. – pp. 436–464.
8. Registers of Written English. – London: Printer Publishers, 1988. – 184 p.
9. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: Инфра-М, 1999. – 479 с.
10. Voone, L.E. Quotable Business (2<sup>nd</sup> Edition). – New-York: Random House, Inc, 1999. – 344 p.
11. Волошин П. Английский язык делового общения как лингвистическое и дидактическое явление. Дис. канд. – М., 2001. – 162 с.
12. Boden, D. The Business of Talk: Organizations in Action. – Cambridge: Polity Press, 1994. – 272 p.
13. Bargiela-Chiappini, F. and C. Nickerson. Business Writing as a Social Action // Bargiela-Chiappini, F. and C. Nickerson (eds.). Writing Business: Genres, Media and Discourses, Longman, 1999. – p. 1–32.

14. Дабкина И.В. Прагматингвистические аспекты письменного делового общения (на материале англоязычных текстов контрактов и деловой корреспонденции). – Автореф. дис. канд. Самарский гос. пед. унив., 2001. – 15 с.
15. Goodrich, P. Legal Discourse: Studies in Linguistics, Rhetoric, and Legal Analysis. – London: Macmillan, 1987. – 266 p.
16. Крымина А.В. Структура делового текста (на материале французской коммерческой корреспонденции). – Дис. канд. СПб., 1996. – 153 с.
17. Астафурова Т.Н. Тон сообщения в деловой коммуникации // Языковая личность и семантика. Тезисы докл. науч. конф. – Волгоград: Перемена, 1994. – С. 14–15.
18. Попов А.Ю. Основные отличия текста от дискурса // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса. – С–Пб: Изд-во СПб гос. унив. экономики и финансов, 2001. – с. 38–45.
19. Van Nus, M. Can We Count on your Bookings of Potatoes to Madeira? Corporate Context and Discourse Practices in Direct Sales Letters // Bargiela-Chiappini, F. and C. Nickerson (eds.). Writing Business: Genres, Media and Discourses. – London and New-York: Longman, 1999 – p. 181–206.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Гульміра Буркітбасва – доктор філологічних наук, професор Казахського університету міжнародних відносин і світових мов імені Абилай хана.

Наукові інтереси: англомовний діловий дискурс.

## СПЕЦИФІКА МОВИ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Світлана ДЕНИСОВА (Київ, Україна)

*У статті представлено авторське розуміння понять ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ і ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ, їх визначення, спільні та розбіжні риси, що дозволяють усвідомити їх природу, определеній, общие и специальные особенности, определяющие природу понятий. ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ є діалоговою формою, а ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ – монологовою.*

*The paper puts forward the author's conception of MASS MEDIA COMMUNICATION and MASS MEDIA INFORMATION, its definitions, common and special features determining the nature of the concepts. MASS MEDIA COMMUNICATION is interactive while MASS MEDIA INFORMATION is monological in form.*

Засоби масової комунікації (ЗМК) вже давно перетворилися на найважливішу складову частину нашого громадського життя. Це явище в різних аспектах намагаються осмислити політологи, соціологи, філософи, культурологи, психологи та ін. Сьогодні ЗМК розглядається як інструмент формування суспільних поглядів та настроїв. Вони створюють публічний дискурс – найбільш впливовий та авторитетний різновид мовлення. Це дає підстави припустити думку, що мова є основним засобом керування суспільством; через мовлення формуються суспільні помисли, ідеологія, настрої суспільства тощо, тобто мова організує діяльність суспільства та керує ним. Отже, основним матеріалом і знаряддям ЗМК є мова, у тому числі й у сполученні візуальним рядом, тому пальма першості у визначенні основних проблем ЗМК, на наш погляд, належить лінгвістам.

На сучасному стані розвитку суспільства мас-медіа займають панівну позицію як сфера мовленнєвої діяльності. Ця сфера має власну конструктивну специфіку, яка виявляється у відсутності універсальних законів застосування мови в масовому спілкуванні. До того ж, мовлення масової комунікації не є аналогічним мовленню не тільки художньої літератури, але й так званому публіцистичному стилю. Воно утворюється та функціонує за власними принципами, окреслення яких є метою нашої статті.

Для того, щоб визначити, що таке мова засобів масової інформації або засобів масової комунікації, з'ясувати її функцію в масовокомунікаційному процесі, необхідно розмежувати поняття ЗМК та ЗМІ, оскільки, на наш погляд, від їх визначення залежать напрямки осмислення явища масової комунікації, а також функціонального призначення мови як знаряддя формування суспільних поглядів та основних аксіологічних категорій.

У радянський період існувало поняття *засобів масової інформації та пропаганди*, під яким розумілося систематичне поширення духовних цінностей та здійснення ідеологічного, політичного, економічного та організаційного впливу на оцінки, думки та поведінку людей, а самі терміни “засоби масової інформації”, “пропаганда”, “засоби масової комунікації” були синонімами [5: 33]. Останній термін – “засоби масової комунікації” – взагалі не передбачав взаємозв'язку та взаємодії будь-яких суспільних об'єктів.

У пострадянському суспільстві поширення набув термін “засоби масової інформації”. В епоху перебудови дозволялося мати думки, відмінні від думок ідеологічно пануючої верхівки (*плюралізм*), та навіть їх оприлюднювати (*гласність*).

Проте на сучасному етапі розвитку комунікативістики будь-яка соціальна діяльність супроводжується *взаємодією*. Виявом такої взаємодії виступають *масові комунікації*, які за своєю сутністю є “*соціально-орієнтованим масовим спілкуванням* членів суспільства завдяки традиційним технологіям – друку, телебаченню, радіомовленню, а також новим – Інтернету, супутниковому телебаченню та ін.” [5: 34].

У суспільних науках, як відомо, комунікація розглядається в трьох аспектах: 1) засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального та духовного світу, 2) спілкування, передача інформації від людини до людини, 3) спілкування та обмін інформацією в суспільстві, що й є сутністю соціальної, тобто масової комунікації.

Масову комунікацію від усіх інших видів спілкування відрізняють три суттєві риси: 1) це канал, технічний засіб, за допомогою якого передається інформація, 2) процес спілкування охоплює не окремих людей, а цілі соціальні групи та спільноти, перетворюючи тим самим людське спілкування в масове, 3) масовокомунікаційне спілкування має організований характер [5: 35 - 36].

Невипадково, що значення повідомлення для суб'єкта формується зі сполучення слів, способу вираження, схованого змісту, емоцій і технічних засобів виробництва і трансляції самого повідомлення, сприяючи тим самим полісемантичності мови телекомунікації. Засобами створення полісемантичності повідомлення в сучасних концепціях «фреймінгу» називають: 1) синтаксичні структури чи паттерни розміщення слів і фраз; 2) особливості сценарію; 3) тематичні структури; 4) стилістику чи структуру побудови мовлення [3: 42].

Виходячи з наведених вище визначень, на перший погляд, здається, що ЗМІ та ЗМК як комунікативні системи, що технологічно забезпечують спілкування людей у процесі їх соціальної діяльності, є тотожними поняттями. Єдина розбіжність між, на нашу думку, полягає в їх соціальних ролях. ЗМК при організації комунікації створюють ситуації діалогічності/інтерактивності, різноспрямованості інформаційного потоку, а ЗМІ – монологічності, односпрямованості.

Складність розмежування цих понять посилюється ще й тим, що спостерігається значна залежність призначення інформації, коментарів до неї від типу ЗМК і цільових настанов на конкретну аудиторію. Усе гостріше стає проблема об'єктивності інформації, коментарів і соціального замовлення. Отже, проблема сутності й призначення ЗМК починає розв'язуватися в двох площинах: 1) ЗМК призначено для правдивого опису дійсності; б) ЗМК маніпулює свідомістю реципієнтів, формуючи його суспільну думку в заданому напрямку, хоча при цьому поняття дійсності та істини дуже часто вступають у протиріччя.

Разом з тим ЗМК включають у себе таку сферу духовного виробництва, як літературно-творчу діяльність журналістів та інших учасників публічного або публіцистичного дискурсу. Журналістика як тип творчості створює власний інформаційний продукт – цілісну картину поточної дійсності. І інших конкурентів у цьому аспекті в неї немає. За допомогою ЗМК створюється динамічна картина світу. Особливо помітно це в зіставленні із статичною.

До того ж, виконуючи медійну функцію, журналістика організує процеси інформаційної взаємодії людей у різних сферах соціальної діяльності. Таким чином, ЗМК не тільки її поширюють, але й мають власний – креативний/творчий – аспект суспільної діяльності.

Однак, на наш погляд, принципові розбіжності між поняттями ЗМК та ЗМІ починаються тоді, коли ми намагаємося з'ясувати, що таке *мова ЗМК* або *ЗМІ*.

Тексти, що породжуються масовоінформаційною комунікацією, являють собою саме дискурс. Вони завжди динамічні й сучасні, сприймаються учасниками комунікації в контексті тих подій, що відбуваються. Як відомо, матеріали, що належать до публіцистичного реєстру мови, є «сплавом» усього спектру функціональних стилів мови. У них функція повідомлення реалізується тією ж мірою, що і впливу, для чого використовується весь набір наявних у розпорядженні мови засобів. Саме тому журналістські матеріали особливо цікаві з погляду як загальних способів їхньої організації, так і більш часткових особливостей, характерних для визначених видань. Важливо також зрозуміти своєрідність текстів масовокомунікаційної діяльності, їхнє співвідношення з текстами інших стилів.

Масова інформація – це текст-однодівка, який не зберігається в культурі й породжує пливучість свідомості масового комуніканта. До того ж повтор або дублювання тексту в ЗМІ сприяє фіксації цінності даного тексту та його змісту, тобто відбувається “розкрутка” певного діяча або його ідей. Унаслідок цього текст стає зразковим, набуває авторитетності, так само, як і автор цього тексту.

У процесі такої дискурсивної діяльності відбувається становлення нової функції самої мови – функції керування поведінкою величезних масивів і колективів людей, функції маніпулювання їх свідомістю, поширення визначеної ідеології тією частиною суспільства, у руках яких знаходяться самі ЗМК. О.С. Кубрякова пише: “Про нову функцію мови можна говорити не тільки в силу специфіки її цілей і завдань, але і тому, що, на відміну від комунікативної діяльності як спілкування між людьми, що протікає звичайно, круговорот мови тут носить досить обмежений характер: передбачувана і заздалегідь планована реакція слухаючих повідомлення не включає відповідної мовної реакції і тому навряд чи відповідає структурі звичайного комунікативного акту” [2: 61]. Звідси виняткова важливість приділяється аналізу прагматичних аспектів здійснюваної діяльності й чіткому розумінню ролі окремих лінгвістичних форм у її здійсненні.

У свою чергу прагматичні цілі, що переслідуються в ЗМК, потребують особливої уваги до способів представлення інформації у відповідних текстах, до правил її розподілу по тексту, до сполучення фактографічної інформації з емоційно та експресивно забарвленої, до вираження інформації в дохідливій формі і т.п. Розуміння цього спонукує О.С. Кубрякову ввести в лінгвістичний аналіз ЗМІ деякі нові поняття – насамперед поняття комунікативної доречності й природності відібраних засобів передачі інформації і їхній когнітивної насиченості й доступності [2: 61].

Когнітивна складова масової інформаційної діяльності примушує розглядати мову як особливу галузь буття людини, яку називають мовною свідомістю, тобто як форму існування індивідуальної та суспільної свідомості. Важливим аспектом суспільного та духовного життя є створення враження як про себе самих, так і про інших. Йдеться про цілеспрямовано створювані мовними засобами конструкції та дискурсивні моделі, завдяки яким здійснюється самоідентифікація, у тому числі й групова, або уявлення про опонентів у суспільному житті.

За допомогою мовної дії можна впливати на аудиторію і створювати атмосферу сприйняття або несприйняття нових суспільних явищ. Дискурсивне розгортання цього процесу спостерігається, наприклад, при аргументації та застосуванні аргументативних технік, які відносять до біоінженерних технік. Мовні засоби конституюють потенціал, який міститься в мові, беруть участь у формуванні інтелектуальних та етичних концепцій, ціннісних систем, визначають правові та етичні границі, що визначають ставлення суспільства до нових можливостей природничого та технічного прогресу. Спостерігається процес створення поляризованих стилів. У цих нових комунікаційних стилях відбувається активна взаємодія в ментальному, мовному та соціальному аспектах. Система текстових засобів дає можливість експліцитно або імпліцитно створити позитивне або негативне бачення світу, а також взагалі спотворити його коректне бачення. Перспективним також є дослідження когнітивних стратегій щодо розуміння та побудови текстів ЗМК.

Щодо психосемантичного аспекту масових комунікацій, то текст сприймається як “текст у тексті”, тобто як гіпертекст, що існує в нашій свідомості завдяки асоціативним зв’язкам, незалежно від того, існують на нього експліцитні чи імпліцитні посилання. В.Ф.Петренко вважає, що психосемантичний підхід дозволяє намітити нові принципи типології особистості, яка виступає носієм визначеної картини світу, як специфічний мікрокосм індивідуальних значень і змістів. Оцінка ж ефективності комунікативного впливу на респондента в цьому випадку здійснюється через оцінку зміни семантичного простору картини світу, тобто завдяки зіставленню семантичного простору деякої змістовної області до і після комунікативного впливу на реципієнта. Цим дослідником виділяються такі можливі трансформації: а) зміна координат аналізованих об’єктів (їх конотативного значення або особистісного змісту) при незмінних категоріальних осях (категоріях свідомості) семантичного простору; б) зміна перцептуальної потужності самих координатних осей, що

виражає зміну суб'єктивної значимості тих чи інших основ категоризації; в) зміна змісту самих категоріальних осей, що відбиває зміну системи конструктів, у рамках яких відбувається усвідомлення деякої змістової області; г) зміна розмірності семантичного простору (збільшення числа факторів – категорій свідомості, зміна когнітивної складності свідомості [4: 46 - 47].

Усі ці параметри (окремо чи в їхньому сполученні) виступають операціональними критеріями ефективності комунікативного впливу й дозволяють кількісно та якісно описати зміни картини світу суб'єкта під впливом друкованого слова, відеокадру, музичного звучання чи в їхньої синкретичної єдності в художньому творі [4: 47].

На особливу увагу заслуговує дослідження семантики відчуттів у мові ЗМІ, зокрема кольору та запаху. За спостереженнями науковців, лексика сприйняття має досить чітку систему засобів вираження, хоча далеко не усі з конкретних парадигм характеризуються рівним ступенем чіткості та регулярності через те, що види перцепції в мові не завжди чітко розмежовані [1: 38]. Значимі, з погляду носія свідомості, відбитки реальності, у тому числі зорові, слухові, дотикальні, смакові й нюхові образи, втілюючи в мові, стають надбанням національної культури. Відчуття по-різному інтерпретую мовною свідомістю в різних культурах.

Слова, що позначають відчуття різних модальностей, можуть викликати в людей відповідні відчуття, тобто здійснювати на них сильний вплив. Тому метафори, побудовані на сприйнятті кольору, звуку, запаху, смаку, температури дуже широко використовуються в мові політики, у засобах масової інформації.

Метафора, заснована на почуттєвому сприйнятті, грає певну роль у стратегії дискредитації, оскільки перенос властивостей об'єкта, що викликає неприємні відчуття, на інший об'єкт дозволяє характеризувати останній, виразити до нього своє ставлення.

Перцептивна лексика у більшості випадків формує негативну суб'єктивно-оцінну модальність публіцистичного тексту, незалежно від традиційної поляризації оцінних конотацій таких понять, як *холодний – гарячий, гіркий – солодкий, темний – світлий, голосний – тихий: холодна війна – гаряча крапка, гірке життя – солодке (пасивне) життя, голосний скандал – тиха війна.*

Однієї з особливостей сучасної мови ЗМК останніх років є нагнітання негативних емоцій. Деструктивні тенденції виявляються і на рівні референції, і в самій мові. Це виявляється, зокрема, у стійкості сполучуваності слів *колір, звук, смак, запах* зі словами певних семантичних полів, таких, як «війна», «смерть», «кримінал», «влада», «гроші» тощо.

Експресія тексту створюється завдяки синестезії – суміщенню відчуттів різних модальностей, що реалізується в синестетичній метафорі: *солодке слово “експропріація”*.

У мові ЗМК створюються умови для виникнення синестезії особливого типу (схованої синестезії), наприклад, *рожева каша* (рожевий – солодкий – брехливий). Переосмислюються політичні міфи, зв'язані із семантикою кольору, спостерігаються нові конотації в прикметниках, що позначають колір. Фразеологізми, що включають кольоропозначення, породжують сховані синонімічні відносини, засновані не стільки на близькості лексичних значень, скільки на подібності асоціацій. Влада пофарбована в усі кольори веселки, від її дурно пахне, вона залишає не завжди приємний присмак.

На основі викладеного вище можна зробити висновок, що мова засобів масової комунікації є особливим публічним дискурсом, для якого властиві широка діалогічність, когнітивна та психологічна спрямованість, а також синестизивність. Усе це надає цьому типу дискурсу надзвичайну впливовість, викликану можливістю маніпулювати масовою свідомістю.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Григорьева О.Н. Цвет и запах власти (семантика ощущений в языке СМИ) // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – С. 37 – 39.
2. Кубрякова Е.С. О разных подходах к изучению СМИ // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – С. 61 – 62.
3. Матвеева Л.В. Полиmodalность и полисемантность языка и грамматики телекоммуникаций // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – С. 41 – 42.

4. Петренко В.Ф. Психосемантический аспект массовых коммуникаций // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – С. 44 – 47.

5. Шкондин М.В. СМК и СМИ как понятия журналистики // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 2002. – № 2. – С. 33 – 38.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Світлана Денисова – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри зіставного мовознавства і теорії та практики перекладу Київського національного лінгвістичного університету.

*Наукові інтереси:* теорія дискурсу, загальне мовознавство.

## ДИСКУРСИВНИЙ АСПЕКТ ОПЕРАТОРА МОДАЛЬНОСТІ «MUST»

Валерій МИХАЙЛЕНКО (Чернівці, Україна)

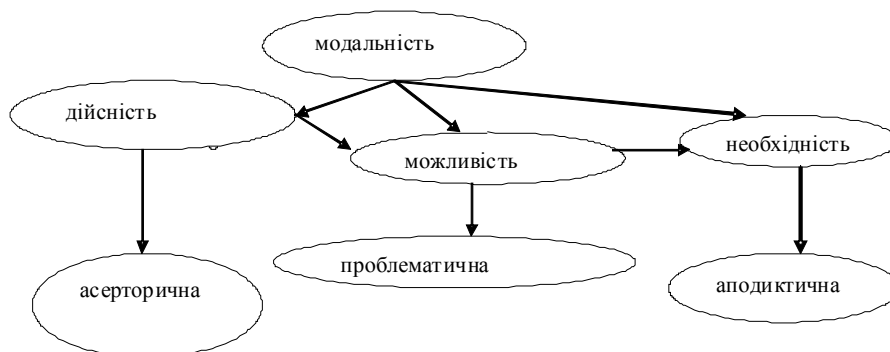
*У статті розглянуто семантику оператора модальності у системі мови та концепт «можливість/повинність», вербалізований в авторському дискурсі. Компонентна структура семантики must – результат дискурс-аналізу, який вирізняв відношення між мовцем і реципієнтом, а також між мовцем та оточуючим середовищем.*

*The paper focuses on the semantics of must as a modality operator in language competence and the concept of necessity/obligation verbalized in the author's discourse. The componential semantic structure of must is the result of the discourse analysis which revealed the relationship between the author and the recipient and the author and the environment.*

**Постановка проблеми.** Категорія модальності завжди залишається у центрі лінгвістичного дослідження, проте, загальне визначення категорії відсутнє і залишається тільки робоче, згідно якого модальність є відношенням висловлення до реальності з точки зору мовця [1]. Термін «модальність» використовується для визначення широкого спектру явищ, різномірних за своїм змістом та виражається засобами різних рівнів мовної структури, які з'явилися у процесі розвитку мови як комунікативної системи. В.В. Виноградов наголошував, що модальність перед усім проявляється у реченні [9: 8].

Категорія модальності – одна із базових категорій лінгвістики, філософії та логіки. Філософи розглядають модальність (лат. *modus* – вид, спосіб) як вид і спосіб буття або події [ФЭС 2003: 237]. Категорію модальності складають можливість, дійсність, необхідність, кожній субкатегорії відповідає модальність проблематичного, асерторичного або аподиктичного судження. Концепт «можливість/повинність», наприклад, у філософському дискурсі вербалізується лексемами *necessary повинно, необхідно, probably можливо, must треба, обов'язково* та фразами типу *it is necessary слід, it is time настав час* та ін. Розглянемо концепт «модальність» [2: 114-115] в англomовній картині світу та його складові, які разом утворюють концептосферу, яка представлена своїми словами-концептами.

Схема № 1. Концептосфра «модальність» в англomовній картині світу.



Логіки виокремлюють модальність як оцінку висловлення з відповідної точки зору [Горский 1991]. Модальна оцінка виражається за допомогою понять: *necessity необхідно, probably можливо, доведено, necessary обов'язково, allow дозволено* та ін.

У модальній логіці досліджують логічні зв'язки модальних висловлювань, тобто висловлювань, де уточнюється, або кваліфікується характер зв'язку предметів й ознаки зв'язків інших типів [Ивин 1973].

**Аналіз останніх джерел досліджень і публікацій.** Модальність повинності вивчається у різних аспектах: логічному (див. Karttunen 1972; Wright 1984 та ін.), загальнолінгвістичному (див. Вольмут 1996; Гак 1978; Петров 1982; Теория 1990; Coates 1983; Forbes 1986; Kiefer 1987; Palmer 1986 та ін.), семантичному (див. Булыгина, Шмелев 1997; Зеленщиков 1992, 1997; Кобозева, Лауфер 1991; Шатуновский 1996; Anderson 1971; Rathely 1978; Wierzbicka 1972 та ін.), комунікативно-прагматичному (див. Золотова 1982; Калашян 1992; Милосердова 1991; Vybee, Fleischmann 1995; Forrester 1989 та ін.), функціонально-семантичному (див. Беляева 1985; Бондарко 1979; Васильева 1990; Ваулина 1993; Зверева 1983; Немец 1989; Boyd, Thome 1969; Ehrman 1966; Palmer 1979; Perkins 1983; Walton 1991 та ін.).

У мовознавстві модальність ототожнювалася з окремою категорією дієслова, яка виражає відношення дії до дійсності або ознаки до дійсності носія ознаки з позиції мовця. Під впливом логічних тенденцій в граматиці існує кореляція типу модальності із способом дієслова: індикатив відповідає модальності дійсності (асерторичне судження), імператив – модальності необхідності (аподиктичне судження), оптатив – модальності можливості (гіпотетичне судження). Однак, вивчення різних засобів у структурі певного дискурсу призводить до їхнього системного опису. Функціонально-семантичне поле повинності об'єднують всі засоби вираження, де вони можуть бути структуровані (Беляева 1985; Васильева 1990; Зверева 1967, 1979, 1983; Сильницкая 1971; Суханова 2001; Чернова 1997; Harris 1986; Perkins 1983; Wakely, McAuthor 1974; Westney 1995 та ін.). Крім того, зазначена модальність виражає відповідний концепт, представлений імпліцитно. Відповідно, приховане значення може бути компонентом значення таких одиниць *достатньо, вочевидь, можливо, вірю, сподіваюсь, знаю, зможемо*, а також часток, пейоративів, оптатива, імператива, подвійного заперечення, риторичного запитання, конструкції з дієсловом *бути* та іменниковим предикатом, з дієсловом у майбутньому часі, які утворюють картину «можливого світу» мовця. Всі ці засоби необхідні, наприклад, мовцю, або філософу, щоб створити свою картину світу, таким чином реалізується семантика припустимості. Семантика можливості / повинності, наприклад, у філософському дискурсі реалізує компонент спонукування до дії і, таким чином, стає перлокутивним актом.

**Постановка завдання.** У зв'язку з розвитком нової лінгвістичної парадигми – дискурсивної – модальність представлена таксономією засобів вираження модальності, але ця категорія проявляє новий зміст: дискурсивний або інтеракціональний. Отже, модальність (*modalis* – модальний та *modus* – спосіб) – це функціонально-семантична категорія, яка виражає різні види відношення висловлення до дійсності та суб'єктивної кваліфікації того, що повідомляється у рамках дискурсу [5: 257]. Головним засобом актуалізації суб'єктивної кваліфікації є модальні дієслова.

Модальне дієслово *must* виступає об'єктом даного дослідження в авторському дискурсі, представленим романом «Емма» Джейн Остін, де воно вживається 571 раз. *Must* (*necessity, obligation, duty, essential, requirement, requisite, need, commitment, precondition*) виступає домінантою вираження концепту повинність [6: 125-126], який трактується як необхідність того що має бути, на противагу тому, що існує (Глумачний словник Ушакова).

Значення модальних дієслів дуже важливе для прочитання їхньої функціональної семантики у реченні й далі у дискурсі. Справа в тому, що дискурсивна семантика самого модального дієслова залежить від його лексичного значення, дистрибуції (мікроконтексту) та авторської інтенції, наприклад:

*You must speak Japanese? Does it mean? You have to speak Japanese or You probably speak Japanese?* Для цього необхідно використовувати контекстуальний аналіз, наприклад, *You must speak Japanese at the conference? (strong necessity) or You have lived in Japan for several years, you must speak Japanese (strong probability)*

Модальні дієслова та їхні субститути (*to have to strong necessity, to be to planned necessity*) є характерними рисами усного та письмового реєстрів. У лінгвістиці модальність повинності – це обумовленість ситуації різними (об'єктивними або суб'єктивними) факторами, які, з точки зору певної особи (суб'єкта модальної оцінки), вимагають обов'язової трансформації потенціального в актуальне. Зазвичай, значення необхідності та повинності не розрізняють, хоча вони не перетинаються: повинність відноситься до

необхідності як часткове до загального. Нормативний статус дії, як правило, виражається поняттями: *permission* дозвіл, *duty* обов'язок, *prohibition* заборона та ін., які використовуються у стандартних мовленнєвих актах. Замість зазначених лексем використовують модальне дієслово *must* повинен, напевно, *must not* не повинен, невпевнено.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Модальна семантика *необхідності*, *можливості* та *бажаності* в англійській мові виражається за допомогою модальних дієслів та синтаксичних конструкцій. Модальні дієслова (Ehrman 1966 «modals») [3: 84-86] також називаються допоміжними (modal auxiliaries Quirk 1982) в межах одного члена складного дієслівного присудка. Значення необхідності або повинності знаходять своє вираження у різних граматичних засобах – модальних дієсловах (*must*, *have to*, *be to*), модальних прислівниках (*surely*), модальних фраз (*it is necessary*). *Must* у дієслівній парадигмі є неповним дієсловом і виражає обов'язковість у теперішньому та майбутньому часі. *Must* у значенні повинності у минулому часі слугує маркером регістру непрямого мовлення. У прямому регістрі мовлення *must* не передає значення *обов'язковість* у минулому часі.

Функціональна семантика дієслова *must* вирізняє такі компоненти у художньому дискурсі:

1. necessity [4: 84-86]:

1.1. Mr. Elton, I **must** beg leave to stop at your house, and ask your housekeeper for a bit of ribbon or string, or any thing just to keep my boot on? J.Austen.

1.2. I promise you to make none for myself, papa; but I **must**, indeed, for other people. J.Austen.

1.3. You **must** let me read it to him. J.Austen.

2. prohibition:

2.1. Oh! Miss Woodhouse, what a pity that I **must not** write this beautiful charade into my book! J.Austen.

2.2. My dear Harriet, you **must not** refine too much upon this charade. J. Austen.

3.1. probability in the present:

3.1.1. how you **must** miss her! J.Austen.

3.1.2. A man **must** be very much in love, indeed, to describe her so. J. Austen.

3.1.3. This is an alliance which, whoever-whatever your friends may be, **must** be agreeable to them, provided at least they have common sense. J.Austen.

3.2. probability in the past:

3.2.1. That is, I know you **must have seen** her a hundred times. J.Austen.

3.2.2. She inherits her mother's talents, and **must have been** under subjection to her. J.Austen.

4. deduction:

4.1. Emma was immediately convinced **must** be his own. J.Austen.

4.2. It would have grieved me to lose your acquaintance, which **must** have been the consequence of your marrying Mr. Martin. J.Austen.

5. obligation:

5.1. She has refused him, and so decidedly, I think, as **must** prevent any second application. J.Austen.

5.2. I **must** do as well as I can by myself. J. Austen.

Речення з семантикою повинності можуть бути поділені на чотири групи: до першої групи належать висловлювання із семантикою необхідності внутрішнього обов'язку; до другої групи – власне деонтичні висловлювання з різнобічними факторами примусу та висловлювання «технічної» повинності, що межують з ними; до третьої групи відносяться висловлювання власне умовної, причинно-наслідкової, запланованої, запроєктованої повинності; четверту групу складають висловлювання алетичної повинності.

Речення з предикатами повинності характеризуються констатуючою та директивною ілокутивною силою. Висловлювання з «Я-суб'єктом» можуть виконувати перформативну функцію, наприклад:

6.1. I **must think** your statement by no means fair. J.Austen.

6.2. Do not pretend to fix on times or places, but I **must tell** you that I have good reason to believe your little friend will soon hear of something to her advantage. J.Austen.



6.3. but **I must tell** you that I have good reason to believe your little friend will soon hear of something to her advantage. J.Austen.

Дієслово *must* у правосторонній позиції сполучається також із займенником 1-ої особи:

7.1. I promise you to make none for myself, papa; but **I must**, indeed, for other people. J.Austen.

7.2. If I were to marry, **I must** expect to repent it. J. Austen.

За кількісними показниками сполучуваність дієслова *must* із займенником у 1-й особі однини/множини (111 випадків з загального числа вживань 560) займає друге місце.

Із займенником 2-ої особи:

8.1. **You must** make my apologies to your friend. J.Austen.

8.2. Perhaps you think I am come on purpose to quarrel with you, knowing Weston to be out, and that **you must** still fight your own battle. J.Austen.

Сполучуваність дієслова *must* із займенником у 2-й особі (72 випадки з загального числа вживань 560) займає друге місце.

Із займенником 3-ї особи або іменником для позначення 3-ї особи:

9.1. **It must** be done directly; **it must** be done in London. J.Austen.

9.2. **A poet** in love **must** be encouraged in both capacities, or neither. J.Austen.

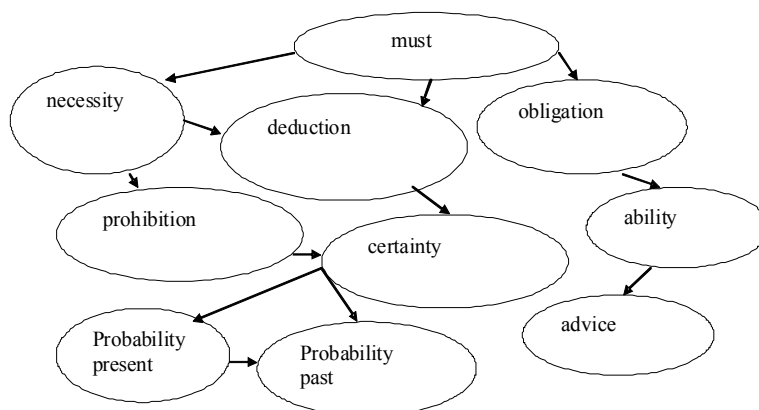
9.3. **Things must** come to a crisis soon now. J.Austen.

9.4. **Harriet must** give us as much of her company as she can while my brother and sister are here. J.Austen.

Сполучуваність дієслова *must* із займенником або іменником у 3-й особі (377 випадків з загального числа вживань 560) займає перше місце.

**Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок.** *Must* за своїм дискурсивним значенням може входити до двох груп модальних дієслів – перша група виражає ступень впевненості, коли подія або ситуація може бути certain, probable, possible or impossible; і друга група вирізняє obligation, ability, necessity, prohibition or negative obligation. Дискурс-аналіз вирізняє наступні компоненти у семантиці *must*: necessity (9.1.), probability in the present (8.2.), probability in the past/past certainty(3.2.2.) [8: 65-70], certainty complete (7.1.), deduction logical (9.3.), obligation imposed by the speaker (9.4.), prohibition or negative obligation (2.2.), ability (3.2.1.), advice (8.1.) [7: 335-336]

Схема № 2. Компоненти дискурсивної семантики *must*.



Кількісний аналіз сполучуваності дієслова *must* у сучасному англійському дискурсі підтверджує нашу гіпотезу про те, що вербалізація концепта obligation/necessity, направлено на 2-гу особу за допомогою дієслова *must* не є частотною. Частота сполучуваності дієслова *must* із займенником або іменником у 3-ій особі однини /множини свідчить про те, що компонент obligation не є ядерним для модального плану дискурсу Джейн Остін.

Кількісний аналіз сполучуваності дієслова *must* у сучасному англійському дискурсі підтверджує нашу гіпотезу про те, що вербалізація концепту obligation/necessity, направлено на 2-гу особу за допомогою дієслова *must* не є частотною. Частота сполучуваності дієслова *must* із займенником або іменником у 3-ій особі однини/множини

свідчить про те, що компонент *obligation* не є ядерним для модального плану дискурсу Джейн Остін.

Відповідно наведені факти необхідно верифікувати у структурі різних авторських дискурсах для встановлення типології модальних операторів.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Тагильцева Ю.Р. Субъективная модальность и тональность в политическом интернет-дискурсе. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2006. – 22 с.
2. Урысон Е.В. Проблемы исследования языковой картины мира. Аналогия в семантике. – Москва: Языки славянской культуры, 2003. – 224 с.
3. Barsalou L., Simmons W., Barbey A., Wilson C. Grounding Conceptual Knowledge in Modality-Specific Systems. *Trends in Cognitive Science*. – 2003. – 7.2. – Pp. 84–89.
4. Eastwood John. *Oxford Practice Grammar*. – Oxford: OUP, 1996. – 334 p.
5. Johnstone B. *Discourse Analysis*. – Malden, USA: Blackwell Publishers, 2008. – 311 p.
6. Parrot M. *Grammar for English Language Teachers*. – Cambridge: CUP, 2001. – 514 p.
7. Swan M. *Practical English Usage. Second Edition*. – Oxford: OUP, 1997. – 658 p.
8. Vince M. *Advanced Language Practice*. – Oxford: Macmillan Heineman, 1998. – 295 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Валерій Михайленко** – доктор філологічних наук (Росія), професор, завідувач кафедри сучасних європейських мов Буковинської державної фінансової академії, Чернівці.

*Наукові інтереси:* дискурс-аналіз, історична граматики, переклад.

## СОВРЕМЕННАЯ ДРАМАТУРГИЯ В АСПЕКТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Ирина ЗАЙЦЕВА (Луганск, Украина)

*У статті аналізуються перспективи вивчення сучасного драматургічного мовлення з позицій теорії та практики між культурної комунікації – інтердисциплінарної галузі, що активно розвивається на рубежі XX–XXI століть. Розгляд естетично ускладненого мовлення у заявленому аспекті створює можливості для більш повного і глибокого збагнення її своєрідності.*

*The perspectives of learning modern dramaturgic speech from the positions of theory and practice of intercultural communication – of interdisciplinary human domain, actively developing on the border of XX–XXI ages are analyzed in the article. Consideration of esthetically complicated speech in the declared aspect created possibilities for more complete and deep understanding of its originality.*

Одним из проявлений вновь утверждающейся в филологической науке рубежа XX – XXI веков антропоцентрической парадигмы безусловно можно считать повышенный интерес к проблемам речевой коммуникации. Результатом возросшего внимания исследователей к этой сфере общения стало, к примеру, выделение в особую отрасль *коммуникативной лингвистики*: „нового напрямку сучасної науки про мову, предметом якого є процеси спілкування людей з використанням живої природної мови, а також з урахуванням усіх наявних складових комунікації (фізичних, фізіологічних, психологічних, соціальних, контекстних, ситуативних та ін.)” [2: 8], или *теории и практики речевой коммуникации* (речевой коммуникации).

Очевидно, что в современной науке о речевой коммуникации всё более существенное место занимают проблемы *межкультурного речевого взаимодействия*, т. е. общения, в котором участвуют языковые личности (далее – ЯЛ), принадлежащие к разным лингвокультурным сообществам и, соответственно, отличные как минимум по входящему в их структуру (структуру ЯЛ) *национальному компоненту*. Акцент на национальной составляющей ЯЛ был сделан ещё Ю. Н. Карауловым, с именем которого связывают актуализацию термина «языковая личность» в 80-е годы минувшего столетия: «Некоторая доминанта, определяемая национально-культурными традициями и господствующей в обществе идеологией, существует, и она-то обуславливает возможность выделения в общезыковой картине мира её ядерной, общезначимой, инвариантной части. Последняя, вероятно, может расцениваться как аналог или коррелят существующего в социальной психологии (не общепринятого) понятия базовой личности, под которым понимается структура личности (установки, тенденции, чувства), общая для всех членов общества и формирующаяся под воздействием семейной, воспитательной, социальной среды» [7: 37].

На этой же – национальной – составляющей ЯЛ акцентируют внимание другие исследователи проблем межкультурной коммуникации, развивающие идеи Ю. Н. Караулова. Так, Д. И. Гудков, представивший в одной из своих работ [3] набор конститутивных признаков ЯЛ, включает в этот перечень и параметр, фиксирующий национальную специфичность: «Каждая языковая личность уникальна, обладает собственным когнитивным пространством, собственным «знанием» языка и особенностями его использования, можно, однако, выделить **национальную инвариантную часть в структуре языковой личности**, обуславливающую существование общенационального языкового типа и детерминирующую принадлежность индивида к тому или иному лингво-культурному сообществу. **Не существует языковой личности вообще, она всегда национальна, всегда** (за исключением маргинальных случаев) **принадлежит определённому лингво-культурному сообществу»** (выделено мною. – И. З.) [3: 49 – 50].

Интерес к проблемам межкультурного речевого взаимодействия вполне закономерно затронул и область функционирования *художественной речи*, где из всех функций языка на первый план выдвигается *эстетическая*, в той или иной мере подчиняющая себе все остальные. Такой интерес предопределён в первую очередь тем, что в большинстве словесно-художественных произведений авторы эстетически осмысливают разные виды межличностной и иного рода коммуникации, находящей воплощение в диалогах, монологах и полилогах персонажей, их внутреннеречевых проявлениях, невербальных средствах общения и т. д. Некая дистанцированность от задач сугубо практической коммуникации, закономерная для художественной речи, позволяет взглянуть на зафиксированное в художественной литературе речевое общение, образно говоря, без привычной заангажированности, а значит выявить и те коммуникативные особенности, которые в практическом речевом общении либо отсутствуют, либо (в связи с их неактуальностью в данном коммуникативном контексте) воспринимаются как периферийные, неосновные.

Представляется, что особый интерес для рассмотрения в аспекте межкультурного взаимодействия представляют *драматургические дискурсы* (пьесы), в особенности *современные*, появившиеся в последние 10 – 15 лет. Прежде всего такой интерес обусловлен спецификой драматургии как литературного рода – в пьесах преимущественными формами организации привлекаемого автором языкового материала являются *диалогическая* и *монологическая* формы, наиболее приближенные к естественной коммуникации, которая чаще всего реализуется в устном разговорном общении. Кроме того, типичные коммуникативно-речевые ситуации, художественно воссоздаваемые авторами пьес, способствуют бóльшей «выпуклости» элементов индивидуально-авторского почерка драматургов, на выявление и описание которых в значительной степени направлена современная лингвистическая поэтика (это, к примеру, использование автором пьесы – в эстетически преобразованном виде – тех или иных коммуникативно-речевых стратегий и тактик, риторических приёмов и т. д.).

Вовлечение в воплощённое в пьесе эстетически осложнённое общение коммуникантов, принадлежащих к разным культурам, по нашим наблюдениям, интересует современных драматургов всё чаще. Подтверждением этого может, например, служить одно из последних произведений популярного драматурга Николая Коляды «Птица Феникс» [8], основной пружиной интриги которой становится взаимодействие лингво-ментальных представлений персонажей, репрезентирующих различные культуры: немецкого актёра Мартина Штарка и четверых российских актёров. Это взаимодействие выливается в несовпадение взглядов, позиций и т. д. на многие факты и процессы, в контексте которых персонажи существуют, что, в свою очередь, обуславливает преимущественно *полемический* характер избираемых действующими лицами *речевых жанров* (впрочем, справедливости ради, следует отметить, что иногда именно в ходе этой полемики действующие лица обнаруживают не только сходство, но тождество своих позиций).

Несомненный интерес для изучения художественного воплощения характерных особенностей межкультурного общения представляют, на наш взгляд, и пьесы М. Арбатовой: в её драматургических произведениях «Дранг нах вестен», «Взятие Бастилии», «По дороге к себе» и др. разные точки зрения на то или иное явление в диалогах персонажей (в пьесе

«Взятие Бастилии» это, например, роль и назначение женщины в обществе) нередко предопределяются именно оценкой этого явления с позиций *разных* жизненных систем, сформировавшихся в *разных национальных культурах*. Интересно отметить, что иногда различие позиций субъектов речи является не результатом длительного пребывания их в разных национально-культурных средах, а следствием опоры на те или иные стереотипы о жизни представителей «чужой» культуры, которые по разным причинам утвердились в их «родном» национально-культурном сообществе.

В ряде публикаций нам уже приходилось обосновывать перспективность рассмотрения современной драматургической речи с позиций межкультурного коммуникативного взаимодействия [см., например: 5; 6]; в настоящей работе речь пойдёт ещё об одном аспекте подобного анализа, также представляющего, по нашему мнению, несомненный исследовательский интерес.

Предметом рассмотрения в данном случае является одна из двух драматургических новелл<sup>1</sup>, входящих в пьесу «Дранг нах вестен»: новелла «Мой муж – русский художник» [1], где процесс межкультурного взаимодействия художественно осмыслен достаточно нестандартно. Персонажей в драматургическом произведении всего двое – **Он** и **Она**; как выясняется из текста произведения (список, представляющий действующих лиц, в пьесе отсутствует), это супружеская пара с довольно большим семейным стажем, у которой двое детей. На первый взгляд, никакого конфликта, обусловленного принадлежностью к разным культурам, между персонажами пьесы быть не может – очевидно, что оба прошли личностное становление в общем лингво-культурном пространстве, репрезентантами которого они и являются. Именно в этом пространстве *Он* и *Она* сформировали и свои *языковые личности*, в которых безусловно присутствует и национально-культурный компонент, *a priori* во многом совпадающий, что должно бы предопределить и сходство точек зрения хотя бы на некоторые явления.

И тем не менее драматургическое действие, зафиксированное в разворачивающемся в пьесе диалогом, базируется именно на *культурных* (и, как следствие, *лингво-культурных*) *различиях*, которые художественно осмыслены автором-драматургом весьма необычно.

Нестандартность проявляется в первую очередь в том, что носителем разных культурных стереотипов становится один персонаж – *Она*. Готовясь эмигрировать с детьми из России 90-х в США, героиня пьесы постоянно пытается «примерить» на себя «культурную маску», которую ей, по её же мнению, предстоит носить в другой жизни, в ином лингво-культурном пространстве. При этом *Она* старается разорвать со старой жизнью максимально решительно, образно говоря, родиться заново в ином культурном контексте, о чём прямо заявляет остающемуся мужу: «Я сойду с самолёта в новом платье. Во всём новом. **Я начну жить в другом измерении**» (выделено мною. – И. З.) [1: 610]. Желание героини искоренить в себе всё, так или иначе связанное с оставляемой *здесь* жизнью, настолько велико, что она проявляет его постоянно, в том числе и в ситуациях, когда это явно некстати – как, например, в приводимом далее фрагменте:

«**Она.** Ай эм хеппи. Ай эм вери хеппи. Ай хав ту чилдрен, сан энд дота. Май хазбенд из рашен атист.

**Он.** Что ты там бормочешь?

**Она.** Учю английский. ...

**Он.** Я вижу, ты чрезвычайно довольна собой.

**Она.** А почему бы нет? Ты ведь считал, что я – кухонная баба. А я, пока ты страдал и жаловался на жизнь, сделала всё! Я даже добилась статуса беженца себе и детям! Посмотри, твой Васька до сих пор болтается в Риме на случайных заработках, Горинштейн со своей докторской пашет в Хайфе на заводе, а его жена-искусствовед вообще моет полы в больнице!

...

**Она.** Твой Ахметов, узнав, что я лечу в Бостон, просто на глазах похудел от зависти!

**Он.** Ну и что?

**Она.** Ничего. Ровно через три дня дети будут жителями Соединённых Штатов Америки, и они будут жить под голубым небом, а не под гербом Советского Союза!» (выделено мною. – И. З.) [1: 607 – 608].

Кстати, именно эта напористость героини и настораживает в первую очередь адресата-читателя, наводит на мысль, что всё не совсем так, как *Она* хочет представить (это впоследствии подтвердит и сама героиня). Постоянные (а иногда и явно избыточные) акценты на одном и том же содержании вселяет в адресата подозрение, что *Она* старается внушить определённую информацию прежде всего себе: убедить себя в том, что в чужой стране у неё всё, в том числе и она сама, будет по-новому и, конечно же, лучше; что она обязательно преодолет там любые возникшие трудности... Там и *Она* будет по-другому – американскими глазами – смотреть на мир и по-американски, как и все эмигранты, воспринимать его, поэтому всё у неё и у её детей будет складываться успешно:

**«Он. ... Как же ты там будешь жить?»**

**Она.** Я – еврейка. И мои дети – евреи.

**Он.** Да какая ты еврейка?! Скажи хоть пять слов по-еврейски, а потом утверждай, что ты еврейка.

**Она.** Дело не в пяти словах. Я сойду с самолёта в новом платье. Во всём новом. Я начну жить в другом измерении. Ам эм хэппи. Ай хав тучилдрен. Май хазбенд из рашен атист» (выделено мною. – И. З.) [1: 610].

Однако, судя по всему, полной уверенности в том, что она безболезненно сможет интегрироваться в другую жизнь (и, соответственно, комфортно себя чувствовать в ином лингво-культурном пространстве) у героини нет – именно поэтому любые напоминания о *здесьних* реалиях выводят её из равновесия. Во-первых, это, конечно же, реплики мужа, который постоянно акцентирует *Её* внимание на том, насколько *Она* «вросла» в *здесьнюю* жизнь, облекая в слова всё же остающиеся у героини сомнения по поводу её отъезда в «обетованную землю». Высказанное положение весьма убедительно, на наш взгляд, иллюстрируют приводимые далее диалогические фрагменты:

**«Он.** Малыш какой-то бледный. Ленка нормальная, а он – бледный.

**Она.** Ничего. В Бостоне порозовеет.

**Он.** По эмигрантским детям очень плохая статистика. У Довлатова это было: помнишь, в предсмертных его передачах? Очень много самоубийств и наркомании.

*Звон разбитой чашки.*

**Она** (*кричит*). Зачем ты мне душу мотаешь?! Зачем? У тебя есть цель или просто по привычке? Мы ведь уже сто раз всё выяснили!» [1, с. 608–609];

**«Он.** Есть такая пословица: «Куда бы ты ни поехал, ты обязательно возьмёшь с собой себя».

**Она.** Ты говоришь, как человек, который остаётся.

**Он** (*бьёт кулаком по столу*). Да не остаюсь я здесь, а живу! Поняла? Живу! Представь себе экономический кризис в любой стране, и вдруг интеллигенция хватается за чемоданы. Что-то я такого не припомню!

**Она.** Я – не интеллигенция. Я – кухонная баба. И я спасаю своих детей.

**Он.** Когда хочется десяти сортов колбасы, вы все почему-то начинаете кричать о спасении детей. Тогда уж кричи о том, что ты хочешь спасти их желудки, потому что души в Америке не спасают.

**Она.** Тебе пора читать лекции по красным уголкам» (в обоих фрагментах выделено мною. – И. З.) [1: 610 – 611].

Не менее раздражающими для героини факторами становятся и просьбы Марины – подруги, которая уже давно пребывает в Бостоне (именно в той самой «обетованной земле», в которую и отправляется *Она* с детьми): *Она* никак не может постичь, почему, живя, по её мнению, в раю, подруга так скучает по символам оставленного на родине «ненавистного» прошлого (советским детским книжкам, кукле-неваляшке, сборнику стихов Николая Гумилёва) и просит захватить с собой именно их:

*«Звонит телефон.*

**Он.** Межгород.

**Она.** Это Бостон, пусти. Алло! Алло! Мариша, это ты? Привет! Что? Плохо слышно. Да всё отлично. Что? Да. Привезу. Что? Гумилёв? Он у меня антикварный, его без разрешения Ленинки не вывезти. Я попробую купить у книжников. Что ты, у них теперь что хочешь

можно купить. **Что? Детские книжки? В Бостоне тебе мало детских книжек? Тебе хочется именно советские? Ну, ты рехнулась! Может, тебе набор открыток пионеров-героев привезти? Что? Я не слышу! Тьфу. Чёрт, разъединили! Я же ей ничего не успела сказать!»** [1: 611];

«**Она.** Алло! Мариша! Как хорошо, что ты прозвонилась, я же тебе ничего не успела сказать! Ты за свои звонишь или за фирмины? Отлично, тогда давай подробней. Что? Громче. Янтарь? Он теперь здесь стоит столько же, сколько и у вас. **Что? Неваляшку? Зачем тебе неваляшка? Неужели в Америке нельзя найти ребёнку неваляшку?** Ну хорошо, я поищу. Слушай, Марина, я хотела у тебя спросить... О, чёрт! Опять разъединили! ...» (в обоих фрагментах выделено мною. – И. З.) [1: 608].

Несовпадение мнений, точек зрения по тем или иным вопросам, обусловленное в первую очередь разностью социально-культурных и, как следствие, лингво-культурных позиций, становится для диалога, который разворачивается в пьесе «Мой муж – русский художник» основной движущей пружиной. Примечательно, что такие позиции нередко намеренно манифестируются персонажами (чаще всего *Ею*) как контраргумент для собеседника, хотя это вовсе не означает полного согласия говорящего с репрезентируемой им точкой зрения (иногда это не более чем привлечение для своих целей распространённого стереотипа, который совсем не обязательно отражает истинное положение вещей). Это мы наблюдаем и в уже цитируемом ранее фрагменте, где *Он* говорит о «плохой статистике по эмигрантским детям», распространении в США детской наркомании и самоубийств; в приводимом далее фрагменте на один из существующих в бытовом сознании стереотипов (устойчивое мнение о том, что близкие творческих людей вынуждены брать на себя все повседневные хлопоты) опирается *Она*:

«**Она.** Ты ведь принёс меня в жертву тому, что ты не удался.

**Он.** Я ничего не делал насильно.

**Она.** Ты старше меня на семнадцать лет! Ты обманул, приручил и развратил меня. Ты не дал мне увидеть, что в мире бывают свободные люди и отношения» [1: 612 – 613].

Именно несходство и острота «сталкиваемых» в коммуникативном взаимодействии мнений во многих случаях обеспечивают использование в диалоге такого весьма действенного для художественной речи приёма, как *эффект обманутого ожидания*<sup>2</sup>; способствуют нестандартному речевому оформлению мысли и, соответственно, придают диалогу то концептуально-эстетическое своеобразие, которое формирует базу для определённого читательского отношения: для восприятия драматургического произведения не только как интересного, увлекательного чтения, но и как *качественной* художественной литературы.

В частности, *эффект обманутого ожидания*, основанный на культурно-поведенческих различиях (разные оценки творчества известного художника, в данном случае диктуемые персонажам установившимся распределением ролей в их семье) мы наблюдаем при затрагивании собеседниками темы творчества Гогена: *Он* – творческая натура, художник – судит о Гогене как о собрате по профессии, *Она* – как заурядный обыватель, по мнению которого для всех людей моральные нормы одинаковы:

«**Он.** ... Это была другая жизнь. Может быть, я весь там и остался. Там была простота и необязательность. Там была свободная палитра – знаешь, как у Гогена.

**Она.** Твой Гоген оставил жену и детей в Париже. А эти его дневники омерзительные? Он знал, что приезжал к туземцам с сифилисом. Он заражал их направо и налево и писал о полноте бытия. Это чёрная свобода.

**Он.** Вот точно текст для красного уголка. Гоген – великий художник.

**Она.** Правильно. Гоген был великий художник, а туземцы были дети. Они не знали антибиотиков, они смотрели ему в рот и предлагали своих жён. Они не знали, что художники – люди, свободные от моральных норм» [1: 613 – 614].

Полемичный, временами явно конфликтный диалог завершается парадоксально: для адресата становится очевидным, что у коммуникантов-персонажей куда больше общего, нежели различного и что *Её* стремление эмигрировать – это прежде всего попытка изменить себя, причём изменить для того, чтобы ... вновь вернуться к *Нему*:

«Она ...

Я должна уехать, чтоб освободиться от тебя, чтоб стать человеком без комплекса второсортности. Потому что если я не освобожусь от него, я передам его детям! Но потом, когда я стану нормальным человеком, я снова буду жить с тобой, и это неважно – здесь или там. Потому что ты старый больной неудачник и никому, кроме меня, не нужен! И потому, что я люблю тебя» (выделено мною. – И. З.) [1: 617 – 618].

Собственно говоря, финал пьесы в определённой мере подтверждает приводимое ранее мнение Д. Б. Гудкова о том, что *языковой личности вообще не существует, она (ЯЛ) всегда национальна*: ведь героине пьесы, несмотря на все старания, не удастся зачеркнуть в себе всё из того, что сформировано в ней пребыванием в определённой национально-культурной среде – к примеру, сугубо славянское отношение женщины к мужчине, где сложно разграничить любовь и жалость (ср.: *Потому что ты старый больной неудачник и никому, кроме меня, не нужен! И потому, что я люблю тебя*).

Результаты предпринятого анализа, по нашему мнению, могут оказаться весьма полезными для более глубокого осмысления как проблем теории и практики межкультурной коммуникации, так лингвистической поэтики, поскольку создают возможности для более полного и многогранного рассмотрения эстетически воплощённого процесса межличностного взаимодействия.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

1. Арбатова М. И. Мой муж русский художник / М. И. Арбатова // Арбатова М. И. По дороге к себе: пьесы / М. И. Арбатова. – М.: Издательский дом «Подкова», 1999. – С. 607 – 618.
2. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики: підручник / Ф. С. Бацевич. – К.: Видавничий центр „Академія”, 2004. – 344 с.
3. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М.: ИТДКК «Гнозис», 2003. – 288 с.
4. Донгак С. Б. Обманутое ожидание / С. Б. Донгак // Культура русской речи. Энциклопедический словарь-справочник; под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. – М.: Флинта; Наука, 2003. – С. 371 – 372.
5. Зайцева И. П. «Инокультурный» речевой субъект в современном драматургическом диалоге / И. П. Зайцева // Південний архів. Філологічні науки: збірник наукових праць. Вип. XXXVII. – Херсон: Видавництво ХДУ, 2007. – С. 36 – 41.
6. Зайцева И. П. Слово как маркер инокультурности персонажа в современном драматургическом тексте / И. П. Зайцева // Фразеологизм и слово в национально-культурном дискурсе (лингвистический и лингвометодический аспекты): Международная конференция, посвящённая юбилею д. ф. н., проф. А. М. Мелерович (Кострома, 20 – 22 марта 2008 г.) – М.: ООО «Издательство „Эллис”», 2008. – С. 312 – 316.
7. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – 264 с.
8. Коляда Н. Птица Феникс / Н. Коляда. // Современная драматургия. – 2004. – № 2. – С. 49 – 71.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> Автор произведения, М. Арбатова, определяет составные части пьесы «Дранг нах вестен» изобретённым ею термином *сценические новеллы*; произведение состоит из двух сценических новелл: «Мой муж – русский художник» и «Война отражений».

<sup>2</sup> Под *эффектом обманутого ожидания* в стилистике понимают «экспрессивный эффект, возникающий в результате нарушения норм, стереотипов восприятия (я языковых, речевых, логических, онтологических, поведенческих, социальных и т. д.)» [4: 371].

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ірина Зайцева** – доктор філологічних наук, проректор з наукової роботи Луганського державного інституту культури та мистецтв, доцент.

*Наукові інтереси:* лінгвістична поетика, лінгвокультурологія, комунікативна лінгвістика.

## СТИЛЬОВА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ АНГЛОМОВНИХ ОДИНИЦЬ ІДІОМ

**Ангеліна СИНГАЇВСЬКА, Олександр МОСЕЙЧУК (Житомир, Україна)**

*У статті проаналізовано проблему стильового розширення однослівних ідіом сучасної англійської мови та їх реалізацію у публіцистичному дискурсі, розроблено класифікацію стильової диференціації однослівних ідіом та окреслено тенденції їх міжстильової взаємодії.*

*The paper focuses on both the stylistic classification of English one-word idioms and their functioning in modern journalistic discourse. The research seeks to provide the elaborated stylistic classification of one-word idioms as well as to trace their tendency to stylistic interplay and migration.*

З точки зору стилістики однослівні ідіоми (ОІ) являють собою неоднорідний корпус мовних одиниць. Стильова диференціація ОІ ускладнюється ще й тим, що завдяки експресивності ідіоматика перетинається з суміжними поняттями “сленгу”, “жаргону”, “арго”, “професіоналізму”, “просторіччя” тощо. **Ідіоматика** є прошарком лексики мови, до

складу якого входять різноструктурні вторинні експресивні номінації – слова, словосполучення та речення. При такому тлумаченні ідіоматика виходить за межі фразеології. Занадто вузьке і структурно лімітоване тлумачення поняття ідіоматики, яке панувало у фразеології з моменту її оформлення як мовознавчої науки до недавнього часу, є причиною того, що поняття ідіоми застосовувалося переважно до словосполучення (ідіоми-фразеологізми), у той час як однослівним ідіомам майже не приділялося уваги [3: 8].

*Актуальність* дослідження зумовлена відсутністю праць, присвячених вивченню стильових параметрів однослівних ідіом, а також необхідністю їх подальшої лексикографічної розробки. *Метою* роботи є визначення стильових особливостей ОІ та їх класифікація. *Об'єкт* дослідження складають англійські однослівні ідіоми, а *предмет*, відповідно, – їх стильові характеристики.

Отже, **однослівна ідіома** – це одно- або багатоосновна лексична одиниця, що характеризується структурно-семантичною цільнооформленістю, узуальною стійкістю, переосмисленим значенням, образністю, експресивністю, емотивною оцінністю та є продуктом креативної рефлексивно-номінативної діяльності носіїв мови, спрямованої на посилення регулятивного потенціалу мовного знака шляхом вторинної номінації [3: 3].

Переважна кількість ОІ входить до розряду колоквіалізмів і виокремлюється у словниках за допомогою позначок *spoken, informal*, що відповідає українському терміну *фамільярно-розмовний*: *lazybones informal* (ледар, ледацюга), *dumbbell American English/informal* (дурень), *lemon especially American English/informal* (неприємна людина; непотрібна (дешева) річ), *nutcase informal* (псих), *sharpish British English/spoken* (швидко), *rat spoken* (зрадник; ренегат; людина, що залишає організацію тощо в скрутні часи), *eyewash British English/spoken/old-fashioned* (окозамилування), *lousy especially spoken* (мерзенний, огидний; паршивий), *nut British English/spoken* (вдарити когось головою) [7].

Колоквіалізми поділяються на власне колоквіалізми і низькі колоквіалізми. Власне колоквіалізми притаманні фамільярно-розмовному мовленню, а низькі колоквіалізми – просторіччю і є проміжною ланкою між фамільярно-розмовним мовленням та просторіччям. Вони легко проникають у літературно-розмовне мовлення, а також сприяють проникненню сленгізмів з просторіччя в інші різновиди мовлення. Саме приналежність ОІ до нормативного фамільярно-розмовного мовлення та їх прагматичний потенціал пояснює розповсюдженість ОІ у публіцистичному дискурсі.

ОІ притаманні також і спеціальному сленгу/жаргону, наприклад: 1) аргот: *clay* – гашиш високої якості (*Ask Bruno where you can dig up some clay*); *kingpin* – велике цабе, головна фігура (*The drug kingpins are well protected*) [4]; 2) професіональний сленг/жаргон (наприклад, медичний): *gasser/gass-passer* (анестезіолог); *slasher* (хірург); *knuckledragger* (ортопед); ***shotgunning*** (використання великої кількості медичних тестів з надією, що хоча б один з них допоможе визначити хворобу); ***bounceback*** (пацієнт, що повертається до лікарні після попереднього лікування та виписки з такими ж скаргами); ***bagging*** (процес підтримки дихання пацієнта за допомогою повітряної подушки, що під'єднується до маски); ***banana*** (пацієнт хворий на жовтяницю); 3) корпоративний (наприклад, молодіжний): *folks* – батьки, “старі” (*I'll have to ask my folks if I can go*); *cool* – гарний, чудовий, класний (*This is a really cool setup*); *doll* – гарна дівчина/жінка, “лялечка”, “краля” (*Who's the doll I saw you with last night*); *chill* – заспокоїтися, охолонути (*All right now, people, chill...chill*) [4].

Значна кількість ОІ належить до прошарку вульгаризмів. Основною ознакою, що відрізняє вульгаризми від інших грубих виразів, є ступінь грубості, яка межує з непристойністю [2: 102]. Вульгаризми складаються з трьох груп: 1) нецензурні одиниці з позначкою “табу”; 2) богохульства (блюзнірства); 3) вульгаризми-інтенсифікатори. Отже, загалом вульгаризми визначаються як нецензурні слова і вирази, лайливі слова, дуже грубі прокляття, що викликають протест слухачів і не допускаються у пристойній розмові, у присутності жінок і дітей [5: 79-81]. Результати аналізу нашого емпіричного матеріалу свідчать про існування ще однієї групи вульгаризмів, пов'язаних з поняттям “політкоректність”. Вульгаризми цієї групи можна позначити терміном “дискримінативи”, оскільки вони є засобом дискримінації певної національності, статі, сексуальної орієнтації тощо, наприклад: *coon/spade* (чорномазий, нігер), *whitey* (особа євросеїдної раси,



блідошкірий, блідопикий), *Frog* (француз, “лягушатник”, жабоїд), *wetback* (мексиканець-нелегал), *kraut* (німець, фриць), *poof/poofier/queen* (гомосексуаліст, “педик”), *tongol* (людина хвора на синдром Дауна).

Слід зазначити, що, завдяки ЗМІ, велика кількість жаргонізмів стандартизуються, тобто проникають у нормативні прошарки мови, зокрема у фамільярно-розмовне мовлення і популяризуються у широких верствах населення під впливом різних чинників. З іншого боку, популяризація жаргонізмів пояснюється так званою “демократизацією”, зниженням нормативних рамок у сучасному суспільстві у порівнянні з попередніми етапами його розвитку. Наслідки такого стильового зміщення найбільш широко проявляються у публіцистичному дискурсі, оскільки ЗМІ є засобом впровадження й асиміляції одиниць усного мовлення у сфері публіцистики, а також засобом формування мовленнєвих навичок, смаків та естетики членів певної лінгвокультурної спільноти.

Стилістично ідіоми пропонується маркувати за допомогою трьох типів словникових позначок: часових, власне стилістичних (регістрових) та дискурсивних [1].

Часова позначка “застаріле” (іноді “архаїзм” (“old-fashioned” у термінології англословних лінгвістів) або її значуща відсутність надає можливість розмежовувати застарілі ОІ, що обмежуються частотністю вживання та визначаються кількісним шляхом, і ОІ притаманні сучасному мовленню. Прикладом застарілих ОІ можуть служити наступні лексичні одиниці: *eyewash* (окозамилування); *fiddlesticks* (дурниці!); *dunderhead* (дурна голова, телепень); *limey* (англієць); *madcap* (урвиголова, шибайголова, шибеник; паливода); *milksop* (безхарактерна (легкодуха) людина, “квач”, “ганчірка”, “баба”), *pipsqueak* (нікчема, нікчемник, непотріб), *saucy* (непристойний), *swell* (поважна персона, велике цабе, “шишка”). Застарілі ОІ широко вживаються у публіцистичному дискурсі, художній літературі та розмовному мовленні з метою створення певного ефекту.

А. Н. Баранов і Д. О. Добровольский [1] серед власне стильових позначок, що використовуються для стилістичної диференціації ідіом, виділяють “високе”, “нейтральне”, значуща відсутність позначки, “знижене”, “брутальне”, “непристойне” і “нецензурне”. Оскільки майже всі ОІ (та інші структурні типи ідіом) належать до розмовного мовлення, позначка “розмовне” є недоречною і надлишковою у межах корпусу ОІ: “маркується лише те, що відрізняється за стилістичними характеристиками від більшості стилістично нейтральних лексем” [1]. Отже, відсутність спеціальних позначок означає, що ОІ належить до розмовного мовлення, стиль якого є характерним для повсякденного спілкування і утворює точку відліку з протилежними полюсами “високе” та “нецензурне”. Нейтральними у власне стилістичному відношенні є ОІ, розташовані на один щабель вище нульової позначки, а зниженими – на один щабель нижче. На думку авторів, загальносистемний зсув у бік розмовності та субстандарту вимагає більш диференційного підходу до зниженого регістру мовлення і призводить до необхідності маркування знижених ОІ за допомогою позначок “знижене”, “брутальне”, “непристойне” і “нецензурне”. Слід зазначити, що стильова позначка “знижене” співвідноситься з ОІ, що належать до стилю мовлення нижчого за стиль повсякденного спілкування, але не пов’язаного з брутальними, непристойними або нецензурними ОІ.

Таким чином, вибудовується градуальна система стильових позначок ОІ:

1. “**високе**”: *chameleon* (хамелеон (про людину)); *eagle-eyed* (гострозорий); *viper* (змія, гадюка (про людину)); *vixen* (сварлива жінка, мегера); *manikin* (чоловічок; карлик); *odyssey* (одісея, мандрювання); *puckish* (пустотливий, грайливий); *pygmy* (пігмей, карлик, нікчема); *silver-tongued* (красномовний); *stouthearted* (сміливий, стійкий): “*Lenity and forbearance have only nursed the viper into life,*” *the Tribune thundered* [6];

2. “**нейтральне**”: *albatross* (тягар); *eyesore* (щось огидне (для ока), “більмо на оці”); *gatecrash* (приходити/проходити без запрошення/квитка); *off-the-cuff* (спонтанний, непідготовлений); *oily* (слейний, улесливий); *paper-pusher* (канцелярський шур); *pawn* (пішак); *red-blooded* (стовідсотковий, закоренілий); *sandbag* (змушувати, приневолювати), *spoon-feed* (детально пояснювати, “розжовувати”): *Scott Eyre agreed that Zell is only doing what any red-blooded capitalist would do in the same situation* [6];

3. **значуща відсутність позначки:** *rip-off* (здирицтво); *scribbler* (писака); *shilly-shally* (бути нерішучим, вагатися); *skyrocket* (швидко підніматися (рости); *slowcoach* (млява (тупувата, відстала) людина); *smartypants* (розумник, всезнайка); *sweet-talk* (вмовляти когось за допомогою лестощів); *swell-headed* (зарозумілий, самовдоволений, чванькуватий, високої думки про себе); *washout* (невдача); *well-heeled* (заможний, багатий, при грошах): *So it's all up to you. Classroom scribbler or contemporary master? Both are an option* [10];

4. **“знижене”:** *pigheaded* (впертий); *stinker* (мерзотник, покидьок, лайно); *sucker* (телепень, “лох”); *worm* (хробак, нікчемна людина); *earhole* (вухо); *fats0* (товстун, кабан); *loudmouth* (крикун); *cakehole* (рот); *minted* (заможний, “запакований”); *moon* (показувати зад публічно); *mouthy* (балакучий, багатослівний, язикатий); *nimrod* (дурень, тупоголовий, ідіот): *Free Angelina! That's all I could think as I watched Angelina Jolie square her jaw against yet another stinker, this one the unsavory thriller “Taking Lives”* [8];

5. **“брутальне”:** *shirt-lifter/pansy* (гомосексуаліст, гомик); *slapper* (шльондра); *fishwife* (сварлива жінка. “базарна баба”); *pissed* (п'яний), *paw* (лапати, мацати); *mug* (морда, пика): *He is, in fact, just abuse stuffed into a waistcoat: having killed one woman he attempts to degrade and derange his wife, while also lustily pawing the household's young maid* [11];

6. **“непристойне”:** *rat-arsed* (вкрай п'яний); *screw* (статевий акт, “трах”); *shit-hot* (найкращий, супер, (рос. охренительный); *shithead* (повний ідіот, дурло); *shithole* (брудне, неприємне місце); *shitty/piss-poor* (вкрай поганий, неприємний (пор. рос. дерьмовый, херовый); *sisy* (жінкоподібний чоловік або хлопець, “баба”); *stiffy* (ерекція, “стояк”); *lard-ass* (жирна свиня (про людину), *piss-ant* (козел, гондон); *piss-take* (знущання, глузування); *pisser* (щось складне і неприємне; лайно), *pisshead* (людина, що вживає непомірно багато алкогольних напоїв (рос. бухарь), *pissy* (злий, роздратований): *Now the worst ever passes the ancient office to another talentless lardass as the post is abolished* [9];

7. **“нецензурне”:** *spade/coon* (нігер, чорнопикий); *wetback* (мексиканець-нелегал), *mick* (ірландець), *motherfucker* (неприємна людина, козел, гондон), *scrubber* (шльондра, проститутка), *crack/cabbage/basket* (жіночий статевий орган).

Слід зазначити, що вищевказані позначки вказують на стилістичну диференціацію ОІ у межах ідіоматики. У випадку стилістичної диференціації ОІ у рамках усієї системи мови слід переглянути позначку “нейтральне” та значущу відсутність позначки, оскільки нейтральність по відношенню до ідіоматичних одиниць не є членом бінарної опозиції (на відміну від, наприклад, часових позначок, що визначають опозицію “застаріле” : “нейтральне”), а функціонує “як одне із значень градуального параметра між нульовою позначкою та позначкою “високе” [1]. Значуща відсутність позначки співвідноситься з повсякденним спілкуванням, одиниці якого, як правило, позначаються у загальних словниках за допомогою ремарки “розмовне” або “informal”. Оскільки майже всі ОІ належать до розмовного реєстру мовлення (окрім ОІ, притаманних високому, патетичному мовленню), позначка “розмовне” або “informal” є неефективною всередині класу ідіоматичних одиниць.

Досить нечіткими є межі між зонами брутальних і знижених, знижених й повсякденно-розмовних ОІ, оскільки кордони між цими реєстрами є відкритими для міграції ОІ з одного класу в інший. Така рухливість і дифузія меж зазначених реєстрів мовлення зумовлена сучасною тенденцією до загальносистемного зсуву у напрямку до знижених стилів. У зв'язку з цим, рухливості та нестабільності набуває й усереднена норма моралі та естетики, яка виступає гарантом і критерієм стилістичної диференціації мовних одиниць. Тому, у сучасних умовах досить часто досліднику доводиться покладатися на відчуття, тобто на власну інтуїцію.

Дискурсивні позначки характеризують ОІ з точки зору специфічних особливостей номінації у конкретній підмові, тобто визначають сфери їх використання, а не власне стилістичний реєстр [1]. Серед дискурсивних ознак ОІ можна виокремити родові позначки за варіантами англійської мови – “американський”, “британський”, “австралійський” та іноді “новозеландський” й “канадський”, і видові – “книжне”, “журналізм” та “жаргонізм” (або “сленг”). Остання позначка може мати дрібніший розподіл в залежності від напрямків класифікації жаргонів, наприклад: “молодіжний”, “дитячий”, “студентський”, “афро-

американський”, “комп’ютерний”, “медичний”, “фінансовий”, “військовий”, “музичний”, “кримінальний” (або “арго”) тощо.

Позначка “книжне” вживається для позначення ОІ, що вживаються переважно у писемному літературному мовленні, та, як правило, співвідноситься зі стилістичними позначками “високе” й “застаріле”. Позначка “журналізм” характеризує ОІ, що, переважно, вживаються у публіцистичному дискурсі та є притаманними мовленню періодичних видань, теле- або радіопередач тощо. Відсутність позначок “американський”, “британський”, “австралійський” тощо вказує на те, що певна ОІ є спільною для основних варіантів англійської мови.

Публіцистичний дискурс на сучасному етапі розвитку суспільства характеризується загальним зниженням офіційного мовлення, популяризацією субстандарту і активним проникненням його складових у масову культуру, що, у свою чергу, призвело до зниження норми та естетики мовленнєвих ідеалів споживачів ЗМІ. Зміни й порушення стандартизованого книжкового та розмовного мовлення набули масового характеру під впливом мови періодичних видань, радіо і телебачення. Отже, сучасна англійська публіцистика визначається зміною ідеалів високої, елітарної культури на масову. Читач кінця ХХ й початку ХХІ ст. сприймає мову періодичних видань, радіо й телебачення як стандарт, у той час як читач першої половини ХХ ст. мав за еталон та орієнтувався на мову класичних письменників.

У результаті змінилася й стилістика публіцистичного дискурсу: глобально звузилася сфера вживання високого, патетичного стилю під впливом нейтрального. Колишню зону нейтрального стилю мовлення зайняли більш експресивні фамільярно-розмовний стиль та розмовний стиль зниженого регістру, які мають прагматичні переваги над попереднім – здатні краще впливати на свідомість читача. Таким чином, проникнення й функціонування у публіцистиці ідіом взагалі та ОІ зокрема, є відображенням взаємодії мовних та позамовних чинників – суспільного життя і системи мови.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Баранов А. Н. Парадоксы стилистической дифференциации идиом / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский // Диалог' 2003 : междунар. конференция, 11-16 июня 2003 г. : докл. – Протвино, 2003. – Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2003/DobrovolskiBaranov.htm>.
2. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка / И. Р. Гальперин. – М. : Издательство литературы на иностранном языке, 1958. – 459 с.
3. Мосейчук О. М. Системні та функціональні особливості англійських однослівних ідіом (на матеріалі сучасного публіцистичного дискурсу) : автореф. дис. на здобуття наук. степеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови” / О. М. Мосейчук. – Харків, 2009. – 20 с.
4. Словарь американского сленга / [сост. Р. А. Спирс] (NTC's Dictionary of American Slang). – М. : Русский язык, 1991. – 528 с.
5. Хомяков В. А. Введение в изучение сленга – основного компонента английского просторечия / В. А. Хомяков. – Вологда, 1971. – 102 с.
6. Chicago Tribune / March 12, 2008. – Режим доступа : <http://chicagotribune.com/>
7. Longman Dictionary of Contemporary English. The Living Dictionary / [ed. by S. Bullon]. – Harlow, England : Pearson Education Limited, 2003. – 1949 p.
8. Los Angeles Times / March 19, 2004. – Режим доступа : <http://latimes.com/>
9. The Guardian / June 19, 2003. – Режим доступа : <http://www.guardian.co.uk/>
10. The Times / Apr 21, 2004. – Режим доступа : <http://www.sunday-times.co.uk/>
11. The Observer / June 17, 2007. – Режим доступа : <http://observer.guardian.co.uk/>

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ангеліна Сингаївська** – кандидат філологічних наук, професор, завідувач кафедри англійської філології та перекладу Житомирського державного університету імені Івана Франка.

*Наукові інтереси:* функціональна граматики англійської мови, семантика, ідіоматика та фразеологія.

**Олександр Мосейчук** – викладач кафедри англійської філології та перекладу Житомирського державного університету імені Івана Франка.

*Наукові інтереси:* ідіоматика та фразеологія, прагматика і мовленнєвий вплив.

## КОМПОНЕНТИ НАУКОВОГО ДИСКУРСУ

Світлана ШЕПІТЬКО (Маріуполь, Україна)

*У статті узагальнено сучасні здобутки дискурс-аналізу, зроблено наголос на соціолінгвістичні засади його вивчення та надано коротку характеристику компонентам наукового дискурсу.*

*The article generalizes up-to-date discourse analysis results with the emphasis on sociolinguistic approach to its study and overviews the components of scientific discourse.*

Дискурсивні студії є актуальним напрямком дослідження сучасної лінгвістики. Дискурс є об'єктом розвідок прагма- та психолінгвістики, лінгвостилістики; існують також структурно-лінгвістичний, лінгвокультурний та когнітивно-семантичний підходи до його вивчення.

Нові дослідницькі перспективи у його вивченні ґрунтуються на постулатах пріоритету інтеріоризованного буття суб'єкта [14: 9], що тлумачить мову як «активне середовище формування розумових об'єктів, а не пасивний засіб їх буття» [11: 4]. Такий підхід трактує мову як «чинник регуляції соціальної поведінки» [9: 3], що є нерозривно пов'язаною зі свідомістю, мовленням та соціумом.

Дискурсологія сьогодення інтегрує набутки когнітивно-дискурсивної та комунікативно-дискурсивної [7: 188] парадигм, які спираються на дихотомію свідомість:: мова та мова:: комунікація. Когнітивний підхід до вивчення дискурсу є нерозривно пов'язаним із соціальним, адже когніція притаманна людині в її соціальному бутті.

Соціолінгвістичні дослідження дискурсу, увагу яких зосереджено на аналізі учасників спілкування, що репрезентують певну соціальну групу, обставин цього спілкування в широкому соціокультурному контексті, спрямовані на вивчення соціального середовища мовців та умов, за яких відбувається фахова комунікація.

Існуючі істотні здобутки у моделюванні соціально орієнтованих просторів створюють підґрунтя для вивчення сутності фахового спілкування та його специфічних відносин з іншими сферами людської діяльності в аспекті діяльнісного та комунікативно-когнітивного підходів [12: 1]. Але на сьогодні існує брак цілісного бачення теорії інституційного комунікативного простору на матеріалі професійно спрямованого мововжитку, різновидом якого є науковий дискурс.

З огляду на це, за об'єкт дослідження обрано сучасний інституційний простір національно-мовних варіантів наукового дискурсу на предмет їх мовно-культурних, соціолінгвальних, жанрових та прагмалінгвістичних характеристик.

Метою цієї статті є узагальнення існуючих положень щодо структури наукового дискурсу.

Науковий (академічний) дискурс – вербалізований в тексті тип дискурсивної діяльності за сферою комунікації, мовленнєва взаємодія представників відповідної соціальної групи/інституту з метою реалізації статусно-рольових можливостей у заданих цим соціальним інститутом межах, складова «власне професійної зони професійного дискурсу» [6: 7].

Як структурна складова власне професійної зони професійного дискурсу, науковий дискурс характеризується креативністю, істинністю та професійною цінністю; йому притаманні інші ознаки професійного дискурсу, як от: професійна спрямованість, антропоцентризм, мультидисциплінарність, непропорційність розвитку окремих його частин, діалогічність, селективність, замкненість, нециклічність, дидактизм, динамізм, мовна нормативність, стилістична розшарованість [6: 7].

За комунікативно-соціальним критерієм, дискурс диференціюють на персональний та інституційний, які відповідно розглядають мовця як особистість та як представника певної соціальної інституції.

Інституційний дискурс виокремлюють за системоутворюючими ознаками цілей та учасників спілкування. Учасниками спілкування є представники інституції (агенти) та клієнти, які до них звертаються. В науковому дискурсі клієнти майже не відрізняються від

агентів. Для кожного виду інституції характерним є співвідношення статусного та особистісного компонентів. В науковому дискурсі особистісний компонент є майже відсутнім завдяки традиції викладу, але традиційні безособові звороти наразі менш вживані в жанрах статей та монографій.

Типологія інституційного дискурсу налічує чимало видів та постійно розширюється: політичний, дипломатичний, адміністративний, юридичний, рекламний, спортивний, сценічний, військовий, педагогічний, релігійний, містичний, медичний, діловий, масово-інформаційний, науковий тощо [2; 3; 8; 15-16]. Моделювання інституційного дискурсу проводять за такими ознаками: конститутивними, інституційності, типа інституційного дискурсу та нейтральними [4-5].

До конститутивних ознак належать мовці в їхніх статусно-рольових та ситуативно-комунікативних ампула, сфера спілкування, комунікативне середовище, мотиви, цілі, стратегії, режим, канал, тональність, стиль та жанр, й нарешті, знакове тіло (текст).

Ознаки інституційності фіксують ролеві характеристики агентів, клієнтів, типові хронотопи, символічні дії, трафаретні жанри та мовленнєві кліше. Ознаки типу інституційного дискурсу відбивають ключовий концепт інституції, що описують та пов'язані з певними функціями мовців, спорудами для відправлення цих функцій, суспільними ритуалами та поведінковими стереотипами, міфологемами, а також текстами, що продукуються в цьому соціальному утворенні. До нейтральних ознак належать загально-дискурсивні, особистісно-орієнтовані ознаки, ознаки, що належать до інших типів.

Опис конкретного типу дискурсу прийнято вести в термінах компонентів, до яких належать його учасники, хронотоп, цілі, цінності, стратегії, матеріал, різновиди та жанри, прецедентні тексти, дискурсивні формули.

Науковий дискурс природно пригортає цікавість науковців-лінгвістів. Його учасниками є дослідники як представники наукової спільноти рівні між собою в відсутності монополії на істину; статусні ознаки є зведеними нанівець. Але, водночас, ця спільнота постійно прагне до кастовості, встановлює ступені кваліфікації, академічні звання та членство в наукових спільнотах. Модифікація базової моделі агент – клієнт в науковому дискурсі заснована на різновекторності завдань науковця, а саме: він є продуцент інформації, номінатор, укладач тексту, креатор [6: 13]. Комунікативні стратегії адресанта наукового дискурсу зумовлені когнітивним аспектом, що є націленим на пошук істинності спеціальної інформації, глибини її розуміння з боку всіх учасників комунікативного процесу. Щодо клієнтів, це – широкий загал, який читає науково-популярні журнали, дивиться науково-популярні телепередачі, з однієї сторони, та дослідники – колеги, з іншої, які користуються інформацією, коригують її та генерують нову на базі отриманої.

Хронотопом наукового дискурсу є типове для діалогу наукове середовище, для писемного наукового дискурсу прототиповим місцем є бібліотека.

Ціллю наукового спілкування є процес придбання нового знання, що представлений в вербальній формі та обумовлений комунікативними канонами наукового спілкування [1: 60-68].

Цінності наукового дискурсу розкриваються в його ключових концептах (істина, знання, дослідження) та є зведеними до признання пізнаваності світу, необхідності множити знання та доводити їхню об'єктивність, неупередженості в пошуках істини.

Стратегії наукового дискурсу зумовлені його завданнями: 1) визначити проблемну ситуацію та виокремити предмет дослідження; 2) вивчити історію питання; 3) сформулювати гіпотезу та мету дослідження; 4) обґрунтувати вибір методів та матеріалу дослідження; 5) збудувати теоретичну модель предмета вивчення; 6) викласти результати спостережень та експерименту; 7) прокоментувати та обговорити результати дослідження; 8) дати експертну оцінку проведеному дослідженню; 9) визначити область практичного застосування отриманих результатів; 10) викласти отримані результати в формі, яка є доступною для спеціалістів та неспеціалістів.

Стратегії наукового дискурсу реалізовано в його жанрах – наукова стаття, монографія, дисертація, наукова доповідь, виступ на конференції, стендова доповідь, науково-технічний звіт, рецензія, реферат, анотація, тези.

Тематика наукового дискурсу обіймає широке коло проблем, що розподілені на проблеми гуманітарних та природничих наук. Гуманітарні науки є менш формальні та виявляють сильну залежність об'єкту пізнання від його суб'єкту.

Науковий дискурс відрізняється від інших високим ступенем інтертекстуальності, тому опора на прецедентні тексти та їхні концепти [13: 24] є однією з системоутворюючих ознак. Інтертекстуальний зв'язок є представленим в виді цитат, посилань, відомих всім назв монографій, статей тощо, які виконують референційну, оцінну, етикетну та декоративну функції [10: 3].

Дискурсивні формули представлені своєрідними зворотами мовлення, що є властивими спілкуванню в відповідній інституції. Такі формули з'єднують всіх представників наукової спільноти. Прагнення до максимальної точності в науковій дискурсі іноді призводить до надмірної термінологізації та синтаксичної ускладненості тексту.

Дискурсивні формули конкретизовані в кліше, наприклад; *З огляду на вищезазначене, ми вважаємо за доцільне рекомендувати...* Комунікативні кліше в рамках інституційного дискурсу є своєрідними ключами для розуміння всієї системи відношень в відповідній інституції.

Загалом, у вивченні проблеми дискурсу слід розрізнявати підходи до нього як до діяльності та результату цієї діяльності. Незважаючи на наявність такого розподілу, очевидним є продуктивність комплексного підходу до цього феномену. Дискурсу притаманна форма (монологічна або діалогічна), видові (жанрово-стильові) та кодові (національно-мовні) відмінності на рівні тексту.

Науковий дискурс виділяють за класифікаційним критерієм сфери комунікації. Іншим критерієм є соціальний контекст використання мови, згідно якого науковий дискурс відбиває інституційне спілкування. Параметрами наукового дискурсу ми вважаємо його діалогічну форму та його інституційний тип. Моделювання дискурсу проводять за конститутивними, нейтральними ознаками, ознаками інституційності та типа інституційного дискурсу. Опис конкретного типу дискурсу зведено до визначення компонентів, а саме: його учасників, хронотопу, цілей, цінностей, стратегій, матеріалу, різновидів та жанрів, прецедентних текстів, дискурсивних формул. Адресант наукового дискурсу є продуцентом інформації, номінатором, укладачем тексту, креатором, а адресат – користувачем, коректором та генератором нових ідей. Хронотопом наукового дискурсу є академічне середовище, ціллю – процес придбання нового знання. Цінності наукового дискурсу – в його ключових концептах (істина, знання, дослідження). Стратегії наукового дискурсу зумовлені його завданнями, що співпадають з основними етапами дослідницької діяльності. Стратегії наукового дискурсу реалізовані в його різноманітних жанрах. Опора на прецедентні тексти є однією з системоутворюючих ознак, а дискурсивні формули є своєрідними ключами для розуміння всієї системи відношень в відповідній інституції.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Аликаев Р.С. Язык науки в парадигме современной лингвистики. – Нальчик, 1999.
2. Белл Р.Т. Социолінгвістика. Цели, методы, проблемы.– М., 1980.
3. Богданов В.В. Речевое общение: прагматические и семантические аспекты.– Л., 1990.
4. Карасик В.И. Характеристики педагогического дискурса // Языковая личность: аспекты лингвистики и лингводидактики.– Волгоград, 1999.
5. Карасик В.И. Религиозный дискурс // Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. – Волгоград, 1999.
6. Колеснікова І.А. Лінгвокогнітивні та комунікативно-прагматичні параметри професійного дискурсу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство»/ І.А. Колеснікова.– К., 2009. – 33 с.
7. Кубрякова Е.С. Части речи с когнитивной точки зрения/ Е.С. Кубрякова. – М.: Ин-т языкознания РАН, 1997.– 331 с.
8. Макаров М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе.– Тверь, 1998.
9. Мартинюк А.П. Регулятивна функція гендерно маркованих одиниць мови (на матеріалі сучасного англійського публіцистичного дискурсу) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови»/ А.П. Мартинюк.– К., 2006. – 40 с.
10. Михайлова Е.В. Интертекстуальность в научном дискурсе (на материале статей): Автореф. дис. ...канд. филол. наук.– Волгоград, 1999.
11. Морозова О.І. Лінгвальні аспекти неправди як когнітивно-комунікативного утворення (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови»/ О.І.Морозова.– К., 2008. – 32 с.

12. Пилипенко Р.С. Інституційний комунікативний простір Німеччини (фахова мова економіки): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови»/ Р.С. Пилипенко.– К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2007. – 40 с.
13. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе.– М., 2000.
14. Фролова І.С. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі: Монографія.–Х.: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2009.–344 с.
15. Brown P., Fraser C. Speech as a marker of situation // Social markers in speech.– Cambridge, 1979.
16. Fishman J. The sociology of language // Advances in the sociology of language.– The Hague, 1976. Vol.1.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Світлана Шепітько – кандидат філологічних наук, професор кафедри англійської мови та перекладу Маріупольського державного гуманітарного університету.

*Наукові інтереси:* текст та дискурс в лінгвокогнітивних та лінгвокультурних аспектах.

## КОНЦЕПТОСИСТЕМА АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ ПОСТМОДЕРНІЗМУ

Іван БЕХТА (Львів, Україна)

*У статті розглянуто формування концептосистеми англomовного дискурсу постмодернізму, основаної на об'єктивації двох типів концептів: концепти літературно-художнього напрямку (далі – ЛХН-концепти) та концепти літературно-художнього твору (далі – ЛХТ-концепти), подано опис характеристик цих концептів, проаналізовано засоби їхнього вираження та фреймову організацію.*

*The article dwells on the formation of the conceptual system of the English postmodernist discourse/ it is based on the functional objectivity of two types of concepts: concepts of literary trend (LTC) and concepts of fictional text (FTC). The author describes the characteristics of these concepts, analyzes the means of their verbalization and their frame organization.*

Концепти постають у дискурсі як згустки смислу, концентрати ідеї, що виникають у місцях перетину асоціативних ліній [1; 2; 3; 5; 12]. Вони формують ментально-інформаційний простір дискурсу, мовленнєвого жанру, ідіостилу, текстотипу і навіть окремого твору [13: 260]. Аналіз художніх концептів, спонукає до з'ясування методологічної основи концептуального аналізу художнього тексту (ХТ), вибір якого стикається з двозначністю, яка впливає з подвійного розуміння ключового терміну “концепт” [12: 39]. У рамках цієї статті трактування терміну „концепт” у лінгвістичному плані відображає дві фази одного і того ж психіко-ментального феномену: 1) початкова фаза, де відбувається формування слова і його значень; 2) кінцева фаза, на якій слово, включене у художній контекст, стає ключем до розуміння літературного твору.

**Мета статті** – описати концептосистему англomовного дискурсу постмодернізму (АДП) через *концептуальний аналіз*, який вивчає концепти, які структурують смисловий простір культури та виступає способом дослідження за допомогою концептів, які є теоретичними одиницями, конструйованими для зручності в осмисленні й систематизації художнього матеріалу [2: 14-16].

Класи концептів перебувають у широкому полі наукової дискусії. Існують концепти, які не можна помістити у конкретну рубрику. За концепцією А.М. Приходька, дискурсивно зумовлену типологію концептів можна подати як систему, а точніше – конфігурацію, тобто об'єднання множини в єдине й чітко розчленоване ціле [13: 239]. Ця модель кореспондує такій ієрархії:

**метахтонні концепти** → **автохтонні концепти** → **аллохтонні концепти**,

де *перші* – концепти, що утворюють ім'я дискурсу і виступають термінологічними фіксаторами основних наукових понять відповідної галузі знання, *другі* – концептуальні константи / доміанти дискурсу, історично сформовані в межах певного виду дискурсу і продовжують постійно в ньому відтворюватися, *останні* – концептуальні перемінні дискурсу, які будучи атрибутами когнітивно-семантичного простору іншого дискурсу перенесені в даний дискурс для виконання певних комунікативних цілей [13: 240].

Прикладом рубрикації концептів можуть бути ідіоконцепти, оскільки за їх допомогою письменник квантує власний когнітивно-семантичний простір матеріалізований у лудичній матерії художнього твору. Відтак типологію художніх концептів АДП будемо в процесі їх пізнання і текстової комунікації. В такому разі художня специфіка концептів зводиться до їх кількісних і якісних параметрів, які виражаються в кваліфікативній функції їх текстового

втілення. Така типологія ґрунтується на дворівневій теорії значення М. Бірвіша [9: 122-136], що передбачає бінарну опозицію „концептуальний рівень vs семантичний рівень”. Ця ідея, у свою чергу, уможливило виокремлення серед художньо-естетичних концептів щонайменше два їхні релевантні типи:

1) *концепти літературно-художнього напрямку* (далі – *ЛХН-концепти*),

2) *концепти літературно-художнього твору* (далі – *ЛХТ-концепти*), стереотипи літературно-художньої поведінки і вияв задуму письменника.

Постмодернізм – особливий тип мислення, його деструктивні техніки скеровані на відновлення чітких структур і на замикання постмодерністського міфу [6: 213-223]. Комунікативний універсум постмодернізму зазнає семантичних зрушень в стилістичній і синтаксичній структурі. Колажуючи сфери масового і елітарного коду культури, він видозмінює ролі у ХТ й слугує не тільки естетичній функції (зображальній і виражальній), а й прагматичній / соціальної, що відбиває ставлення письменника до дійсності. Сказане дозволяє говорити про художньо-естетичну концептосистему АДП, сформовану з автохтонних *ЛХН-концептів* і аллохтонних *ЛХТ-концептів* (рис.1.)

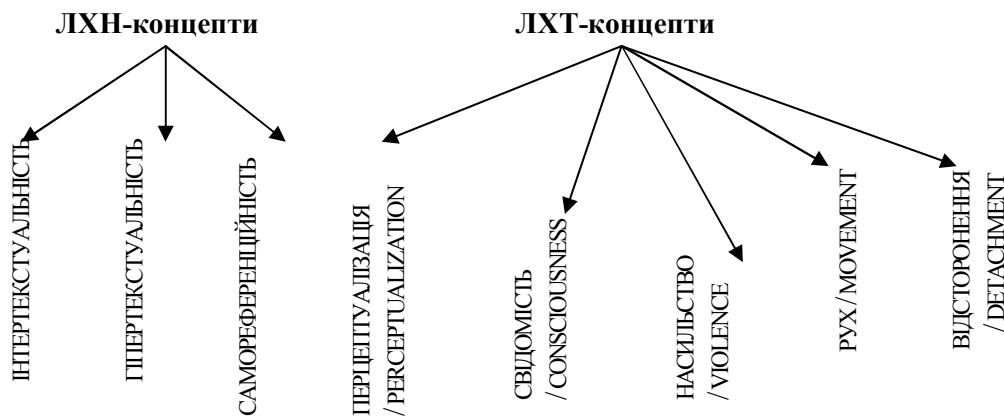


Рис. 1. Концептосистема англomовного дискурсу постмодернізму

Концептосистема дискурсу постмодернізму не окреслена жорсткими ментальними рамками. Ешелон верхнього рівня абстракції утворюється ЛХН-концептами ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ, ГІПЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ, САМОРЕФЕРЕНЦІЙНІСТЬ.

*ЛХН-концепт* ПОСТМОДЕРНІЗМ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНИЙ зводиться до еkleктики знакових систем, взятих з культурних сфер, епох, індивідуальних практик, що супроводжується виникненням значень, до знаків впливу жанру, текстуально закріплених цитатних відсилань. Це залежність між креатурою або рецепцією конкретного тексту і знаннями учасників комунікації інших текстів. Це засіб співпричетного, пара-, мета-, гіпер-, архітекстуального [16], контролю комунікативної діяльності, коли у тексті наявні: цитати з інших текстів; зв'язок тексту з його назвою, епіграфом, післямовою; коментарі свого ж інтертексту – (тексту, який переписується, цитується, продовжується іншим текстом); жанрові зв'язки з іншим текстом, основані на еkleктиці пояснень в яких розкривається модальність і стратегія структуризації художньої дійсності.

*ЛХН-концепт* ПОСТМОДЕРНІЗМ ГІПЕРТЕКСТУАЛЬНИЙ – форма нелінійного письма, що стимулює тенденції нелінійності в сучасному мисленні. Це засіб нелінійного подання інформації, засіб зв'язної мережі гнізд для подання інформації, в яких прокладається шлях у нелінійний спосіб, розширюючи межі та множинність шляхів читання. Це – текст певної структури, що передбачає вибір послідовності виведення й читання інформації, текст так званої нелінійної структури [19]. Читач вгадує авторську логіку дискурсивного викладу – адже відсутнє те, що називаємо „початком” і „кінцем” [8: 38-41].

*ЛХН-концепт* ПОСТМОДЕРНІЗМ САМОРЕФЕРЕНЦІЙНИЙ – центральний концепт АДП, що виявляється у типах і формах постмодерністської манери оповіді, яка у певний спосіб робить оповідь суттю тексту. У лінгвістичному вияві свідомість осідає на рівні мови, ніж на оповіді,



через техніку, яка привертає увагу до атомарнішого рівня оповіді – мови над якою оповідь є створена. Пародійна гра із стилем письма, який, маніфестує обізнаність тексту і створює палімпсестну форму викладу, що не є явно семореференційною. САМОРЕФЕРЕНЦІЙНІСТЬ текстів впливає з пародіювання художніми жанрами, маніпулюючи уживанням мови, яка звертає на себе увагу через спосіб в який вона використовується, а ніж те, що вона становить денотативно. Актуалізуючи проблеми мови, писання і читання, приховані форми оповіді концентрують увагу читача на тексті, без експліцитного згадування про них як про проблеми.

Найхарактернішим концептом постмодерністської прози є ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ [11: 112; 17: 190]. Ми дотримуємося думки про те, що буквальне наслідування принципу ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТІ у її філософському вимірі робить марною будь-яку комунікацію. Відтак ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ інтерпретуємо як взаємодію різних видів внутрішньотекстової комунікації: оповідного дискурсу – дискурсу наратора про дискурс персонажів, дискурсу одного персонажа про дискурс іншого. Тобто нас цікавить та ж проблема, що й М.М. Бахтіна – взаємодія *свого* та *чужого* слова у художньому творі [4; 5]. Значення концепту ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ виходить за межі теоретичного осмислення культурного процесу, бо він відповідає на запит культури ХХ ст. з її потягом до духовної інтеграції. Набуваючи популярності у світі мистецтва, вона вплинула на саму художню практику, на самосвідомість сучасного митця.

Особливе місце серед ЛХН-концептів естетики постмодернізму займає концепт ГІПЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ – форма письма, що стимулює тенденції нелінійності в сучасному мисленні. Форма мислення вступає у суперечність із формою письма: нелінійний рух думки важко фіксувати у лінійному тексті. Безмежний текст, який потребує простору для мандрів думки, нині не може бути поданий на письмі лінійно, у формі книжки. Лінійні тексти репрезентували завершений зміст у вигляді впорядкованої ієрархічної структури, а „нелінійне письмо, розвиваючи одновимірність тексту, надає простір рухові думки, змогу рухатися у різних напрямках, здійснювати переходи в інші виміри” [14: 40].

Своєрідність АДП виявляється через його ГІПЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ [17: 2], яка втілюється у відкритості й незавершеності гіпертексту, що може бути дописаний автором, або за рахунок зовнішніх, чужих текстів. Додавання текстів і виносков розширює інформаційний простір гіпертексту, не порушуючи сутності наявних одиниць і зв'язків. Побудова й рецепція гіпертексту ґрунтується на кореляції понять ГІПЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ й ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ. Якщо ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ – це присутність у тексті певної кількості створених текстів, які існують поза волею автора, то ГІПЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ – це вияв та уточнення закладених у тексті зв'язків; поза якими гіпертекст не існує.

До другого концептуального шару постмодерністського дискурсу (*ЛХТ-концепти*) належать текстові одиниці-константи VIOLENCE / НАСИЛЬСТВО, CONSCIOUSNESS / СВІДОМІСТЬ, PERCEPTUALIZATION / ПЕРЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ, MOVEMENT / РУХ, DETACHMENT / ВІДСТОРОНЕННЯ, ментальний простір яких включає й художні принципи. У постмодерністському тексті ЛХТ-концепти піддаються уточненню й модифікації. Акценти переносяться на інші сфери – образи світу, образи деталей. Те саме стосується й дієгезису, який у постмодерністській літературі балансує на межі реальності та уявлення про неї. Але попри невизначеність і розгубленість персонажа, письменники подають його (героя свого часу) у спосіб, коли він не завжди виглядає як цілісна особа. Як засіб естетичного освоєння світу та внаслідок його соціальної дезорієнтації він (персонаж) не може залишатися сталим під впливом зміни суспільно-естетичних парадигм. Аналіз підтверджує інтенсивні процеси деміфологізації англомовної постмодерної реальності, які призводять до дезорієнтації індивіда і деперсоналізації особистості. Тобто, набір преферентних для постмодернізму ЛХТ-концептів корелює з ідеєю межі соціуму, свідомості та психіки.

АДП зводить маргінальне в ранг головного: перебираючи на себе роль нормативного й типового, маргінальне стає характерною рисою англомовних персонажів постмодернізму з їх соціофобними сплесками, психогенними розладами, поведінковим і розумовим деструктивізмом. АДП відтворює мовлення, за дискурсивністю якого приховується мінливість смислів. Цей дискурс характеризує надмір інтерпретації, при якій те, що

мислиться як одне значення, насправді є іншим смыслом. У АДП простежено додаткові концепти (VIOLENCE, MOVEMENT). У цьому вияв узагальнюючої функції ЛХТ-концептів, які, як ментальні утворення, заміщають в процесі думки номінації одного роду.

**ЛХТ-концепт** VIOLENCE / НАСИЛЬСТВО – багатогранна сутність, некрофілія, пристрасть індивідууму до механістичного, що виявляється у техніцизмі постмодерного суспільства, винятково агресивного через інтелект як інструмент руйнації та агресії. Воно володіє латентними формами насильства (викривлення інформації, маніпулювання свідомістю) і прагне раціоналізації, що сприяє деморалізації і вияву негативних сторін людської природи, відтворюючи деструктивність суспільства. Наявність внутрішньої агресивності людини, вияв якої залежить від соціальних умов, які реалізують її внутрішнє протиріччя і проживання відразу у двох світах – реальному і власному.

**ЛХТ-концепт** MOVEMENT / РУХ – універсалія постмодерністської концептосистеми, яку правомірно трактувати як багатогранну сутність, котра представляє собою універсальне бачення світу без меж і кордонів, і відтворює постмодерне життя як подорож. Їй не властива граничність. Охоплюючи цілеспрямовану діяльність, рух до поставленої мети, вона специфікується у різновид руху без обмежень, що уможлиблює дії індивідуума за власною волею. Останній прогнозує зміни у часі та зміни середовища перебування / проживання у соціальному просторі до пошуку істини, власного Я.

Дискурсивну конгломерацію концептів АДП можна вважати відкритою для входження в неї нових ментальних одиниць. Цей дискурс реагує на соціокультурні зміни, які породжують нові реалії, цінності / антицінності. Останнім часом у них з'явилася низка ментальних одиниць: death, blood, killing, mirror, map, journey (without destination), labyrinth, encyclopedia, television, photograph. Висока продуктивність їх використання в цьому дискурсі свідчить про соціальне неблагополуччя в техногенному суспільстві, яке спричиняє появу нових поведінкових стереотипів і окреслює контури нового мислення.

Результати дослідження семантики ХТ постмодернізму дають змогу констатувати, що сучасний підхід до її аналізу відрізняється зміщенням у бік моделювання значень і подання їх в експліцитному вигляді. Це дозволяє з'ясувати структури думки, поданої імпліцитно, в аспекті роз'яснення смислового простору ХТ. Виходячи з ризоматичної природи мистецтва постмодерну, ієрархія концептів творів постмодернізму не є універсально стереотипною. Для кожного ХТ вона відмінна. Узагальнену (і до певної міри мінливу) модель розміщення концептів в постмодерністських творах подаємо на рис.2. Вона постійно перебуває в стані трансформації, модифікується через додавання нових концептів, зникнення певних концептів в окремому творі.

CONSCIOUSNESS    PERCEPTUALIZATION    VIOLENCE    MOVEMENT    DETACHMENT  
СВІДОМІСТЬ    ПЕРЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ    НАСИЛЬСТВО    РУХ    ВІДСТОРОНЕННЯ

Рис. 2. Блоки концептів когнітивно-семантичного простору постмодернізму

З одного боку, це вважаємо наслідком відображення впливу автохтонних ЛХН-концептів, які формують ризоматичну, гіпертекстуальну, еkleктичну і палімпсестну архітектуру постмодерністського тексту, а з іншого – внутрішньотекстових ЛХТ-концептів, позиціонованих у когнітивно-семантичному просторі англомовної постмодерністської прози (табл. 1).

Табл. 1.

Кількісні дані вербальних номінатів ЛХТ-концептів постмодернізму

CONSCIOUSNESS	PERCEPTUALIZATION	VIOLENCE	MOVEMENT	DETACHMENT
43511=45,04%	34963 = 36,19%	5113 = 5,29%	12572 = 13,0%	429 = 0,48%

Постмодернізм – це лише одна з можливостей і водночас тенденцій пояснення світу. Узагальна схема концептів семантичного універсуму в ХТ може виявитися рівночасно й індивідуальною для окремого твору. На основі аналізу фактологічного матеріалу доходимо висновку, що АДП властиве саме таке розгортання аллохтонних ЛХТ-концептів. Концепти представляють собою континууми в яких актуалізуються все можливі значення. Будь-який

концепт перебуває у постійному русі, зазнає змін, змінюється його інтерпретація залежно від конкретного історичного періоду. А відтак ієрархічна модель цих концептів не є усталеною для постмодерністського дискурсу і у кожному конкретному випадку вони мають індивідуальне позиціонування і взаємодію.

Погляд на ХТ постмодернізму через призму його семантики веде до з'ясування зв'язків між мовними явищами і реальністю, зокрема якщо ця реальність подається у формі постмодерністського художнього вимислу. З'ясування механізму логіко-сміслових зв'язків у семантиці ХТ формуємо на підставі аналізу постмодерністського когнітивно-семантичного простору у творчості П. Акройда, Дж. Фаулза, А. С. Байетт, І. Мак'юєна, Д. Бартельма, Г. Свіфта, Дж. Барта, С. Рушді, Р. Кувера, М. Аміса, Д. Лоджа, А. Картер та ін.

З іншого боку, вербалізація концептів ХТ постмодернізму засвідчує утруднену архітектоніку постмодерністського письма, як начеб-то нездоланну перешкоду для контакту між автором і читачем. Читач постійно перебуває в інтелектуальному напруженні. Тут вбачаємо суть художньої інтерактивності тексту доби постмодерну, основаної на гіпертекстуальних, інтертекстуальних і самореференційних рисах нарративних стратегій викладу [7: 94-98].

Наприклад, після дванадцяти глав „фліртування” з реально історичними фактами, наратор з роману Дж. Фаулза *“The French Lieutenant’s Woman”* (1980) раптово ставить перед читачами незворотній факт амбівалентного типу: *“The story I am telling is all imagination. These characters I create never existed outside my own mind”* [15: 85]. З таким нарративним плетивом подій, ілюзорна реальність художнього світу стає деструктивною. Замість неї читачеві пропонують якщо не реальний світ, то якийсь з реальних світів. Що ж є реальним в онтологічній структурі постмодерністського роману, якщо не авторський перформенс у творенні цього світу? Руйнуючи нарративний фрейм художнього світу, автор виставляє свою власну метафіктивну і водночас зверхню (superoir) „реальність”, спонукаючи читача у неї повірити.

Концептосистему (структуру) ХТ можна подати на рівні довербального досвіду, де через процес структуризації знань та інференції матимемо узагальнену модель літературного напряму ЛХН-концепти, або на рівні маніпулювання чи оперування з тими сутностями, які виникають у пам'яті і активуються мовою (ЛХТ-концепти), як репрезентаційною системою, яка кодує у знаковій формі те, що стоїть за її межами [10: 158] і яка забезпечує людині перехід на рівень оперування формами думки, поданими номінантами відповідних концептів. Схематично фрейми концептів АДП – VIOLENCE / НАСИЛЬСТВО, CONSCIOUSNESS / СВІДОМІСТЬ, PERCEPTUALIZATION / ПЕРЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ, MOVEMENT / РУХ, DETACHMENT / ВІДСТОРОНЕННЯ виглядатимуть так:

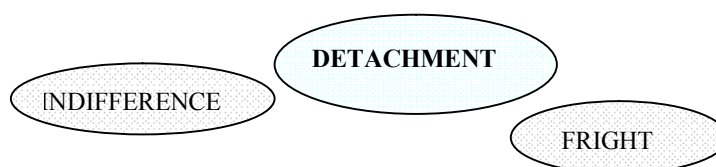


Рис. 3. Фрейм концепту DETACHMENT

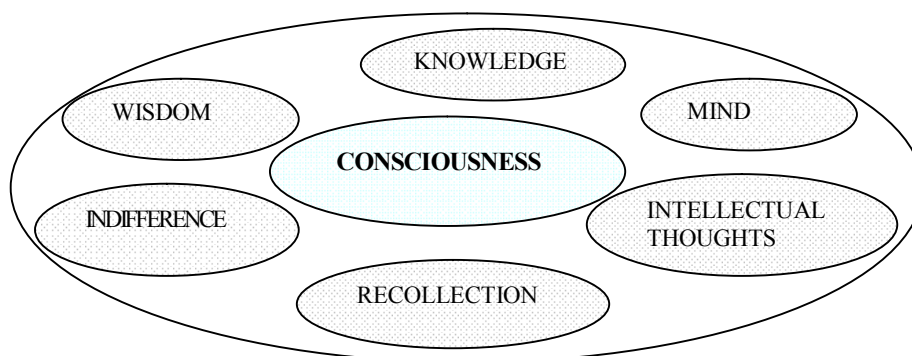


Рис. 3а. Фрейм концепту CONSCIOUSNESS

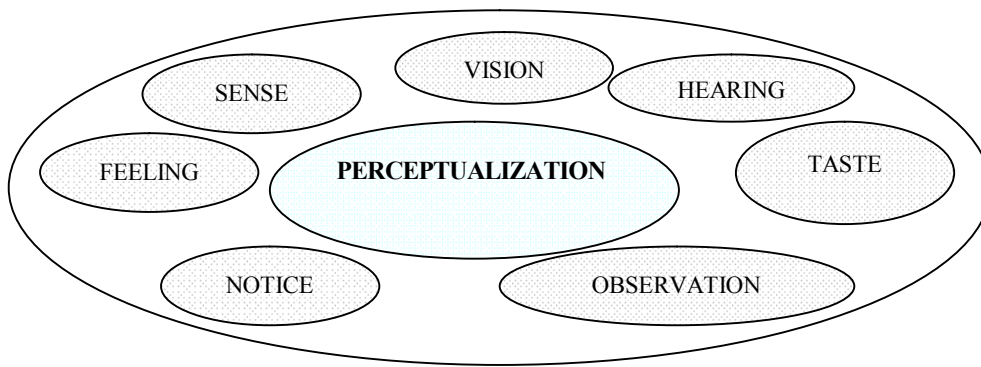


Рис. 3б. Фрейм концепту PERCEPTUALIZATION

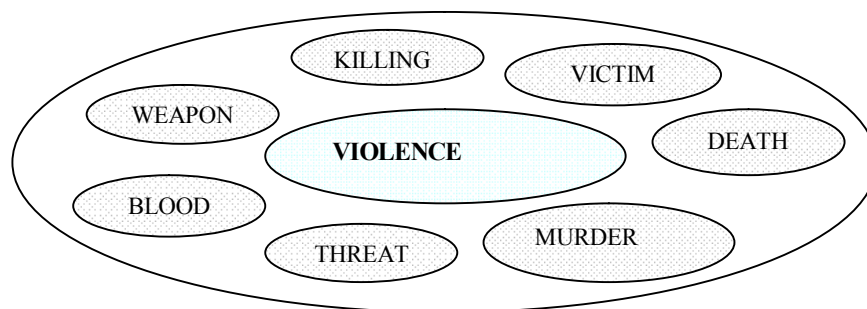


Рис.3в. Фрейм концепту VIOLENCE

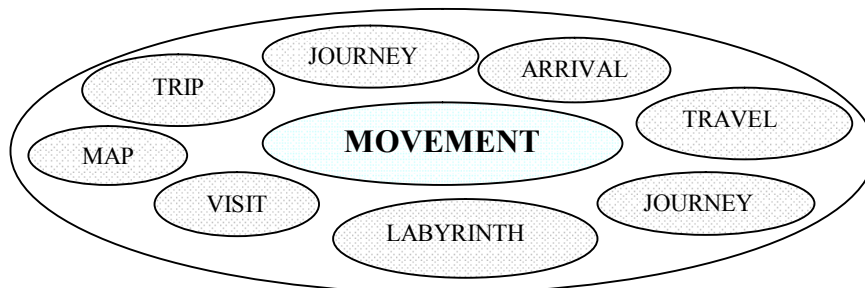


Рис. 3г. Фрейм концепту MOVEMENT

Межа психічної норми, межа соціуму, часопросторова межа – концептуальне тло на якому функціонує АДП. Маргінальне, що перебирає на себе ознаки типового і стає нормою, є головною ознакою постмодерністських персонажів: здебільшого з соціофобними елементами (“The Crying of Lot 49”) [21], психогенним розладом (“The Comfort of Strangers”) [20], ускладненим неврозом (“The World According to Garp”) [18]. Це вияв психопатології, деструктивний варіант їх поведінки й мислення. Як наслідок у цьому дискурсі спостерігаємо появу нових концептів VIOLENCE та MOVEMENT, поданих вербальними експлікаторами, які заповнюють слоти відповідних фреймів.

Отже, автохтонні ЛХН- і аллохтонні ЛХТ-концепти у концептосистемі АДП фіксуються у дискурсних зонах наратора і персонажів, що дає змогу узагальнено охарактеризувати АДП як літературний напрям. Особливість постмодерного погляду на людину у тому, що вона як об’єкт і суб’єкт пізнання через художню літературу зникає, розмивається, перестає бути особою. Англомовний дискурс постмодернізму – це міфічна відчуженість від смислу й ідеї повсякденного життя. Його тексти – продукт естетико-художнього відображення автором

об'єктивної дійсності. Їхнє призначення в актуалізації соціокультурних й соціомовних процесів постіндустріальної цивілізації.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Алефиренко Н. Ф. Проблемы вербализации концепта : теорет. исслед. / Н. Ф. Алефиренко. – Волгоград : Перемена, 2003. – 96 с.
2. Антология концептов/ Под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. – М.: Гнозис, 2007. – 512 с.
3. Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. /А.П. Бабушкин – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1996. – 103 с.
4. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики / М. М. Бахтин. – М.: Художественная литература, 1975. – 504 с.
5. Бехта І. А. Дискурс наратора в англomовній прозі: [монографія] / І. А. Бехта. – К.: Грамота, 2004. – 304 с.
6. Бехта І. А. Дискурс постмодернізму : особливості наративних стратегій / І. А. Бехта // Нова філологія. – Запоріжжя : ЗДУ, 2002. – №1(12). – С. 213 – 223.
7. Бехта І. А. Ризоматичність англomовного дискурсу постмодернізму / І. А. Бехта // Культура народів Причорномор'я : науч. журнал. – Симферополь. – 2003. – №37. – С. 94 – 98.
8. Бехта І. А. Гіпертекст як альтернативна модель конвенційного тексту у постмодерністську епоху / І. А. Бехта // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. праць. – Київ, 2004. – Вип. 11. – Книга 1. – С. 38 – 41.
9. Бирвиш М. Насколько линейно упорядоченной является языковая обработка / М. Бирвиш. – Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XX III. – М.: Прогресс, 1988. – С. 93 – 153.
10. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – М.: Филологический ф-т МГУ, 1996. – 245 с.
11. Лукин В. А. Художественный текст : основы лингвистической теории: аналитический минимум / В.А.Лукин.–[2-е изд., перераб. и доп]. – М.: Ось-89, 2005. – 560 с.
12. Миллер Л.В. Художественный концепт как смысловая и эстетическая категория // Мир русского слова. – 2000. – №4. – С. 39 – 45.
13. Приходько А.М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики: [монографія] / А.М.Приходько. – Запоріжжя: Прем'єр, 2008. – 332 с.
14. Субботин М. М. Теория и практика нелинейного письма (взгляд сквозь призму «Грамматологии» Ж. Дерриды) / М.М.Субботин // Вопр. философии. – 1993. – № 3. – С. 33 – 39.
15. Fowles J. The French Lieutenant's Woman. – Triad, Granada, 1980. – 399 p.
16. Genette G. Narrative Discourse: An Essay in Method // Trans. J. E. Lewin. Foreword by J. Culler – Ithaca, N.Y.: Cornell University Press, 1980. – 285 p.
17. Intertextuality. Theories and Practice // Ed. by M. Worton and J. Still. – Manchester & N.Y.: Manchester University Press, 1990. – 190 p.
18. Irving J. The World According to Garp. – N.Y.: Pocket Books, 1979. – 609 p.
19. Landow G. P. (eds.) Hyper/Text/Theory. – Baltimore; L.: Johns Hopkins University Press, 1994. – 377 p.
20. McEwan I. The Comfort of Strangers. – N.Y., Penguin Books, 1989. – 127 p.
21. Pynchon Th. The Crying of Lot 49. – N.Y.: Bantam Books, 1982. – 138 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Іван Бехта** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології Львівського національного університету імені Івана Франка.

*Наукові інтереси:* нарративна поетика, когнітивна поетика, текстолінгвістика, дискурсна стилістика.

## **СЕМАНТИЧНЕ МЕРЕЖЕВЕ МОДЕЛЮВАННЯ У ГІПЕРТЕКСТОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ (на матеріалі англomовного дискурсу програмного забезпечення)**

**Ірина БІСКУБ (Київ, Україна)**

*У статті проаналізовано ключові операції семантичного мережевого моделювання знань у гіпертекстовому середовищі, сформульовано основні принципи методу мережевого моделювання тексту у англomовному дискурсі програмного забезпечення.*

*The article highlights the key techniques of semantic network knowledge modeling in the hypertext environment. The main principles of the Network Text Modeling Method are singled out on the material of the English software discourse.*

Інтенсивне використання природної мови як основного засобу спілкування з комп'ютером робить особливо актуальними дослідження лінгвокогнітивних механізмів моделювання різних типів знань у інтерфейсах сучасних прикладних програм, якому присвячена ця стаття. Її метою є встановлення і детальний опис окремих операцій і принципів методу мережевого моделювання текстів у гіпертекстовому середовищі, яке покладено в основу інтерфейсів сучасного програмного забезпечення.

Моделювання знань на основі категоріального узагальнення є поширеним способом формалізації інформації у дискурсі програмного забезпечення. Зокрема, у популярному менеджері файлів *Windows Explorer* цей метод застосовується не лише для класифікації знань, а й для навігаційного менеджменту, тобто для створення кореневих каталогів папок і

файлів [4]. Такі моделі знань дозволяють не лише категоризувати інформацію, а й визначити точне місце її локалізації у загальній файлової системі комп'ютера, тобто забезпечувати рух у гіпертекстовій мережі, який має назву «навігація».

Поняття «навігація» є одним із найважливіших у концепції гіпертексту [2 : 293]. У нашому дослідженні ми розглядаємо навігацію, передусім, як здатність користувача орієнтуватись у текстових повідомленнях, отриманих від системи. Маючи перед собою деякий текстовий фрагмент – вузол гіпертексту – читач (користувач) повинен мати уявлення щодо його положення стосовно інших вузлів.

Гіпертекстова навігація може бути глобальною і локальною [2 : 293]. При глобальній навігації користувачеві надається графічний образ мережі або її укрупнена структура, у якій наочно демонструється положення конкретного вузла. При локальній навігації читач переглядає і оцінює інформацію про найближче оточення вказаного вузла, тобто текстів, до яких можна перейти із цього вузла.

При дискурсивній комунікації користувача і комп'ютера гіпертекстова навігація проявляється як вибір маршруту читання. Після того, як користувач зробив свій вибір і перейшов до чергового текстового фрагменту, перед ним відкриваються інші потенційні можливості генерування тексту, а деякі навпаки – закриваються. При цьому у користувача виникає ілюзія руху у мережі від одного вузла до іншого [5: 156]. Послідовності прочитаних фрагментів відповідає певний ланцюжок поєднаних семантичними і логічними зв'язками вузлів. Кожен такий ланцюжок є лише одним із великої кількості можливих, це є один із маршрутів у просторі гіпертексту.

Знання, змодельовані у середовищі гіпертексту, являють собою гнучкі інтерактивні моделі, що характеризуються значним ступенем аналітизму, тобто можливості компіювати різні тексти із різних фрагментів. Саме тому, мережеве моделювання знань є зручним способом формалізованого представлення різних типів даних для забезпечення комунікації користувача і комп'ютера [1: 6].

Підсумовуючи потенціал мережевого гіпертекстового моделювання, можемо зробити висновок, що у дискурсі ПЗ гіпертекст використовується для поєднання смислових структур і внутрішніх зв'язків певного змісту із технічним середовищем, яке дає людині можливість засвоювати структуру смислових зв'язків і здійснювати переходи між взаємопов'язаними елементами при побудові мовленнєвого спілкування з комп'ютером.

Слід також зауважити, що гіпертекстові повідомлення мають і спільну з будь-якими традиційними текстовими повідомленнями функцію – бути носієм відокремленого від індивіда, екстериоризованого словесно вираженого змісту (думок, знань та ін.). Отже, *комунікативна функція гіпертексту* полягає у його спроможності донести формально репрезентований зміст до багатьох користувачів, які є його читачами [6: 57].

Незважаючи на відсутність ієрархій, гіпертекст у дискурсі програмного забезпечення будується за допомогою описаних вище моделей семантичних мереж, які, однак, набувають у гіпертекстовому середовищі нового змісту. У цьому ракурсі ми вважаємо за доцільне виділити особливий метод гіпертекстового моделювання – метод *мережевого моделювання тексту*.

Цей метод моделювання базується на побудові семантичних мереж, що моделюють змістовну сторону лексики і тексту. Пропонуємо виділяти три основні операції *мережевого моделювання тексту*:

1. виявлення семантичних зв'язків між елементами тексту, яке передбачає їх семантичну категоризацію;
2. представлення виявлених зв'язків в експліцитній і зручній для подальших використань формі;
3. встановлення закономірностей між формами представлення і семантично-синтаксичними параметрами елементів гіпертексту.

Охарактеризуємо кожну із запропонованих операцій.

1. *Виявлення семантичних зв'язків між елементами тексту*. Елементами гіпертекстової мережі у англійському дискурсі ПЗ виступають різноманітні текстові одиниці – слова, речення, параграфи. Усі вони утворюють план вираження тексту із різноманітним ступенем

деталізації. Семантичний зв'язок між одиницями тексту традиційно відображає зв'язки між їх денотатами. Вважається, що денотатом слова є предмет, денотатом речення – ситуація [2 : 310].

Як відомо, зв'язне мовлення будується з установкою на опис певної картини зовнішнього або психологічного світу, однак закони його побудови мають лінгвістичний характер. Мова є інструментом формування тексту, тому й аналіз семантичних зв'язків переважно спирається на лінгвістичні категорії.

Зрозуміло, що самої семантичної категоризації недостатньо для виявлення усіх семантичних зв'язків між словами. Як уже зазначалось, для експлікації і формалізації семантичних зв'язків у нагоді стає і синтаксичний аналіз текстових структур, який покликаний встановити предикативні і непередикативні зв'язки між словами тексту.

У нашому дослідженні ми розуміємо семантичний зв'язок між елементами тексту як зв'язок їх денотатів на предметному рівні (у межах конкретної ситуації), що дозволяє розглядати такі елементи як компоненти єдиної ширшої і складнішої ситуації. Так, наприклад, у комунікативній ситуації вибору дизайну почесних грамот (*Award Certificates*) за допомогою програми Microsoft Publisher, добір мовних засобів для позначення конкретного екземпляру у гіпертекстовому середовищі здійснюється на основі встановлення наступних семантичних категоріальних зв'язків між ключовим словом *Award* у назві класу і назвами вузлів гіпертексту, наприклад:

зв'язок синонімії: *Award (as) Appreciation*;

зв'язок “причина-наслідок”: *Award (for) Achievement, Best Of..., Excellence, Best Idea*;

зв'язок адресації: *Award (to) Person of the Month (Year, ...)*

Гіпертекстова модель реалізації визначених зв'язків представлена на рис. 1

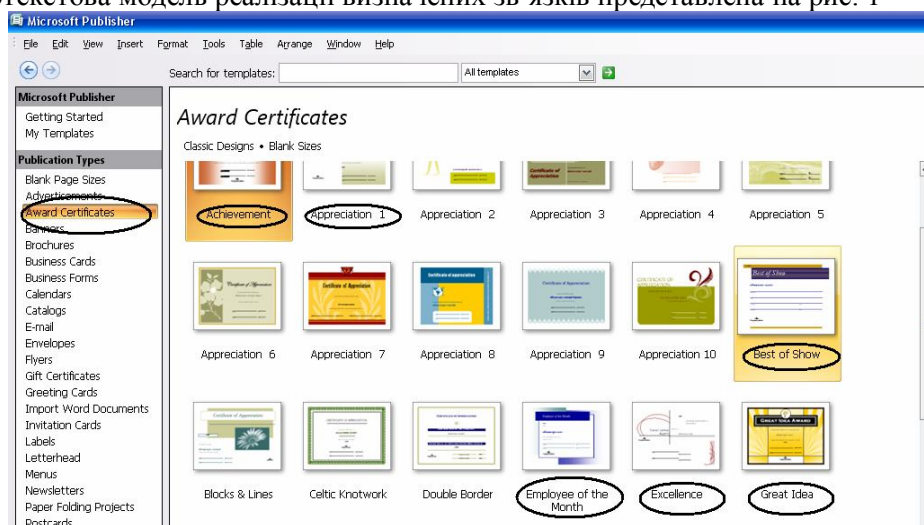


Рис. 1. Гіпертекстова модель реалізації семантичних категоріальних зв'язків.

2. Представлення виявлених зв'язків в експліцитній і зручній для подальших використань формі. Спосіб представлення текстуальних семантичних зв'язків повинен забезпечувати отримання такої моделі (змістовного плану тексту), яка б дозволила вирішити наступні теоретичні і прикладні завдання оптимізації дискурсивної комунікації користувача і комп'ютера:

1. типологічні дослідження типів текстів у дискурсі ПЗ;
2. аналіз семантичних структур і семантичних зв'язків цих текстів;
3. розробка методів автоматичного аналізу текстів мови ПЗ.

Для формалізованого представлення текстових моделей використовуються графи, вершинами яких є одиниці тексту, а ребрами – семантичні відносини між ними.

Відома російська дослідниця інформаційних технологій у лінгвістиці Р. Потапова звертає увагу на особливу роль, яку відіграють міжфразові зв'язки при розробці семантичних моделей тексту. Згідно з її експериментальними дослідженнями [2: 267], зона міжфразових

зв'язків речення у гіпертекстовому середовищі не обмежується його найближчим оточенням. У зв'язку з цим пропонується виділяти три закономірності семантичних зв'язків між реченнями і фразами у гіпертексті:

4. речення, семантично пов'язані з іншим випадково обраним реченням, можуть знаходитись у будь-якій точці гіпертексту;

5. семантично пов'язані речення є рівномірно розподіленими у всьому гіпертекстовому середовищі;

6. у безпосередньому найближчому оточенні випадково обраного речення спостерігається незначна кількість його міжфразових зв'язків [2: 268].

*Семантична зв'язність* є одним із найважливіших параметрів, що характеризують план змісту тексту. У дискурсі програмного забезпечення текст представлений переважно у вигляді заголовків до вікон або безпосередньо повідомлень у вікнах. Традиційний критерієм семантичної зв'язності тексту є повторення слів (переважно іменників) або їх заміна займенниками. Такий підхід не може застосовуватись до текстів повідомлень при веденні письмового діалогу з комп'ютером, оскільки у дискурсі програмного забезпечення прономіналізація трапляється рідко, переважно у межах одного речення. Лексичні повтори (тавтології) є типовим явищем, особливо у вузькоспеціальних текстах, але до них швидко адаптуються користувачі. Так, проаналізувавши частотність повторень слова *language* у інструкціях до програми графічного розпізнавання образів і текстів *Abby Fine Reader 8.0*, ми встановили, що вона становить близько 25 одиниць на 100 слововживань повнозначних слів (прибл. 25 %), Наприклад:

#### User Languages and Language Groups

*In addition to the built-in languages and language groups, you may also create a new language or make up a new language group (from languages supported by FineReader) and use it for recognition.*

У наведеному прикладі представлені заголовок і текстове повідомлення, яке містить інформацію щодо можливостей створення нових груп мов для розпізнавання. Із 26 повнозначних слів слово *language* вживається 7 разів, що становить 27 % від загальної кількості слововживань. Але такий повтор є звичним для дискурсу ПЗ, оскільки допомагає уникненню неоднозначності при прономіналізації і тема-рематичному членуванні висловлювань, а також сприяє реалізації семантичної зв'язності тексту.

У дискурсі прикладної програми ми виявили два основних способи досягнення зв'язності між гіпертекстовими структурами:

• *питання / відповіді* – назви гіпертекстових вузлів являють собою відповіді на поставлене питання (рис. 2.), наприклад:

*What do you want to do? – Create professionally looking document;*

*Which provider do you use? – Windows Live Spaces.*

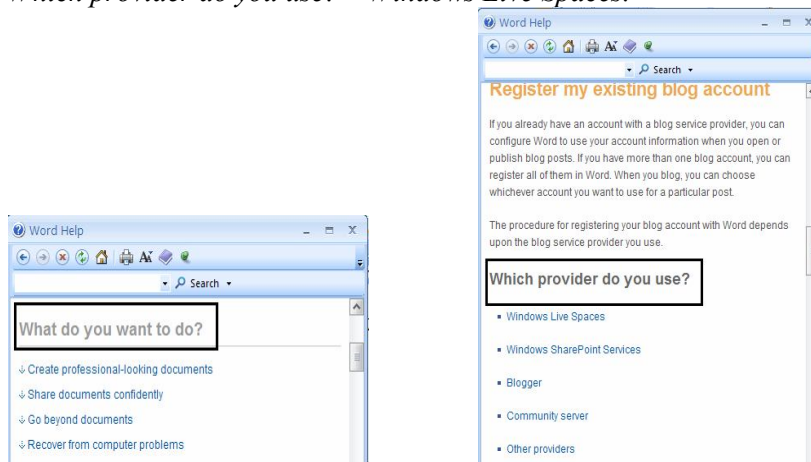


Рис. 2. Реалізація зв'язності гіпертекстових одиниць за допомогою питань і відповідей.



• *категоріальна класифікація понять* – назви гіпертекстових вузлів являють собою назви категорій і класів даних (рис. 3.), наприклад:

*Subcategories of "Creating a presentation": Check Spelling, Fonts and formatting.*

*Topics in "Creating a presentation": Add a caption to a picture in a photo album, Create a photo album, Add an action button, etc.*

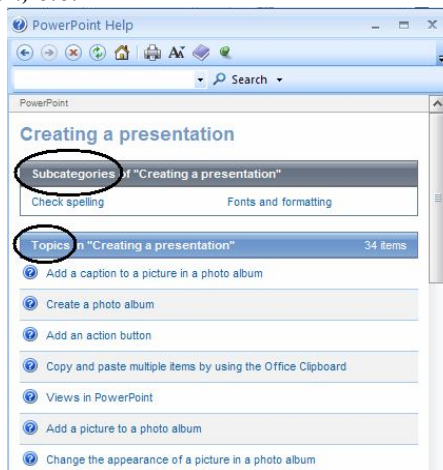


Рис. 3. Реалізація зв'язності гіпертекстових одиниць за допомогою категоріальної класифікації понять.

• *адресація (надання посилань на інші ресурси)* – назви гіпертекстових вузлів являють собою назви ресурсів (рис. 4.)

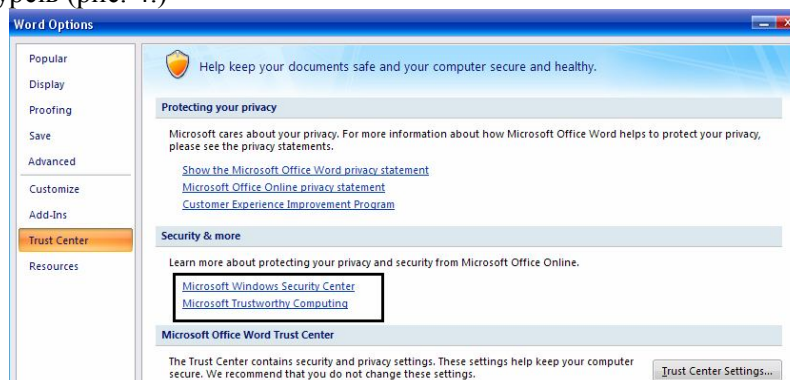


Рис. 4. Реалізація зв'язності гіпертекстових одиниць за допомогою адресації (посилань на інші ресурси).

Семантична зв'язність гіпертекстових повідомлень є запорукою успішної гіпертекстової комунікації. Використання лінгвістичних механізмів генерування зв'язних текстів для утворення гіпертекстових структур у дискурсі програмного забезпечення сприяє невимушеності гіпертекстової комунікації, при якій користувачеві не потрібно докладати додаткових зусиль для досягнення результативної взаємодії з комп'ютером.

3. *Встановлення закономірностей між формами представлення і семантично-синтаксичними параметрами елементів гіпертексту* становить невід'ємну частину мережевого моделювання знань у гіпертекстовому середовищі. Проведений аналіз гіпертекстових повідомлень у англомовному дискурсі програм пакету Microsoft Office 2007 дозволив виділити такі основні форми гіпертекстових повідомлень:

1. номінативні висловлювання;
2. інфінітивні комплекси;
3. інтерогативні висловлювання;
4. інтенціонально-декларативні висловлювання;
5. імпліцитно-декларативні висловлювання.

У таблиці 1. представлені зразки мовних засобів, що вживаються у гіпертекстових одиницях довідки Microsoft PowerPoint 2007 та їх дискурсивні функції.

Таблиця 1.

Структурно-семантичні типи висловлювань у гіпертекстових одиницях Microsoft Power Point 2007

Типи висловлювань	Функції у дискурсі ПЗ	Мовні засоби їх вираження
1	2	3
Номінативні висловлювання	Номінування команди або об'єкту програмного забезпечення	<i>Collaboration, Automation Effects, File Management, etc.</i>
Інфінітивні комплекси	Моделювання спонукальної діяльності користувача або системи	<i>Add sounds or movies, Format slides or presentations, Work with phot albums, View my security settings in the Trust Center, Translate text, etc</i>
Інтерогативні висловлювання	Моделювання ймовірних запитань користувача до системи	<i>What happened to the macro recorder? What happened to the Autocontent Wizard? What is Activation? How do I activate my Microsoft Office programs? Why am I getting a message that says to troubleshoot my Internet connection?, etc.</i>
Інтенціонально-декларативні висловлювання	Моделювання ймовірних намірів користувача	<i>I want to add a QuickTime movie to my presentation I want to add a digital movie from a video DVD to my presentation</i>
Імпліцитно-декларативні висловлювання	Моделювання прихованих намірів користувача	<i>My movie doesn't play My sound doesn't play</i>

Наведені приклади застосування *методу мережевого моделювання тексту* засвідчують, що гіпертекстова комунікація має ряд специфічних рис, що відрізняють її від усіх решта типів комунікації. Слід також звернути увагу на особливе тлумачення поняття "автор". Із появою мережі Інтернет центральною фігурою комунікації стає не творець, а користувач інформації, що наділений функцією керування змістом [4; 6]. Використовуючи гіпертекстові зв'язки, кожен користувач обирає потрібну лише йому інформацію, генеруючи у такий спосіб власний текст, що існує лише у кібернетичному просторі і зникає після прочитання. Отже, автором гіпертексту може бути не лише особа, якій належить авторство текстових фрагментів. Автором гіпертексту може бути кожен його користувач, який обирає навігаційний маршрут і синтезує текст шляхом поєднання обраних гіпертекстових вузлів [6].

Підсумовуючи проаналізовані особливості категоріальних моделей у англійському дискурсі програмного забезпечення, визначимо ключові засади запропонованого *методу мережевого моделювання тексту* у гіпертекстовому середовищі. Отже, зазначений метод базується на таких основних *принципах*:

1. *Принцип дискретності*, який передбачає, що кожен елемент гіпертексту є відокремленим від інших текстовим утворенням, що характеризується сукупністю різноманітних зв'язків з іншими повідомленнями. Р. К. Потапова зазначає, «що чим більше переходів передбачено у гіпертекстосому середовищі, тим зв'язнішим і цілісним воно є, тим органічнішою є смислова єдність представленої у ньому інформації» [2 : 290].

2. *Принцип мережовості*, згідно з яким метафоричне уявлення про мережу є традиційним атрибутом гіпертекстового середовища. Здійснюючи переходи від одного фрагменту до іншого, читач уявляє цей процес як рух у мережі.

3. *Принцип навігаційності*, тобто наявності візуалізованої (графічної, текстової) інформації щодо розташування фрагменту у локальній або загальній гіпертекстовій мережі.

За умови дотримання окреслених принципів, метод мережевого моделювання знань стає зручним інструментом формалізованого представлення інформації у дискурсі програмного забезпечення, а також сприяє налагодженню результативної вербальної комунікації між користувачем і комп'ютером. Технології гіпертекстового середовища можуть методологічно застосовуватись при моделюванні дискурсу програмного забезпечення як особливий спосіб категоризації дійсності і забезпечення інтегративного зв'язку між технологічними аспектами

програмного забезпечення і складними когнітивними структурами знань, що актуалізуються при спілкуванні людини і машини.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Поспелов Д.А. Моделирование рассуждений: опыт анализа мыслительных актов. – М.: Радио и связь, 1989. – 184 с.
2. Потапова Р.К. Новые информационные технологии и лингвистика. – М.: Изд-во Московского государственного лингвистического университета, 2002. – 212 с.
3. Хартунг Ю., Брейдо Е. Гипертекст как объект лингвистического анализа // Вестник МГУ. – Сер. 9. – № 3. – 1996. – С. 114-128
4. Fink J., Kobsa A., Schreck J. Personalised hypermedia information through adaptive and adaptable system features: User modeling, privacy and security issues / A. Mullery, M. Besson R. Campolargo, R. Reed (Eds.), Intelligence in Services and Networks: Technology for Cooperative Competition. – Berlin, Heidelberg: Springer, 1997. – P. 459-467
5. Murray T., Shen T., Piemonte J., Condit C., Thibedeau J. Adaptivity for conceptual and narrative flow in hyperbooks: The metalinks system // Proceedings of the International Conference on Adaptive Hypermedia and Adaptive Web-based Systems. – Trento, Italy, Aug. 2000. – P. 155-166.
6. Thuring M., Hannemann J., Haake J.M. Hypermedia and cognition: Designing for comprehension // Communications of the ACM. – No. 38 (8). – 1995. – P. 57-66.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ірина Біскуб** – докторант Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доцент кафедри прикладної лінгвістики Волинського національного університету імені Лесі Українки.

*Наукові інтереси:* прикладна і комп'ютерна лінгвістика.

## **ЛОГІЧНІ КОНЕКТОРИ ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ СКЛАДНИК СУЧАСНИХ ФРАНЦУЗЬКИХ ЗМІ (на матеріалі телевізійного дискурсу)**

**Надія ГАПОТЧЕНКО, Лілія ЛЕТЧЕНЯ (Горлівка, Україна)**

*У статті розглядаються основні чинники семантики, прагматики та функціонування логічних конекторів у сучасній французькій мові, вивчаються специфічні комунікативні ознаки логічних конекторів у французькому телевізійному дискурсі.*

*The article observes main semantic, pragmatic and functional features of the logical connectors in modern French, it studies specific communicative peculiarities of the logical connectors in French television discourse.*

**Постановка проблеми, її актуальність та зв'язок із науковими завданнями.** Сучасна мовознавча парадигма передбачає усебічне вивчення дискурсивних ознак мовленнєвої інформації, спрямованої на суспільство, як чинника розуміння глибинної сутності феномена засобів масової комунікації та впливу на думку та загальний настрій нації. Отже, актуальним вбачається комплексне дослідження комунікативних, прагматичних, функціональних, антропоцентричних та інших аспектів повідомлень у ЗМІ. Крім того, зв'язність та логічність побудови таких повідомлень є одним з чинників їхнього адекватного розуміння адресатом. У цьому сенсі вагомим чинником є прийом регулярного та обов'язкового застосування у медіа-дискурсі так званих логічних конекторів (слів-зв'язок, дійктичних маркерів тощо).

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Логічні конектори як комунікативні відмінності усного дискурсу та політичної комунікації на матеріалі французької мови були неодноразово предметом дослідження мовознавців (О.Б.Олександровська, М.Д. Гулей, К. Кербра-Орекьоні, А. Ребуль, С. Пекарек, А. Троньон та ін.). Проте, логічні конектори як спосіб побудови логічного та зв'язного дискурсу сучасного французького телебачення залишаються досі комунікативним феноменом, перспективним для мовленнєвих розвідок.

**Метою нашої статті** є встановлення особливостей семантики та прагматики логічних конекторів, які функціонують у сучасному французькому мовленні, виявлення чинників добору та функціонування логічних конекторів у сучасному французькому телевізійному дискурсі.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**: розглянути підґрунтя комунікативного феномену логічних конекторів, охарактеризувати основні види конекторів, проаналізувати аргументативну базу конекторів, що застосовуються у французькому телевізійному медіа-дискурсі.

Логічні конектори слугують допоміжними прийомами в організації зв'язних текстів, висловленні та мовленнєвій мотивації думок, активному мовленні та сприйнятті мовленнєвої інформації тощо. У різних сучасних мовознавчих парадигмах існують поняття, які фактично

є частково або повністю синонімічними феномену логічних конекторів (маркери зв'язності, логічні артикулятори, дейктичні показники, слова-зв'язки тощо). Особливу комунікативну роль мають логічні конектори, що застосовуються в усному мовленні, оскільки візуальне сприйняття текстової інформації у таких випадках є відсутнім, а, відтак, логічність та зв'язність викладення змісту, як складники адекватного сприйняття повідомлення адресатом, стають можливими у великій мірі за рахунок уживання відповідних засобів, до яких належать й логічні конектори.

Популярність логічних конекторів як предмета мовознавчого дослідження призвела до виокремлення великої кількості типів конекторів та існування їхніх численних класифікацій – за належністю до окремих частин мови, за тематичною спрямованістю тез, які вони аргументують, за ступінем популярності у мовленнєвій мотивації, за кількістю значень (моно- та полісемантичні тощо), за критерієм об'єктивності (об'єктивні та суб'єктивні) та інші [1].

Кожен з логічних конекторів належить до конкретної частини мови та, відповідно, має притаманні їй морфологічні категорії. Наприклад, логічний артикулятор наслідку *il en découle que* ґрунтується на уживанні не особової форми дієслова першої групи у теперішньому часі дійсного способу. Крім того, існує велика кількість логічних артикуляторів наслідку, що є актуалізованими у мовленні як іменники (*conséquence, conclusion, fruit, issue, retentissement*); наслідкові сполучники, сполучникові слова, групи слів тощо (*au point que, tellement que, de manière que, sans que, trop pour que* тощо); прийменники (*de manière à, jusqu'à*); як зазначалося вище, дієслова (*provoquer, exciter, obliger, pousser*); різні типи речень (еквівалентні обставинам часу, відносні, безсполучникові тощо). На прикладі наведених логічних конекторів наслідку можна дійти висновку, що природа конекторів може бути як лексична (та, що базується на відповідній семантиці слів), так і граматична (та, що будується на окремих морфологічних категоріях застосованих у якості конекторів слів, або синтаксична, продемонстрована на рівні структури речення та фрази).

Крім класифікації конекторів за належністю до окремої частини мови розповсюдженою є їхня семантична та синтаксична класифікації. Ураховуючи семантичні різновиди характеристик конекторів, слід виокремити конектори логічного викладення змісту (*en premier lieu, primo, enfin, d'abord, ensuite, en ce qui concerne*), конектори аргументації (*c'est pourquoi, pour cette raison, toutefois, puisque*), хронологічні конектори (*la veille, depuis ce temps, il était une fois*), конектори протиставлення (*d'une part, d'autre part, au lieu de, par ailleurs*) та багато інших різновидів конекторів. Іноді виокремлені за семантичним принципом типи конекторів є настільки розповсюдженими та уживаними у французькому мовленні, що мають свої підтипи. У такий спосіб, у загальному масиві конекторів часу виокремлюються конектори, які підкреслюють дію, що передуює (*avant que, hier, auparavant*); такі, що передають дві або більше одночасних дій (*pendant ce temps, quand, lorsque*) та , нарешті, конектори, які висвітлюють майбутній аспект події (*puis, ensuite, dans quelques jours*). Окремою є класифікація конекторів за локалізацією у просторі тексту. Наприклад, конектори з проспективною спрямованістю (*on aura soin de..., par conséquent, ensuite*), конектори з анафоричною відсилкою (*dès le début, en première partie*).

Функціональна роль конекторів у просторі текстів, розрахованих на масового адресата, зумовлена передусім необхідністю створення логічно побудованої, зв'язної текстової єдності, зрозумілої та такої, що потенційно може бути адекватно сприйнятою адресатом. Текст та дискурс ЗМІ є результатом поєднання багатьох мовленнєвих актуалізацій засобів, що існують у системі французької національної мови. Висока інформативність є однією з типових рис мовленнєвих утворень такого виду. Адекватне сприйняття інформації повідомлень ЗМІ вимагає застосування допоміжних засобів створення зв'язності та логічності текстів, що їх автори добирають залежно від загальних дискурсивних ознак створюваного тексту (нарративний, аргументативний, описовий, експлікативний тощо). Мовні логічні конектори належать до так званих експліцитних засобів створення зв'язного тексту, оскільки їхня формальна, традиційна семантика збігається з ситуативною.

У французькому телевізійному просторі текстові повідомлення набувають численних дискурсивних ознак зорової та слухової перцепції, завдяки яким вони мають більший

комунікативний успіх у адресата-глядача у порівнянні з подібними або тими самими повідомленнями у друкованому вигляді. Проте, комунікативна роль різноманітних логічних конекторів у телевізійному дискурсі залишається вагомим:

*L'OMS a constaté des allergies au vaccin GSK au Canada.*

*[...] ce sont des réactions allergiques. Mais ce qui a inquiété surtout l'OMS c'est que sur un lot de 172 milles vaccins qui a été livré fin octobre par GSK habituellement on observe une à deux réaction de ce type et là il y en a eues 6.*

*Ce sont des autorités sanitaires qui ont donné l'alerte il y a quelques jours. Du coup ces doses ont été mises de côté en attendant les résultats d'une enquête.*

*Alors personne ici n'est encore alarmiste parce que les réactions observées dont je vous parlais ont été de courte durée. Alors que les 6 personnes touchées seraient complètement rétablies. Aujourd'hui au Canada donc la campagne de vaccination se poursuit.*

*Près de 7 millions de Canadiens sont déjà protégés dans 7 provinces sur 10. Le vaccin est accessible à tous, le lien de confiance n'est donc pas encore rompu avec le groupe pharmaceutique.*

*S'il devait l'être d'ailleurs ce serait un vrai problème puisque GSK est le seul fournisseur du Canada qui lui a commandé plus de 50 millions de doses (La chaîne BFM TV 24.11.09)*

У наведеному вище прикладі з телепередачі повідомляється про соціальну проблему, що виникла у межах цілої країни – алергію на вакцину у Канаді. Автори надають інформацію «за» та «проти» вакцини та самої процедури вакцинації. Цей фрагмент програми має не тільки аргументативну природу, але він містить окремі чинники експлікативного дискурсу (уживання теперішнього часу дійсного способу, кількісні дані). Цьому фрагменту також притаманні окремі риси інших видів дискурсу, наприклад, експресивного (уживання окремих традиційних фігур *ce sont des autorités sanitaires qui ont donné l'alerte, le lien de confiance n'est donc pas encore rompu* тощо). Отже, наведена текстова інформація є сполукою кількох видів дискурсів, в якій застосовано різні види конекторів з метою досягнення бажаного комунікативного ефекту – повідомити глядачам про проблему, що існує; пояснити, як саме розвивається ситуація та вирішується питання; переконати, що проблема вирішується та на сьогодні не є загрозою; змусити глядачів співпереживати та залучити їх до обговорення ситуації, обмірковування особистої позиції тощо. Роль логічних конекторів у контексті відіграють слова, що належать до різних частин мови. Наприклад, ситуативним конектором протиставлення виступає сполучник *mais*, хронологічними конекторами є прислівники *habituellement* та *aujourd'hui*. Оригінальним є використання часу дієслів в якості базового логічного конектора фрагменту. Минулий та теперішній часи дійсного способу поєднуються з умовним способом, який застосовується для номінації одного з можливих шляхів розвитку проблеми.

Інший уривок з інформаційно-аналітичної програми інформує про стан речей у сучасній французькій школі. Вчителі виступають проти скорочення місць, адміністрація та уряд пропонують свою версію вирішення проблеми, але у цій ситуації учні все ж таки страждають більш за все. Щоб виокремити усі складові питання, автор уживає логічні конектори *d'un côté, de l'autre (côté)*. У фрагменті *D'un côté, on supprime des postes dans l'éducation nationale, c'est-à-dire, vous l'avez entendu dans les revendications de ceux qui ont manifesté cet après-midi* промовець уживає аргументацію тлумачення. У *Trois catégories de personnes peuvent assurer les cours : d'abord, les professeurs titulaires, puis les professeurs remplaçants et enfin les vacataires* комунікативна вагомість експліцитних логічних конекторів послідовності *d'abord, puis, enfin* підсилюється аргументом перерахування та риторичним прийомом еліпсиса. А наступна фраза фрагменту *Problèmes : les professeurs titulaires sont du moins à moins nombreux, ce sont donc les remplaçants qui occupent leurs postes à plein temps mais qui ne sont plus disponibles pour leur mission initiale* є власне побудованою на еліпсисі. До того ж, у фразах *Trois catégories de personnes peuvent assurer les cours : d'abord, les professeurs titulaires, [...] та Problèmes : les professeurs titulaires sont du moins à moins nombreux [...]* імпліцитними логічними конекторами можна вважати навіть пунктуаційний знак – двокрапку, яка підкреслює тема-рематичний контур фрази:

*Les enseignants sont contre la suppression des postes.*

*D'un côté, on supprime des postes dans l'éducation nationale, c'est-à-dire, vous l'avez entendu dans les revendications de ceux qui ont manifesté cet après-midi.*

*De l'autre, on a reconnu au CDD et aux vacataires pour boucher les trous dans le planning, les vacataires que certains enseignants appellent les professeurs jetables.*

*Trois catégories de personnes peuvent assurer les cours : d'abord, les professeurs titulaires, puis les professeurs remplaçants et enfin les vacataires. Problèmes : les professeurs titulaires sont du moins à moins nombreux, ce sont donc les remplaçants qui occupent leurs postes à plein temps mais qui ne sont plus disponibles pour leur mission initiale.*

*Pas assez de professeurs remplaçants, mais également pas assez de vacataires. Du coup, les élèves se retrouvent régulièrement sans cours ou au mieux avec un défilé d'intervenants (La chaîne BFM TV 24.11.09)*

**Наукові результати. Висновки та перспективи подальших досліджень.** Проаналізовані приклади конекторів та уривків з телевізійного дискурсу доводять, що у сучасному французькому мовленні функціонують багато різних видів логічних конекторів. В усній масовій комунікації, до якої належить дискурс телебачення, логічним конекторам притаманна велика комунікативна значущість. Комунікативно доречний добір та успішне функціонування конекторів у телевізійному дискурсі уможливають адекватне подання інформації французькому суспільству, а, отже, є одним із складників формування суб'єктивних та об'єктивних позицій у соціумі Франції. Перспективним є, наприклад, вивчення гендерних особливостей уживання логічних конекторів у різних жанрах та програмах телевізійного дискурсу.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Александровская Е.Б. Expression logique: Учебное пособие по французскому языку для старших курсов / Елена Борисовна Александровская. – М.: Нестор Академик Паблішерз, 2006. – 208 с.
2. Charaudeau P. Dictionnaire d'analyse du discours / P. Charaudeau, D. Maingueneau. – P. : Editions du Seuil, 2002. – 668 p.
3. Gieling P. La typologie textuelle / Janvier 2001 – [http://www.oasisfle.com/documents/typologie\\_textuelle.htm](http://www.oasisfle.com/documents/typologie_textuelle.htm)

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

**Надія Гапотченко** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри французької філології Горлівського державного педагогічного інституту іноземних мов.

*Наукові інтереси:* лінгвістика тексту, стилістика, дискурсивний аналіз.

**Лілія Лстчення** – старший викладач кафедри французької філології Горлівського державного педагогічного інституту іноземних мов.

*Наукові інтереси:* практична граматики французької мови, порівняльна граматики французької та української мов.

## **ВЕРБАЛЬНАЯ И НЕВЕРБАЛЬНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

**Юлия ГРУШЕВСКАЯ (Одесса, Украина)**

*У статті розглядається реалізація рекламної комунікації на прикладі послань української сучасної реклами.*

*The paper deals with the problems of realization of advertising communication on the basis of the examples taken from modern Ukrainian advertisements.*

Большинством исследователей рекламы в коммуникативном аспекте она определяется как форма коммуникации, переводящая качество товаров и услуг на язык запросов и нужд потребителей. Рекламная коммуникация является особенной формой социальной коммуникации, поскольку она не только должна передать информацию от производителя к реципиенту с помощью языка или других знаковых систем, а убедить принять решение – совершить акт потребления услуги, идеи, товара. Эта проблема обуславливает актуальность научных разработок в рекламном деле в теоретическом и прикладном планах. Рекламу как неотъемлемую составную коммуникативной деятельности изучают достаточно давно, но в связи с многогранностью понятия проблемы рекламы как комплексного явления не могут считаться решенными. Отдельные вопросы языка рекламы анализируют работы Г. Джинджолии, Л. Компанцевой, В. Костомарова, Н. Непийводы, Л. Маньковой, Б. Потятныка, О. Семенюка, Л. Синельниковой, Н. Слухай, И. Туруты и др.

Лейчик В.М., рассматривая рекламу в лингвистическом аспекте, утверждает, что «реклама – это сложный, разноаспектный, многокомпонентный дискурс, включающий, прежде всего, языковые/речевые единицы, подкрепляемые разнообразными приемами и

средствами (от чисто информационных до художественных), направленный на формирование спроса на материальную духовную продукцию, на сбыт этой продукции при обеспечении максимальной прибыли изготовителю или посреднику при продаже» [3: 39].

Цель данной статьи состоит в анализе реализации рекламной коммуникации на примере обращений украинской современной рекламы.

Рекламный текст определяется нами как социально детерминированное словесное произведение – элемент печатной рекламы, включающий заголовок, подзаголовки, основной текст, подписи под иллюстрациями, слоганы и рекламную концовку (рефрен слогана), – характеризующееся специфическими признаками содержания и оформления; целью такого произведения является создание мотивов для приобретения товаров. РТ имеет конкретную прагматическую установку и призван сформировать нужную для продуцента реакцию реципиента [1: 36-37].

С точки зрения редактирования рекламных текстов существует три основных критерия: 1) социальная ответственность (принцип «не навреди»), 2) маркетинговая состоятельность рекламного обращения, 3) соответствие рекламных текстов общим требованиям культуры речи [2: 107].

Если второй критерий для неспециалиста будет достаточно сложным для рассмотрения, поскольку необходимы знания маркетинга при прогнозировании экономической эффективности рекламы, то первый и третий поддаются анализу в коммуникативном и лингвистическом аспектах.

В рекламном тексте вербальные и невербальные компоненты образуют единое структурное и смысловое целое, оказывают комплексное воздействие на адресата, проявляющееся в реализации информационной, коммуникативной, суггестивной функций. Текст должен быть интерпретирован, исходя из многоплановости рекламного текста, индивидуальных особенностей реципиента, а также контекста, в котором текст рассматривается. Поэтому любые вербальные и невербальные компоненты, связанные на содержательном, содержательно-композиционном и содержательно-языковом уровнях, будут играть важную роль при восприятии и усвоении рекламной информации.

Снижение общей речевой культуры, демократизация языковых норм и отражение этих процессов в языке рекламы как динамично обновляющемся и развивающемся – очевидные и взаимнообусловливаемые вещи.

Одной из причин такого положения можно назвать «мимикрию под потребителя»: коммуникатор говорит на языке реципиента с целью повышения результативности процесса коммуникации. Это явление характерно для массовой коммуникации вообще. Так, например, частично оправдано использование сленгизмов, жаргонизмов в рекламных текстах чаще всего для молодежной целевой аудитории:

«Сууупер кльовий кольоровий! Samsung Corby»;  
 «...вар на шару! Завітай на [www.nasharu.com.ua](http://www.nasharu.com.ua)»;  
 «Вкусно – блин! КОЛО Смачні млинці від ТМ Коло»;  
 «ЕЛЬДОРАДО Оце так бабки!»;  
 «Сухарики ФЛІНТ Заціни краба!» и т.п.

Нелогичные, ошибочные с точки зрения норм языка словосочетания в рекламных текстах иногда приобретают новое звучание, привносят в текст новые коннотации. Эти образы неожиданны для реципиентов, поэтому привлекают внимание и удерживают его и, как следствие, вызывают результативное восприятие рекламного сообщения. Например:

«Orbit Найсмачніший захист від карієсу»;  
 «Vanish ... Інтелектуальна формула...»;  
 «Glade Аромат домашнього затишку» и проч.

Некоторые исследователи [см., например, 4] даже дают в качестве заданий для развития креативных способностей у текстотворцев создание подобных словосочетаний, базируясь на понимании понятия синестезии – явления восприятия, когда при раздражении одного органа чувств наряду со специфическими для него ощущениями возникают и ощущения, соответствующие другому органу чувств (цветной слух, шелест запахов) [см. подробнее: <http://ru.wikipedia.org>].

Лексическая несочетаемость существует независимо от законов логики. В современных рекламных текстах появляются сочетания слов, не имеющих между собой ничего общего:

«*Gillette Формула Triple Protection ... допомагає захищати шкіру від порізів, почервоніння та відчуття стягнутості*»;

«*РЕСПИБРОН Три здорових правила*» (препарат для активизации иммунной защиты);

«*ХОЛВЕР Розрада для кишечника*» и т.д.

Все же чаще всего подобная логическая и лексическая несочетаемость несет заряд положительных эмоций за счет декодирования целостного смысла рекламного сообщения. Причем в процессе декодирования возникают не только уже известные смыслы, но и происходит наполнение рекламного сообщения новыми смыслами вследствие использования «синестезии» в рекламном творчестве. Юмор порождает сочетание слов в следующем примере: на рулоне туалетной бумаги (несмотря на то, что упаковка сегодня ставится в один ряд с брендообразующими фирменными цветом, шрифтами, слоганом, стилем, лицом компании и т.п.) рядом с товарной категорией и указанием длины расположен логотип фирмы, по заказу которой изготовлена бумага: «*Секретные технологии*» (Черкассы).

Для результативной рекламной коммуникации специалистам в рекламном деле стоит предвидеть, какие факторы могут нарушить акт коммуникации между рекламодателем и реципиентом рекламного сообщения, поскольку коммуникативные неудачи ведут не только к непониманию, но и к недоумению реципиента и, как следствие, – отторжению рекламной информации. Неудачным, на наш взгляд, можно назвать телевизионное рекламное сообщение банка *ERSTE* со слоганом «*ERSTE банк Перший для вас*». Сюжет ролика взят из сериала «Пляжный патруль» с Памелой Андерсон в главной роли, но вместо молодых сексапильных девушек десятков пожилых женщин в красных купальных костюмах спешат на помощь утопающему. Несоответствие вербальной компоненты данного рекламного сообщения, в частности, слогана как краткого, простого и легкого для произнесения выражения, которое содержит название чаще всего торговой марки или товара, и визуального ряда, является коммуникативным барьером между продуцентом и реципиентом. Юмор и неоднозначность в рекламе финансовых и банковских учреждений негативно воспринимаются потребителями, поскольку главные достоинства подобных учреждений – надежность, респектабельность, конфиденциальность.

Также коммуникативную неудачу потерпело следующее рекламное радиосообщение: «*За них англійська королева віддала б з десятків капелюшків з власної колекції. А мегамодниця Періс Хілтон подарувала б їх своїм чотирьом гламурним песикам. Відтепер вони в Одесі: елітарні м'які меблі від ТМ «Здравствуй, дерево!». Італійська грація, лінія «ретро», німецька класика у шкірі чи тканині, оздоблена цінною деревиною. З приводу прем'єрного показу знижка 15% на усі дивани, крісла, пуфи й банкетки до 15 листопада. Меблі у ТЦ «6 елемент», Будинку меблів та салоні меблів на Єфімова, 43/4. «Здравствуй, дерево!», тел. 7151881. Портфоліо на сайті zdr.od.ua» [«Мое радио» 103,8 FM Одесса]. В предложенном примере рекламируемый объект некорректно сравнивается с другими предметами, которые просто нивелируют объект рекламы (огрехи в так называемых социальных критериях, определяющих социальную ответственность рекламных произведений, зафиксированных в рекламных кодексах и законах), также присутствуют логические, речевые, стилистические нарушения. Прагматоним «*Здравствуй, дерево!*» явно требует переосмысления и ренейминга.*

В современных рекламных сообщениях велика роль невербальной информации. Выделяются такие способы передачи смысла рекламного текста различными графическими средствами, как синграфемика, топографемика и супраграфемика.

Синграфемика – механизм пунктуационного варьирования. Знаки препинания вносят смысловые оттенки, придают тексту стилистическую окраску. Например:

- *Метрогіл Дента СКАЖІТЬ «НІ!» ЗАХВОРЮВАННЯМ ЯСЕН!*
- *essence СТВОРЮЙ МОДУ! будь креативною та надсилай нам свої ідеї для essence!*

Топографемика – пространственно-плоскостное варьирование. Например: в печатном сообщении «*Вчора був від кашлю мед, а сьогодні Флавамед*» в слове «*кашлю*» после буквы *К* идут две *А*, расположенные в виде веера, символизируя поток воздуха при кашле.



Супраграфеміка – приєми шрифтового варіювання. Використовуються в сучасній рекламній комунікації досить часто. Шрифт в рекламі є комунікаційним візуальним засобом, виступаючим не тільки як засіб організації вербального текстового матеріалу, але і як естетичне засіб створення єдиного рекламного образу. Наприклад:

- *Перший рафінований майонез Олейна. Готуємо з любов'ю!* – в слові «любов'ю» буква О замінена сердечком;
- назва газети *AVISO* – в деяких рубриках буква *I* зображена в вигляді телефонної трубки;
- крем для догляду за шкірою обличчя *D`oliva* – буква О в прагматонімі *D`oliva* виконана в вигляді оливки – основного компонента крему;
- *ШИНОК Щира українська кухня Ресторан українського побуту* – в слові *Шинок* центральна частина букви *Ш* виконана в вигляді перця;
- *Нарешті DELIKATна м'ЯКІСТЬ, на яку очікував світ!* (Nemiroff Delikat).

Ярким прикладом використання супраграфеміки можна назвати телерекламу газети для дітей «*Казковий вечір*», в якій кожна буква назви газети перетворюється в привабливий для дітей образ.

Наступний приклад стосується використання в рекламному повідомленні синграфеміки і супраграфеміки: «*ІНТУІЦІЯ з Андрієм Панським щоп'ятниці 22:15 ВИ ЗДОГАДУЄТЕСЯ НА ЯКОМУ КАНАЛІ?*». В слові «*інтуїція*» *І* і друга *I* замінені на знаки вигукання; в «*Панський*» *П* нагадує будинок і в той же час незавершену букву *H*; «*щоп'ятниці*» записано як «*щобниці*»; в слові «*якому*» в збільшеній і в формі кола букві *O* розміщена буква *H* – то єсть отримано логотип телеканалу «Новий».

Складна комбінація значень вербальних і невербальних символів в рекламній комунікації, накладає одна на одну, утворює той цілісний зміст на змістовному, змістовно-композиційному і змістовно-мовному рівнях, який рекламодавець намагається донести до реципієнта і який повинен бути адекватно їм сприйнятий. Тому для ефективного реалізації рекламної комунікації спеціалісти по рекламі зобов'язані володіти комунікативною компетенцією, яка крім інших, загальних, обов'язкових для кожного сучасного висококваліфікованого спеціаліста складових, повинна включати:

- вміння знаходити контакт з цільовою аудиторією в залежності від демографічних, соціально-культурних і статусних характеристик з допомогою вербальної і невербальної інформації;
- здатність розуміти і продукувати рекламне повідомлення в конкретному соціолінгвістическому контексті спілкування;
- здатність реалізовувати комунікативні наміри, використовуючи структуру рекламного повідомлення;
- здатність розуміти і використовувати в тексті реклами різні складові національної культури (звичай, норми, традиції, ритуали, соціальні стереотипи) в конкретних ситуаціях з урахуванням специфіки національних культур [см. також: 5: 59];
- високий рівень мовного розвитку, що дозволяє в процесі рекламування вільно кодувати (і декодувати) інформацію;
- розуміння вербальних і невербальних способів спілкування.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Грушевська, Ю.А. Собственные имена в русском рекламном тексте: лингвистический и функциональный подход: Дисс. ... канд. филолог. наук. – Кировоград, 2005. – 232 с.
2. Иншакова, Н.Г. Рекламный текст: редакторский взгляд. – М.: МедиаМир, 2007. – 288 с.
3. Лейчик, В.М. Рекламная коммуникация / Реклама: язык, речь, общение: Учеб. пособие.–М.: ИНФРА-М, 2010.–С.18-40.
4. Малкова, Ю.В. Конструирование рекламных сюжетов. – М.: АСТ; СПб.: Сова, 2007. – 125 с.
5. Основы теории коммуникации: Учебник / Под ред. проф. М.А.Василика. – М.: Гардарики, 2003. – 615с.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Юлія Грушевська** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету.

*Наукові інтереси:* мова реклами, рекламна комунікація.

## КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ АСПЕКТ ОЗАГЛАВЛЮВАННЯ (на матеріалі сучасного англomовного дискурсу)

Ірина КУЗНЕЦОВА, Ганна КУЗНЕЦОВА (Житомир, Україна)

*У статті розглянуто особливості когнітивних зв'язків заголовка художнього дискурсу і самого дискурсу, подано спостереження над смисловими типами заголовків та над лінгвістичними особливостями відповідних концепторів.*

*The given paper deals with the cognitive aspect of headlining. The cognitive relations between a fiction discourse and its headline are analysed, as well as the types of headlines. The linguistic nature of conceptors, representing concepts studied is investigated.*

Пропонована робота належить до царини дискурсології художнього тексту, що привертає увагу великої кількості дослідників. У сучасних студіях з теорії дискурсу неодноразово підкреслювалися різні підходи до вивчення цього феномену [5: 5–11; 16: 569–571], проте в дослідженнях останнього часу дискурс розуміється як інтегративний феномен, продукт і процес мисленнєво-комунікативної діяльності, що протікає у широкому соціокультурному контексті, характеризується континуальністю й діалогічністю та становить сукупність процесу й результату [5: 28; 15: 41–42].

Швидкий розвиток дискурсології художнього тексту спричинений, безумовно, об'єктивними тенденціями сучасної лінгвістики та появою великої кількості художніх творів у ХХ–ХХІ століттях. Однак, на наш погляд, основним поштовхом для досліджень цього напрямку є насамперед природа дискурсивної парадигми, яка, по-перше, є синтезом когнітивних, прагматичних і функціональних методів вивчення тексту, по-друге, передбачає інтерпретаціоналізм як одну з плідних процедур [5: 19].

Саме ця процедура, як правило, є основною при вивченні смислових зв'язків тканини текста художнього твору з його заголовком. Заголовок художнього твору багаторазово знаходився в центрі уваги лінгвістів, оскільки він виступає в ролі міцно стиснутої пружини, що розкриває свої можливості в процесі розгортання текстової інформації [3: 133]. Заголовки розуміють як спрямовану віху твору [10: 10], як одну з його найголовніших вербальних опор, що містить основну ідею тексту та є його смисловим ядром [14: 80]. Неодноразово наголошувалося, що заголовок є рамковим знаком, який вимагає обов'язкового повернення до себе після завершення читання художнього тексту та який нарощує об'єм свого значення за рахунок безлічі контекстуальних значустей найрізноманітніших мовних одиниць [1: 2007: 3; 8: 111; 12: 50].

Мета статті полягає у розгляді смислових відношень “заголовок – художній дискурс” з точки зору когнітивної парадигми. Попри низку лінгвістичних розвідок, в яких розглядалися структурно-семантичні та образні особливості заголовків [4: 51–56], а також встановлення їхніх функцій у текстах різних жанрів [7; 9], питання щодо ролі заголовка в актуалізації смислових складників художніх творів залишаються не до кінця висвітленими. Це зумовлює актуальність даної статті.

Матеріалом статті слугують англomовні прозові твори (романи, повісті, оповідання) ХХ–ХХІ століть, заголовки яких виражений словосполученням або фразою, за винятком тих, які становлять власне ім'я або географічну назву.

Заголовок художнього твору відзначається значним інформаційним зарядом, що орієнтує читача у процесі сприйняття текстової інформації і сприяє її подальшому осмисленню. Тому вчені наголошують не тільки на номінативній, а й на прогнозуючій і проспективній функції заголовку [6: 165; 9: 49; 13: 138].

Специфіка заголовка полягає в тому, що він водночас конкретизує і узагальнює значення. Перше забезпечується за рахунок віднесеності заголовка до певної ситуації, яка представлена в тексті, і відрізняється від звичайної контекстуальної реалізації значення тим, що відбувається в умовах розриву між появою форми та її осмислюванням. Крім того конкретизація значення заголовка надходить не одноразово, а поетапно. Узагальнення значення заголовка пов'язана з тим, що до його тлумачення входять значущості різних елементів художнього тексту, що дозволяє значенню, пройшовши конкретизацію, набути

узагальнюючого характеру. Отже семантичні перетворення заголовка відбуваються тільки у зв'язку з впливом всієї художньої системи цілого тексту. Заголовок у своєму остаточному, ретроспективному прочитанні є, крім того, надзвичайно ємним вираженням точки зору автора, суттєвим компонентом, що завершує формування образу автора даного твору [13: 51]. Залучення когнітологічного підходу до аналізу заголовків є доцільним, адже, на думку когнітологів, у будь-якій деталі тексту криється мотивація її появи в даному місці в даний момент, а також у даному вигляді в єдності взаємних зв'язків з іншими деталями [2: 27]. Тому заголовок як компонент тексту з визначальними текстотвірними і текстоформуючими властивостями логічно передбачає використання методик когнітивного аналізу.

Прогнозуюча функція заголовків художніх текстів полягає в тому, що між заголовком і власне текстом встановлюється проспективно-ретроспективний зв'язок, що зумовлює смислову двоплановість заголовку: заголовок актуалізує певну інформацію до ознайомлення читача з текстом, і ця інформація в процесі читання і розгортання тканини тексту збагачується новими смислами, які надають заголовку семантичної багатозначності [6: 165]. Зазначені семантичні та смислові нашаровування передбачають підсвідоме залучення як автором, так і читачем, "текстів у голові", тобто знань про раніше прочитане та прослухане, вже сформованих оцінок, інтерпретацій, смислів і т.д. Тому кожний сприйнятий текст стає когнітивним фактором [18: 184], або цілою сукупністю когнітивних факторів, які керують його сприйняттям, а також сприйняттям пізніше опанованих текстів.

Ці властивості тексту детермінують необхідність нових лінгвістичних підходів до вивчення художнього тексту, виведення аналізу тексту в нову систему координат укрупнення об'єкту аналізу: аналізується не тільки сам текст, а художній дискурс, який також залучає процеси створення й сприйняття цього тексту з якомога більшою кількістю характеристик цих процесів.

Новий підхід дозволяє виділити нові характеристики заголовка художнього тексту, а саме його здатність актуалізувати ключовий концепт художнього твору [11; 13: 133; 19: 29–32]. У самій семантичній структурі заголовку закладені семи, за допомогою яких втілюються важливі смисли художнього дискурсу, зокрема, його ключовий концепт [6: 165]. Приведений аналіз показує, що особливості проспективно-ретроспективних взаємин між заголовком і побудовою смислів дискурсу можуть бути різноманітними. Хоча кожний текст твору й, відповідно, кожний художній дискурс є оригінальним витвором, що знаходиться, на перший погляд, за межами узагальнень та структурування, можна відзначити певні механізми тексто- і смислоутворення, які передбачають взаємодію та взаємонакладання певних ментальних структур, операцій, кодових систем у процесі текстотвору [18: 186], і це дозволяє зробити спостереження узагальнюючого характеру. Покажемо здобутки нашого аналізу за допомогою концептуальних схем опрацьованих текстів та їх заголовків.

Достатньо частотними виявилися художні тексти, в яких заголовок, що втілює ключовий концепт, започатковує *смислову рамку*, яка реалізується протягом усього тексту й повторюється у вигляді повного або тематичного повтору в кінці тексту. Так, основною концептуальною схемою оповідання Д.Френсіса "Carrot for a Chestnut" є: ДАТИ ДОПІНГ ГНІДОМУ ФАВОРИТУ Є ЗРАДА, що реалізується в заголовку оповідання за допомогою експліцитної лексеми *carrot* та імпліцитної лексеми *giving (to give)*. Тобто лексема *carrot* в аналізованому дискурсі виступає концептором концепту ЗРАДА (під концептором услід за М.В. Фоміних розуміємо мовленнєве втілення концепту, яке може лексично варіюватися [17: 177]). Саме зазначена актуалізація цього концепту детермінована численними смисловими зв'язками дискурсу названого оповідання, причому автор сам програмує таку інтерпретацію свого задуму: лексема *carrot* вживається в заголовку, у першому реченні тексту (1-й абзац), у 3-му абзаці й надалі ще 22 рази протягом 24 сторінок тексту. Причому дискурс розгорнуто таким чином, що аналізовані лексеми *carrot* та *treachery* вживаються поряд:

1) *Chick stood and sweated with the carrot in his hand... Treachery was making him sick (p. 125).*

*Just a lousy walk down the yard to give a carrot to the gangly chestnut. Guilt and fear and treachery. They bypassed his sneering mind and erupted through his nerves instead (p. 127).*

На перший погляд звичайна морквина (*He couldn't see anything wrong with the carrot... Just any old ordinary carrot* (p. 127) була наповнена допінгом. Чік, який був жокеєм середнього рівня, погодився за великі гроші дати морквину фавориту національних перегонів – найкращому коню у стайні батька Чіка. Страх за власну професійну зраду призводить до трагічного падіння Чіка, тобто його підлість виявляється покараною.

В аналізованому дискурсі концептор *carrot* не пов'язаний з базовим лексичним втіленням концепту ЗРАДА (*treachery*) ні синонімічними, ні метафоричними, ні асоціативними зв'язками. Цей концептор є лексемою-образом, втіленим спеціально для дискурсно оформленої ситуації. Програмуючи розуміння оповідання, автор вдається до прямого повтору для реалізації описуваного поняття й завершує смислову рамку в кінці оповідання простим згадуванням про моркву на кухні, яка для Чіка назавжди буде символізувати зраду:

2) *Chick thought of his mother, forever chopping up carrots to put in the stew. He'd have to eat them. His throat closed convulsively. He knew he couldn't* (p. 147).

Розуміння основної концептуальної схеми цього оповідання не становить великої складності для реципієнта і базується на невеликій кількості концептуальних умовиводів: 1) морквина була з допінгом; 2) дати цю морквину коневі було зрадою; 3) морквина виявилася символом зради.

У зробленій виборці набагато частіше (67%) зустрічаємо заголовки, які можна назвати *загадками*. Для їх розуміння потрібна ціла низка когнітивних операцій – співставлень та умовиводів, які робить реципієнт при сприйманні дискурсу. Крім того, в таких художніх дискурсах спостерігається значна лексична варіативність актуалізації основного концепту, втіленого у заголовку. Так, в іншому оповіданні Д.Френсіса "The Day of the Losers" основною концептуальною схемою є ВТРАТА Є ПОГАНЮЮ ВДАЧЕЮ, що актуалізується в заголовку через лексему *loser*. Ця лексема є концептором базового концепту НЕВДАЧА, проте вона реалізується у підзаголовку оповідання разом із лексемами, які актуалізують протилежний за значенням концепт ВДАЧА (ВИГРАШ):

3) *In any day of good luck for the losers, those that believe they have lost may have won, and those that win may have lost* (p. 241).

У подальшому дискурсі концепт НЕВДАЧА актуалізується здебільшого без використання зазначеної лексеми. Реципієнт повинен постійно робити умовиводи про вдачу або невдачу, що спіткає персонажів. Наприклад:

4) *He'd heard of a frantic safe-blower long ago who'd done twelve years and gone home to a cache full of the old thin white stuff. All that time served for a load of out-of-date, uncashable rubbish* (p.242).

Тут концепт НЕВДАЧА актуалізований опосередковано, і його сприймання ґрунтується на низці умовиводів та згадок: 1) несамовіта людина (*frantic*) є людиною, яку спіткала невдача; 2) людина, що відсиділа в ув'язненні 12 років є невдахою; 3) мати велику кількість грошей, що вийшли з обігу, є невдачею.

Опосередковану актуалізацію базового концепту спостерігаємо й далі, коли головний персонаж розуміє, що поставив гроші не на того коня:

5) *Austin elbowed his way up the stands to find the best view of his money on the hoof, only to see it finish lame and last* (p. 247).

Для даного фрагменту потрібна така низка концептуальних кроків-умовиводів: 1) кульгавий кінь не може виграти перегони; 2) кінь, що фінішує останнім, є невдахою; 3) Остін, який поставив на цього коня, втратив гроші; 4) людина, що втрачає гроші, є невдахою. Тобто в наведених прикладах концепторами аналізованого концепту виступають різноманітні за лексичним наповненням фрази, що актуалізують цей концепт опосередковано, на основі великої низки концептуальних операцій. Для цього оповідання така актуалізація базового концепту є типовою, вона спостерігається у подальшому тексті ще 12 разів. Концепт НЕВДАЧА виражається концептором *loser (to lose)* тільки наприкінці оповідання, яке побудоване на ефекті марного очікування:

6) *Austin Dartmouth Glenn traveled home empty-handed and in a vile mood, not knowing that his lost ticket had saved him from arrest* (p. 255).

Інтрига полягає в тому, що Остін Glenn викинув свій квиток, невірною думаючи, що його кінь програв (його кінь прийшов другим, але фаворита було дискваліфіковано, і другий кінь виявився переможцем). Він заплатив за свій квиток краденими грошима, що помітив один з поліцейських, тому вся поліція на перегонах марно чекала людину, яка б з'явилася га виграшем.

Складнішим в аспекті когнітивних зусиль постає завдання зрозуміти концептуальний зв'язок основного концепту-заголовка тоді, коли для озаглавлення твору використано фразеологізм. Розглянемо заголовок і текст роману "The Dogs of War" (Frederick Forsyth). Фразеологізм *dogs of war* має значення "страхіття війни, сили війни" і реалізує в аналізованому дискурсі концепт ЗЛО ВІЙНИ. Текст роману нараховує десятки фрагментів з актуалізацією цього концепту, узагальнюючий смисл цього концепту виражений низкою додаткових концептуальних схем, де концепторами виступають мовленнєві одиниці різної структури з різним лексичним наповненням. Розглянемо приклади.

Однією з допоміжних концептуальних схем цього дискурсу є ЗЛО ВІЙНИ ЦЕ НЕОБХІДНІСТЬ БИВАТИ:

7) "I've never known a man who had killed people."

"You don't know that," countered Shannon. "Anyone who has been in a war has probably killed people" (p. 156).

Тут опосередкованим концептором аналізованого концепту виступає повторювана фраза "to kill people".

Іншою додатковою концептуальною схемою є ЗЛО ВІЙНИ ЦЕ ГОТОВНІСТЬ ДО БОЙОВИХ ДІЙ, яка актуалізується таким чином:

8) *Evidently they were excited at something, though none of the diners could have surmised that what elated the group in the corner was the prospect of going once again to war under the leadership of Cat Shannon* (p. 195).

У даному випадку концептором виступають фрази "the prospect of going once again to war" та "what elated the group". Інтерпретація уривку полягає в необхідності певних когнітивних зусиль, щоб зробити наступні умовиводи: 1) людей очікував бій; 2) люди раділи від цієї перспективи; 3) їхня радість була готовністю до бойових дій; 4) готовність до бойових дій є злом, що спричиняє війна. Ця схема знаходить у тексті інші численні концептори, наприклад:

9) "We going to go fighting again, Cat? Count me in" (p. 209).

Тут опосередкованим концептором концепту ЗЛО ВІЙНИ виступають фрази "we going to go fighting" та речення в наказовому стані "Count me in".

Слід зазначити, що а аналізованому дискурсі можна нарахувати принаймні ще чотири додаткові концептуальні схеми, які виступають актуалізаторами основної, причому лексичне наповнення концепторів увесь час варіюється. Лексичний повтор заголовка спостерігаємо тільки в кульмінації твору, внаслідок чого витримується принцип смислової рамки, проте фразеологізм-заголовок дістає трансформації:

10) *Sitting back in the chair, clear-headed while the rest got drunk, Cat Shannon wondered idly how much havoc would be wrecked when he let slip this group of dogs on Kimba's palace. Silently he raised his own glass and drank to the dogs of war* (p. 198).

У даному фрагменті актуалізація концепту заголовка не опосередкована, а безпосередня, причому при першому використанні фразеологізм *dogs of war* трансформується шляхом скорочення компонентного складу й в обох випадках використання фразеологізм зазнає персоніфікації: адже тут йдеться не про зло війни, а про людей, які є інструментами війни.

Наведені приклади з тексту роману "The Dogs of War" показують, що в цьому дискурсі концептуальні зв'язки заголовка складніші, ніж у попередніх випадках. Це спричинено, на наш погляд, самими розмірами дискурсу (у порівнянні з розміром оповідання), а по-друге, використанням у заголовку фразеологізму, який завжди має додаткову смислову глибину.

Запропоновані вище спостереження дозволяють зробити наступні висновки:

– концептуальні зв'язки заголовка й подальшого дискурсу ще далекі до вичерпного вивчення;

- втілюючи основний концепт твору, заголовок у значній кількості випадків утворює в подальшому дискурсі смислову рамку, конкретні лінгвістичні втілення якої не завжди підлягають систематизації;
- у більшості сучасних текстів спостерігаємо заголовки-загадки, інтерпретація яких передбачає виконання реципієнтом певних когнітивних операцій;
- механізм створення заголовку-загадки передбачає різноманітні лінгвістичні варіанти концепторів.

Таким чином вважаємо доцільним підкреслити важливість вивчення концептуальних зв'язків заголовка твору та тканини художнього тексту в цілому, а також інших смислових маркерів у художньому дискурсі.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Артемова Л.В. Заголовок як маркер експресивності сучасної аналітичної статті // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: Зб. наук. пр. – К.: Логос, 2007. – Вип. 12. – С. 3 – 6.
2. Бутакова Л.О. Авторское сознание в поэзии и прозе: когнитивное моделирование / Алтайский университет. – Барнаул: Изд-во Алтайск. ун-та, 2001. – С. 27 – 28.
3. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. – Изд. 2-е. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 144 с.
4. Грицюк Л.Б. Образно-семантичний підхід до класифікації заголовків // мовознавство. – 1992. – №2. – С. 51 – 56.
5. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: Монографія / Під загальною редакц. Шевченко І.С. – Харків: Константа, 2005. – 356 С.
6. Изотова Н. П. Роль заголовку як сильної позиції в актуалізації ключового концепту художнього твору (на матеріалі англійських біографічних романів ХХ століття) // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: Зб. наук. пр. – К.: Логос, 2007. – Вип. 12. – С. 164 – 168.
7. Кагановська О. М. Текстові концепти художньої прози (на матеріалі французької романістики середини ХХ сторіччя) – К.: Вид. центр КНЛУ, 2002. – 292 с.
8. Коваленко А. Н. Заголовок англійського журнального мікро тексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневих Newsweek): Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2002. – 242 с.
9. Корытная М. Л. Роль заголовка и ключевых слов в понимании художественного текста: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. – Тверь, 1996. – 190 с.
10. Кошечая И. Г. Название как кодирование идеи текста // Иностранные языки в школе. – 1982. – № 2. – С. 8 – 10.
11. Кузнецова Г. В. Когнітивний аналіз текстотвірного потенціалу заголовку-фразеологізму (на матеріалі сучасної англійської художньої прози) // Вісник Київськ. нац. лінгвіст. ун-ту. Серія "Філологія". – 2006. – Т. 10, № 1. – С. 150 – 157.
12. Кухаренко В. А. Інтерпретація тексту: Учебн. пособие. – Л.: Просвещение, 1979. – 327 с.
13. Кухаренко В. А. Інтерпретація тексту. – Вінниця: Нова книга, 2004. – 272 с.
14. Потапенко С. І. Текстотворна функція заголовків англійських газетних повідомлень // Вісник Київськ. нац. лінгвіст. ун-ту, 2004. – Т. 7, № 1. – С. 80 – 88.
15. Селиванова Е. А. Основа лингвистической теории текста и коммуникации. – К.: Брама, 2004. – 336 с.
16. Селиванова О. О. сучасна лінгвістика: напрямки та проблеми. – Полтава: Довкілля. – К, 2008. – 712 с.
17. Фоминых Н. В. Концепт, концептор и художественный текст // методические проблемы когнитивной лингвистики: Науч. Издание. – Воронеж: Изд-во Воронежск. межрегиональн. ин-та обществен. наук, 2001. – С. 176 – 179.
18. Чернявская В. Е. Открытый текст и открытый дискурс: интертекстуальность – дискурсивность – интердискурсивность // Вісник Харківськ. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – 2008. – № 811. – С. 179 – 188.
19. Emmott C. Experience of Reading. Cognition, Style, Affect and Social Space // Textual Secrets. The Message of the Medium. Proceedings of the 21<sup>st</sup> PALA Conference (April 12-15, 2001). – Budapest: School of English and American Studies. Eötvös Lorand University, 2001. – P. 29 – 42.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

**Ірина Кузнецова** – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри іноземних мов Житомирського державного університету ім. Івана Франка.

*Наукові інтереси:* когнітивна лінгвістика, лінгвістика тексту, стилістика.

**Ганна Кузнецова** – кандидат філологічних наук, викладач кафедри іноземних мов Житомирського державного університету ім. Івана Франка.

*Наукові інтереси:* фразеологія, когнітивна лінгвістика, прагматика дискурсу.

## ПЕРСОНАЛЬНИЙ САЙТ ЯК СПОСІБ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ НАУКОВЦІВ

**Сергій ДАНИЛЮК (Черкаси, Україна)**

*У статті визначено власне лінгвістичні й інші індивідуальні параметри особистості, а також виявлено закономірності побудови та оформлення веб-сайтів кожного жанрового різновиду.*

*In this article a person's properly linguistic and other individual parameters are defined as well as regularities of building and formation of web-sites of each genre variant are discovered.*

Бурхливий розвиток засобів і видів комунікації на межі ХХ та ХХІ ст., поява комп'ютерного середовища – Всесвітньої мережі Інтернет викликали появу нових засобів

спілкування й інформації. Одним із найпопулярніших і найзручніших у користуванні інформаційних засобів є веб-сайт Всесвітньої павутини, створений на принципах гіпертексту [6: 93].

Персональний сайт, що є однією із найвиразніших форм презентації особистості в Інтернет-комунікативному просторі, таким чином, стає доволі „вигідним” дослідницьким матеріалом, аналіз якого дозволяє докладніше описати та систематизувати й деякі параметри особистості.

Об'єктом нашого розгляду є один із поширених на сьогодні жанрових різновидів сайту – персональний сайт ученого. Такі сайти знаходяться на периферії наукової й особистісно-орієнтованої комунікації, і репрезентують, насамперед, дослідницький потенціал особистості, рід діяльності, професійний досвід автора тощо.

За мету у статті поставлено завдання визначити власне лінгвістичні й інші індивідуальні параметри особистості, а також виявити закономірності побудови та оформлення сайтів кожного жанрового різновиду.

Враховуючи те, що „життя в кіберпросторі – це найвищою мірою індивідуалізований досвід” [7: 225], справедливо передбачити, що найповніше особистість може бути реалізована в мережі за допомогою персональних сайтів, які створюються самою особистістю, функціонують за законами, актуалізованими цією особистістю, й основною метою мають презентацію особистості в її різних комунікативно-мовленнєвих виявах. Думається, що сама форма електронної комунікації накладає відбиток на способи та прийоми самопрезентації особистості в Інтернеті, що знаходить вияв у формуванні абсолютно нового типу самопрезентації, який відрізняється можливістю множинної реалізації особистості.

Персональний сайт є „сукупністю веб-сторінок зі змістом, що описує сферу зацікавленості будь-якої людини (групи осіб), зазвичай створеною самою людиною” [8]. Дослідницький інтерес до персонального сайту викликаний, насамперед, тим фактом, що персональний сайт є тим жанром, який з'явився саме в Інтернеті й не має прямих паралелей поза мережею. Існують також синонімічні конструкції для позначення персонального сайту: „домашня сторінка”, „сайт-візитна картка”, „особисте Інтернет-представництво” тощо.

Процеси підготовки та створення сайту в Інтернет-комунікації істотно відрізняються від подібних процесів неопосередкованої комп'ютером комунікації. Чинник адресата може бути лише прогнозований адресантом, оскільки сама сутність електронного середовища (просторова невизначеність, доступність і відкритість ресурсів тощо) не дозволяє адресантові використати вузьку адресованість ресурсу. Процес створення сайту є двоступеневим:

- 1) створення сайту до залучення його до процесу комунікації;
- 2) трансформація та зміна сайту під час комунікації, тобто вже після розташування сайту в Інтернеті та залучення його до комунікації.

Створенню сайту передує процес прогнозування комунікативного ефекту, що має такі основні стадії:

- 1) моделювання найімовірнішого адресата;
- 2) вибір матеріалу, що міститься на сайті (переважно, має вербальну форму, але також і невербальну);
- 3) вибір комунікативної тактики та стратегії (конкретні способи подання матеріалу та загальної спрямованості організації спілкування й обміну інформацією тощо);
- 4) структурування сайту з урахуванням усіх зазначених особливостей.

На сьогодні, безумовно, існують сайти, створені майже винятково для здійснення інформаційної функції, де адресант не суб'єктивований, дистанційований від поданої у просторі сайту інформації. Однак, за нашими спостереженнями, власне комунікативна функція (або в поєднанні з інформативною), яка нерідко явно переважає, дістає дедалі очевидніше вираження.

До сайтів першої групи можна, з великою часткою імовірності, віднести деякі сайти комерційної спрямованості (каталоги віртуальних магазинів тощо), певні різновиди електронних бібліотек і деякі інші. Таких сайтів при опрацюванні матеріалу дослідження траплялося небагато.

Сайти наукової спрямованості обрані як об'єкт дослідження, оскільки вони найяскравіше актуалізують вияви мовної особистості автора та дозволяють реалізувати багато потенцій сучасної наукової комунікації.

Основними цілями створення сайтів із теми „Наука” дослідники О.І. Кобка, С.Н. Борзенін і Н.Б. Лугова називають такі [5: 107]:

- 1) сприяння концептуальним напрямам реформування науки в цілому:
  - а) інтеграції науки ВНЗ, академічної та галузевої;
  - б) забезпеченню комплексної інформаційно-методичної підтримки наукових досліджень у ВНЗ і наукових організаціях;
  - в) розвитку та застосуванню інформаційних технологій у наукових дослідженнях на ґрунті єдиної (загальнонаукової, міжгалузевої) інформаційної бази;
  - г) удосконаленню наукового й організаційного супроводу фундаментальних і прикладних досліджень із пріоритетних наукових напрямів;

- 2) допомога дослідникам ВНЗ і наукових організацій у пошуку необхідної інформації.

На нашу думку, зазначені позиції можуть бути доповнені ще одним напрямом, що останнім часом набуває особливого значення в сучасному науковому просторі: актуалізація ролі особистості вченого у глобальному науковому співтоваристві, тобто посилення зацікавленості до індивідуально-авторського начала в системі наукового знання.

Традиційно серед зовнішніх стильоутворювальних чинників наукового спілкування називають „відсутність безпосереднього контакту або обмеженість контакту з отримувачем мовлення” [1: 336], слабкий зворотний зв'язок. Формування особливих закономірностей міжособистісної взаємодії, інтерактивність процесу Інтернет-комунікації внесли нові, додаткові характеристики в наукове спілкування, яке відбувається в мережі, що дозволяє говорити про якісні зміни у стилістичній організації комунікації наукової спрямованості.

Мовні засоби, якими оперує науковий стиль, найповніше, порівняно з іншими, підлягають уніфікації. Тривалий час предметом дослідження були формальні одиниці мови, способи їхнього відбору й організації, а галузь екстралінгвістичного функціонування мови вивчалася, переважно, з погляду її основних функцій: спілкування; повідомлення; вплив. Окрім того, тексти наукового стилю, які потрапляли до поля зору дослідників, в основному, мали писемну форму.

Думається, що на сьогодні є підстави стверджувати, що поява Інтернет-комунікації сприяла й появі нових аспектів вивчення наукового дискурсу. „Сфера наукового дискурсу – доволі традиційний об'єкт дослідницького інтересу. Водночас, якщо колись вивчалася, в основному, специфічна мова наукових публікацій, то тепер дослідників цікавлять різноманітні проблеми: від створення віртуального глобального наукового співтовариства (через Інтернет) до організації комунікативних подій на кшталт наукових конференцій і конгресів” [4: 162].

Сайти наукової спрямованості становлять безумовний дослідницький інтерес, зокрема, й для глибшого вивчення середовища наукового спілкування в цілому. По-перше, будучи жанром наукової комунікації, науковий сайт як один із найупорядкованіших різновидів (як у композиційному відношенні, так і з погляду засобів, що використовуються для його створення) Інтернет-ресурсів формує власну комунікативно-мовленнєву норму, багато де в чому відмінну від класичної норми наукового стилю, що, певною мірою, створює передумови для формування норми Інтернет-спілкування як специфічного комунікативного середовища. По-друге, персональний сайт репрезентує одну з форм самопрезентації людини в інформаційному соціумі. Оскільки цей „інформаційний простір у своєму віртуальному вираженні є вербальним простором” [2] (на наш погляд, правильніше було б сказати переважно вербальним), то персональний сайт цілком правомірно можна розглядати не лише як місце подання інформації, а й як спосіб вираження та реалізації особистості його автора. Нарешті, по-третє, зазначимо, що важливим критерієм взаємин між учасниками комунікації є особистісна або статусна орієнтованість спілкування. На думку В.І. Карасика, можна говорити про „особистісно-орієнтоване спілкування, якщо нам добре відомий співрозмовник, якщо ми прагнемо не лише передати деяку інформацію або вплинути на адресата, а й розкрити свою душу та спробувати зрозуміти внутрішній світ співрозмовника. Адресат у



такому спілкуванні цікавить нас у всій повноті своїх характеристик. У випадку статусно-орієнтованого спілкування комуніканти реалізують себе лише в обмеженому наборі рольових характеристик, виступаючи як представники певних груп людей (начальник і підлеглий, клієнт, пацієнт, пасажир, парафіянин, учень тощо)” [3: 188]. О.А. Леонтович висловлює думку про те, що в Інтернет-комунікації „відбувається стирання межі між особистісно-орієнтованим і статусно-орієнтованим спілкуванням” [7: 226]. На нашу думку, згаданий процес стирання меж найповніше може виявитися саме в персональних сайтах учених, де відбувається процес взаємовпливу властивостей сайту, обумовлених тематичною належністю сайту до наукового стилю (що, деякою мірою, наділяє сайт ознаками статусно-орієнтованої комунікації) і функціонально-жанрових властивостей персонального сайту (визначаючи особистісно-орієнтовані риси спілкування).

Мета наукової, як і будь-якої іншої, комунікації полягає, насамперед, в адекватному спілкуванні, у досягненні авторського задуму, потреб, інтересів і, як результат, розуміння та сприйняття інформації адресатом. Таке розуміння наукової комунікації вивело її з рівня інформування про наукові знання на рівень комунікації у науковому просторі, що виявилось, зокрема, й у формуванні нової жанрової системи науки.

Поява Інтернету сприяла розширенню завдань наукового спілкування, що, у свою чергу, певним чином трансформувало не лише сферу наукової комунікації, а й підходи до вивчення окремих жанрів наукового стилю, зокрема, й тих, які щойно сформувалися. Феномен комп’ютерної комунікації збагатив процес спілкування новими компонентами та характеристиками: комп’ютерний канал зв’язку, через який може відбуватися процес комунікації; спілкування з віртуальним співрозмовником, обумовлене не лише традиційними чинниками та принципами; можливість формування нового – відкритого – типу комунікативного співтовариства тощо. Однак, безперечно й те, що базою для формування жанрової системи наукового спілкування в Інтернет-просторі залишається система жанрових форм, уже притаманних науковому стилю. Цю думку підтверджують і дослідники мовних особливостей Інтернету. Наприклад, М.К. Фролов і Н.Л. Моргун, розглядаючи стилістичні особливості комп’ютерного наукового дискурсу, визначають науковий стиль комп’ютерного дискурсу як „той самий функціональний стиль мови науки, що використовується в гуманітарній, природній і технічній галузях знання, але збагачений електронними засобами зв’язку” [9: 84].

Не викликає жодних сумнівів той факт, що традиційна жанрова класифікація наукового стилю має продовження в текстах, які представлені в Інтернеті, однак таких, що наділені особливостями у зв’язку зі специфічністю середовища функціонування (наприклад, гіпертекстовою структурою, електронною системою навігації у тексті тощо): монографіях, підручниках, статтях, звітах, рефератах, тезах тощо. Очевидно, що основний обсяг наукової інформації і переважна більшість текстів зосереджена в Інтернеті на сайтах.

„Персональний сайт в Інтернеті надає людям можливість описати себе та розповісти про себе світові. Багато із цих описів ґрунтуються на моделях, які можуть бути подані у друкованому вигляді, наприклад, автобіографія, стаття у щорічнику, лист другу. Однією зі специфічних моделей, що використовують автори персональних сторінок для самопрезентації, є домашня сторінка” [10].

Нерідко автори персональних сайтів самі обмежують межі сприйняття своїх сайтів відвідувачами, зосереджуючи їхню увагу на конкретних сферах своїх особистісних виявів. Так, часто на англomовних персональних сайтах можна прочитати підзаголовки, що говорять про те, що цей сайт є домом (*home*), записником (*notebook*), кафе (*cafe*), печерою (*cave*) тощо. Такі підзаголовки виражають деякі цільові настанови автора, визначають спрямованість, характер і тональність спілкування, особливим чином обмежують сферу реалізації власної особистості.

Отже, сьогодні, на нашу думку, є всі підстави стверджувати, що протягом декількох останніх десятиліть в Інтернет-просторі сформувався та продовжує розвиватися новий комунікативний жанр – персональний сайт, що є специфічною формою самопрезентації особистості. Постійне еволюціонування персонального сайту у процесі його існування, набуття ним додаткових функціонально-стильових характеристик підтверджує тезу про

історичну мінливість категорії жанру (в цьому випадку, у сфері науки) як такої. При реалізації функцій певного жанру у просторі Інтернет-комунікації слід доповнити наведений перелік залежністю від рівня інтеграції Інтернету (в тому чи іншому соціумі) до різних сфер науки, життя суспільства й міжособистісного спілкування.

Серед подальших перспектив дослідження вбачаються необхідність визначення композиційної структури персонального сайту, потреба виявлення й опису компонентів сайту, що забезпечують ефективність інтерактивної взаємодії учасників Інтернет-комунікації, а також розгляд сайту як різновиду креолізованого тексту.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 384 с.
2. Жичкина А.Е., Белинская Е.Л. Стратегия самопрезентации в Интернете и их связь с реальной идентичностью // <http://solaris.surgut.ru/library/psychology.php?char=%C6&order=header>
3. Карасик В.И. О категориях дискурса // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: Сб. науч. тр. – Волгоград-Саратов: Перемена, 1998. – С. 185-197.
4. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учебное пособие. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
5. Кобка А.М., Борзенин Е.Н., Луговая К.Б. Информационно-поисковая система „Наука” – вузовской, академической и отраслевой науке // Технологии информационного общества – Интернет и современное общество: Труды V Всероссийской объединенной конференции (25-29 ноября 2002 г.). – СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2002. – С. 107-110.
6. Коломієць Н.В. Дискурс Інтернету як різновид дискурсу // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: Логос. – 2001. – № 5. – С. 93-97.
7. Леонтович О.А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения. – М.: Гнозис, 2005. – 351 с.
8. Словарь терминов Интернет // <http://www.zsu.zp.ua/internet4user/index.php?item=glossary/index.html>.
9. Фролов Н.К., Моргунов Н.Л. Научные стили речи в компьютерном дискурсе // Информационные технологии в образовательном процессе высшей школы: Материалы науч.-метод. семинара. – Тюмень: Тюменск. гос. ун-т, 2002. – С. 80-84.
10. Miller H. The Hypertext Home: Images and Metaphors of Home of World Wide Web Home Pages // Design History Society Home and Away Conference (10-12 September 1999). – Nottingham Trent University, 1999 // <http://ess.ntu.ac.uk/miller/cyberpsych/homeWeb.htm>

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Сергій Данилюк** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри практики англійської мови Навчально-наукового інституту іноземних мов Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького.

*Наукові інтереси:* електронний різновид текстів.

## ДО ПИТАННЯ ПРО МОДАЛЬНІСТЬ НАУКОВОГО ДИСКУРСУ

**Валентина КОВАЛЕНКО (Горлівка, Україна)**

*У статті розглянуто питання про вплив суттєвих характеристик наукового тексту на функціонування категорії модальності та засоби її мовної реалізації. Дослідження показало наявність взаємозалежності між прагматикою тексту і його змістовно-модальною парадигмою, яка обумовлюється авторським вибором текстової проблематики та особливостями наукової комунікації. Цей взаємозв'язок реалізується також і у виборі та спеціалізації мовних засобів вираження модальності.*

*The issues of the influence of pragmatic characteristics of the scientific text on the functioning of the category of modality and the ways of its linguistic realization are considered in the article. The research has showed the existence of interdependence between the its pragmatics of the text and its conceptual-modal paradigm, which is explained by the authors choice of the textual issues and peculiarities of the scientific communication. This interdependence is exercised as well in the choice of specialization of same kind of linguistic means of the category modality.*

Характерною прикметою сьогодення є звернення до мови як засобу пізнання людиною навколишнього світу та як знаряддя здійснення цілеспрямованої діяльності людини, оскільки мова служить для передачі певної інформації з метою впливу на комунікантів у процесі спілкування. Цей напрямок досліджень за своїм змістом охоплює основні складові наукової комунікації, а саме – набуття нових наукових знань (когнітивний фактор), шляхи їх зберігання (психолінгвістичний фактор) та передачу від одного мовця до іншого (лінгво-прагматичний фактор). Якісно нове, ускладнене наукове та технічне знання, його глобальний характер вимагають від фахівців різних областей, в тому числі і лінгвістів, пошуків нових форм та засобів передачі наукової інформації. Науковий дискурс є однією з основних інтегрованих форм вербальної передачі інформації, і оскільки він не обмежується лише рамками текстової структури, а відображає цілісний фрагмент дійсності, то він дозволяє дослідити комплекс проблем наукової комунікації. Зроблений в останні десятиріччя акцент на вивчення одного із названих факторів [1; 3; 9; 10] ставить питання про відтворення взаємозв'язку між окремими ланками цього складного механізму. Виходячи з цього,

доцільним є вивчення прагматичних принципів функціонування категорії модальності в науковому дискурсі, а також визначення її змістовної цінності в загальній структурі дискурсу та специфіки її мовної експлікації, що і становить предмет цієї статті.

Модальність, маючи характер категоріальної універсалії як у логіці, так і у мові [2: 46; 5: 11], безсумнівно виступає однією із суттєвих ознак наукового дискурсу. Поєднання логічного та мовного аспекту модальності повністю відповідає суті наукового дискурсу.

Виходячи з класичної логіки, модальність можна поділити на об'єктивну та суб'єктивну або онтологічну та персуазивну [6: 39]. Значно ширшою за змістом та суттю є мовна модальність, яка включає комплекс ознак, що характеризують відношення змісту висловлення до дійсності, а також відношення мовця до змісту висловлення [7: 214].

Комплексний характер категорії модальності чітко відображається у науковому лінгвістичному дискурсі, який залучався до аналізу [8; 11]. З одного боку, сітка модальних відносин, віддзеркалює характер об'єктивних зв'язків реальної ситуації, на яку направлений пізнавальний акт, а саме, зв'язки можливі, дійсні та необхідні. А з іншого боку, семантико-комунікативний простір наукового тексту обумовлюється напрямком самого пізнавального акту, від якого залежить модальна сітка тексту, а саме – вирішальним є наявність певних компонентів ситуації в якості причини або умови, а інших – в якості наслідку. В цьому аспекті проявляється пізнавальна активність людського мислення, а значить можна говорити про суб'єктивний бік пізнавального акту і як наслідок – про суб'єктивну модальність.

Наступним проявом активності пізнавального процесу є прагматичний намір автора відносно реалізації цього процесу – спроба переконати реципієнта в правильності основних положень наукового тексту, вплинути на його розуміння викладеної теорії таким чином, щоб він перетворився на одностороннього і поділяв точку зору автора, в зв'язку з чим можна говорити про модальність наміру активного впливу в науковому дискурсі. Формулюючи проблему в науковому тексті, автор ставить задачу перед читачем, хоча сам вже знає її рішення. В цьому випадку можна говорити про випереджуючу модальність.

Таким чином, вся розмаїтість модальних відносин зводиться до двох типів, які зумовлені прагматичною установкою дискурсу, а саме: модальність істинності та модальність авторського впливу.

Така різноманітність відтінків модальності спричиняє різноманітність способів її вираження. Мовні засоби вираження модальності не тільки формують текст як комунікативну одиницю, але і як когнітивну одиницю, тобто складову частину процесу наукового пізнання світу.

Реальність світу визначається у філософії як об'єктивно існуюче положення, подія, факт. В цьому сенсі особливе значення набуває в науковому тексті констатація факту як загальновідомої інформації, що не потребує доказу, наприклад: *Eine Grundannahme der Kognitiven Wissenschaft ist, dass der menschliche Organismus bedeutungsvolles Verhalten produzieren kann, indem er .... Die Repräsentationen werden aus Symbolen gebildet [11:18].*

Модальні слова *genau, sehr allgemein, bereits* зі значенням логічної оцінки достовірності судження підсилюють семантику реальності всього висловлення.

Семантику категорії модальності виражають у німецькій мові, в першу чергу, модальні дієслова, які поряд зі способом дії та іншими аналітичними конструкціями, складають важливу модальну систему наукового дискурсу.

Специфічність вживання модальних дієслів визначається обмеженістю їх сполучення, а саме – з третьою особою, що відбивається на функціональних властивостях цих лексичних одиниць. Наприклад:

*Es handelt sich um eine effektive Prozedur, wenn sie von einer Maschine ausgeführt werden kann [11:19].*

Для семантики модальних дієслів статус суб'єкта є конституючим, бо від нього залежить реалізація того чи іншого значення модального дієслова. Так, дієслова *können*, маючи в якості основного значення вираження фізичної можливості або вміння та *müssen* – зі значенням *musiti*, при вживанні з суб'єктом в третій особі виконують свою вторинну функцію, а саме – виражають припущення. Дієслово *können* виражає припущення, яке

базується на об'єктивній можливості, а *müssen* – обґрунтоване припущення, близьке до впевненості.

Високу активність виявляє конструкція дієслова *sich lassen* з інфінітивом, яка має пасивне значення з відтінком можливості:

*Eine Korrelation zwischen Pausen und syntaktischer Komplexität lässt sich aber nicht feststellen [11:167].*

Її синонім – пасивна конструкція *sein + zu + Infinitiv* також часто вживається в наукових текстах і навіть в одному і тому ж реченні:

*Der genaue Stellenwert der Pausen lässt sich jedoch oft nicht eindeutig bestimmen, da oft sozial-kommunikative Aspekte zu berücksichtigen sind [11:167].*

Модальні значення можливості, необхідності, а також гіпотетичності складають сферу потенційності. Можливість виражається в наукових текстах не тільки модальними дієсловами, але й дієсловами *annehmen, voraussetzen, angeben, gelten, brauchen, heißen* та конструкціями з ними.

*Das Sprachmodell stammt von Forster [1979], der Autonomie sowohl auf der Inter- als auch auf der Intraebene der Sprachverarbeitung annimmt [11:137].*

*In noch höherem Maße gilt dies für ihre politische Seite [8:195].*

Семантика умовності є головною ознакою висловлень у формі кон'юнктиву, для яких типовою є поділ на фактичний / гіпотетичний, здійснений / нездійснений, тому, що умова є тільки вказівкою на їх можливість чи неможливість.

*Deutlicher als das Terminologiepaar „Sprach- und Sprachenpolitik“, ... wäre die Gegenüberstellung von ... [8:195].*

Модальність авторського впливу в науковому дискурсі залежить від прагматичної спрямованості конкретної комунікативної (наукової) ситуації, яка реалізується в конкретних текстах: текстах критичного характеру, текстах-переконаннях. Вона може бути директивною, переконуючою, рекомендуючою.

Ця специфічність модальності особливим чином есплікується різними мовними одиницями. Так, вживання у науковому тексті модального дієслова *können* є прагматично зумовленим, бо його семантика створює певну діалогізацію висловлення, коли мовець відходить на другий план і тим самим забезпечує свободу вибору для адресату.

*Auch nicht-autonome Prozesse können automatisch und sehr schnell ablaufen, obgleich sie kognitiv permeabel ... sind [11:136].*

З прагматичної точки зору висловлення з дієсловом *können* має ще одну перевагу: воно певною мірою характеризує особистість автора – його коректність та ввічливість. Цей ефект полягає в апеляції до когнітивно-емоційної сфери, яка супроводжує кожне обґрунтування і знаходиться в рамках того висловлення, котрим мовець робить спробу вплинути на адресата для досягнення основної комунікативної цілі.

*... wenn die Analyse sprachlicher Strukturen eine empirische Erklärung und ... sein soll, dann muß sie auf psychologisch interpretierbare Grundlagen zurückgeführt werden können. [11:41].*

Спонування, яке присутнє в таких висловленнях, отримує більш об'єктивний статус, воно вільне від автоцентризму імперативу і переносить вплив мовця на світ знань реципієнта.

Модальні слова характеризуються певною обмеженістю синтаксичного контексту (вживаність у розповідному реченні), яка значною мірою закладена в самій семантиці модальних слів, а саме – їх співвіднесеність тільки з мовцем та їх прихованому перформативному характері, що і передбачує розповідну структуру. Вони мають тільки один часовий параметр – план теперішнього.

Для наукового тексту характерним є вживання певної групи модальних слів, які позначають не емоційну, а логічну оцінку висловлення. В першу чергу це *insbesondere, möglich, bekanntlich, tatsächlich, offensichtlich, gewiss, natürlich, sicher, notwendig, bestimmt, möglicherweise*.

*Dies oder Ähnliches ist vermutlich gemeint, wenn der Verlust von Minderheitssprachen ... als ein „Identitätsproblem“ für die Sprecher bezeichnet wird. [8:205].*

*Insbesondere aus der Kognitionspsychologie kommt vermehrt der Einwand, dass .... [11:19].*

Всі вони об'єднуються семантичним компонентом „запевнення” і виражають ілюктивний акт „переконання”, який виходить за рамки оцінки істинності і включає ствердження мовця про те, що адресат має прийняти цю точку зору. В цьому і полягає основна прагматична мета наукового тексту.

Важливими для модальної сітки тексту є і модальні частки *nun, nur, auch, stets, denn, ja, doch, etwa*, які виконують інтенсифікаційну функцію і мають яскраво виражений суб'єктивний характер.

*Vielleicht ist es sogar der gewichtigste Grund.* [8:206].

Безсумнівно, модальні частки залучають співрозмовника до сфери висловлення і відсилають читача до раніше згаданої думки.

Таким чином, модальна сітка наукового тексту представлена широким колом мовних засобів. Але основою модальності кожного тексту є наскрізна прагматична спрямованість наукової праці, яка обумовлена авторським вибором проблематики та комунікативною ситуацією наукового тексту, і яка сама обумовлює вибір тих чи інших модальних засобів.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арутюнова Н.Д. О новом, первом, последнем // Логический анализ языка. Язык и мышление. М.: 1997.
2. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. – М.: Изд-во иностр. лит., 1955. – 416 с.
3. Д'яков А.С., Кияк Т.Р., Куделько З.Б. Основы терминотворения. Семантические та социолінгвістичні аспекти. – К.: Видавничий дім «KM Academia», 2000. – 216 с.
4. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца 20 века. М., 1995. – С. 144-238.
5. Мусієнко В.П. Проблема істинності лінгвістичних знань // Мовознавство, 2000. – №2-3. – С.11-16.
6. Панфилов В.З. Категория модальности и ее роль в конструировании структуры предложения и суждения. – Вопросы языкознания, 1977. – №4. – С.37-48.
7. Шведова Н. Ю. Средства формирования и выражения субъективно-модальных значений // Русская грамматика. – т. 2. – М., 1980.
8. Ammon U. Sprachenpolitik in Europa – unter dem vorrangigen Aspekt von Deutsch als Fremdsprache // Deutsch als Fremdsprache. – 2003. – № 4. – S. 195-209.
9. Hoffmann L. Fachtextsorten in der Fremdsprachenausbildung // Fachsprache, 1992. – № 3-4. – S. 140-148.
10. Roelke T. Fachsprache. – Berlin: Erich Schmidt Verlag, 1999. – 250 S.
11. Schwarz M. Einführung in die kognitive Linguistik. – Tübingen. – 1992. – 163 S.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Валентина Коваленко** – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри німецької мови Горлівського державного педагогічного інституту іноземних мов

*Наукові інтереси:* дискурсологія, когнітивістика.

## КОМУНІКАТИВНИЙ КОДЕКС ОФІЦЕРА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ІМІДЖУ ВНУТРІШНІХ ВІЙСЬК

**Ірина ЛИСИЧКИНА (Харків, Україна)**

*У статті розглянуто особливості реалізації мовної особистості офіцера внутрішніх військ МВС України в аспекті формування іміджу правоохоронної структури та її корпоративної культури, окреслено мовні індекси спілкування офіцерів з підлеглими, з'ясовано напрямки оптимізації комунікативної поведінки правоохоронців.*

*This article highlights the linguistic personality peculiarities of an officer of the Interior Troops, Ministry of Internal Affairs of Ukraine, in the aspect of this law-enforcement agency image formation and its corporative culture, defines the language indices of officers' communication with their subordinates and shows the ways of law-enforcement officers' communicative behaviour improvement.*

Наразі підвищена увага мовознавців до соціальних явищ і процесів: соціальної свідомості, соціального мислення, національного менталітету зумовлює поширеність міждисциплінарних досліджень на перетині лінгвістики, психології, соціології, антропології тощо, зокрема у сфері іміджелогії.

Питання комунікативної реалізації іміджу окремих соціальних груп та їх членів передбачає врахування специфіки відповідної корпоративної культури, оскільки імідж формується в конкретному соціальному контексті. Із цього випливає, що й аналіз іміджу має ґрунтуватися на вивченні соціального контексту та корпоративної культури. Відгуки про діяльність галузі можна розглядати як елементи дискурсу, які формують її імідж. Реакція суб'єктів діяльності на відгуки має дискурсивні і недискурсивні форми вираження.

Недискурсивною формою є зміна в діяльності галузі, а дискурсивною – комунікативні стратегії, які оприлюднюють відповідні зміни і зумовлюють модифікацію іміджевих уявлень.

**Мета нашого дослідження** полягає у з'ясуванні комунікативного кодексу офіцера внутрішніх військ як чинника формування соціального іміджу цієї правоохоронної структури в умовах визначеної корпоративної культури.

На нашу думку, аналіз комунікативної реалізації іміджу – одне з обов'язкових актуальних питань дослідження проблеми галузевої комунікації, і модель дослідження має відтворювати перспективи розвитку галузі.

Оскільки в науковій літературі дефініція поняття іміджу дискутується, передусім, викладемо позицію, прийняту в цій статті.

Під іміджем розуміється цілісний, якісно визначений образ певного об'єкту, стійко існуючий та відтворюваний в масовій і/чи індивідуальній свідомості. Імідж виникає та коректується як результат сприймання інформації, що надходить із зовнішнього середовища про певний об'єкт через сітку діючих стереотипів [4: 107].

Психологічність іміджу підкреслюється тим, що імідж визначається як особливий вид психічного образу-уявлення, яке характеризується програмованим емоційним відображенням певних бажаних характеристик людини (об'єкта), що проявляються в зовнішньому представленні, поведінці, спілкуванні [2: 177].

Поняття соціальний імідж інтерпретується з урахуванням комплексу ознак: сутнісної, ідентифікуючої ознаки самого явища і тих чинників, які її зумовлюють. Отже, соціальний імідж внутрішніх військ – це сукупність уявлень про ціннісні якості цієї правоохоронної організації у представників цієї ж організації та соціуму.

Вивчення соціального іміджу правоохоронців передбачає аналіз декількох аспектів і потребує використання комплексу методів дослідження: аналіз соціального контексту; аналіз успішності діяльності внутрішніх військ за наявними результатами; виявлення еталонних уявлень соціуму про ціннісні якості військовослужбовців; встановлення оцінок, які дає громадська думка правоохоронцям як суб'єктам діяльності та її результатам, а також самооцінки; виявлення причин оцінки – позитивної чи негативної; розробка комунікативних стратегій корекції іміджу внутрішніх військ МВС України.

Оскільки з урахуванням соціальних чинників розмежовуються типи іміджу [2: 21] (1) імідж, сформований в ЗМІ, 2) автоімідж та 3) імідж, що базується на безпосередній взаємодії з об'єктом), для нашого дослідження виокремлюємо останній тип.

Соціальний контекст сьогодення характеризується оцінністю сприйняття людиною навколишнього світу та самих себе внаслідок засвоєного досвіду, знань, набутих минулими поколіннями, та прийнятої ролі так званого узагальненого іншого [4: 107]. Отже, як зазначають дослідники, імідж визначає характер сприйняття об'єкта з боку осіб, що засвоїли цей імідж, шляхом зведення вказаного процесу сприйняття до процедур ідентифікації, впізнання об'єкта та корекції відповідного образу, сприяє формуванню стійкого ставлення до цього суб'єкту, та слугує основою для суб'єктивного вибору адекватної моделі пов'язаної з об'єктом поведінки.

Імідж внутрішніх військ, як і будь-якої організації та персоналу, має зовнішню форму (уніформа, манера поведінки) та внутрішній зміст, тобто провідну ідею, які мають бути взаємовідповідними, динамічно поєднаними та урівноваженими.

Значимо, що відповідно до сучасних теорій організація прирівнюється до культури і як будь-яка соціальна група має свої правила поведінки, включаючи норми спілкування, ролі, ритуали, героїв, цінності.

Корпоративна культура є комплексом цінностей, уявлень, понять та переконань, що сприймаються всіма членами організації, а також створювані організацією норми поведінки та артефакти, які задають орієнтири поведінки та дій людини [5: 212].

Відомо, що мова є засобом збереження та передачі міфів, традицій, правил, отже вона є одним з головних об'єктів вивчення при діагностиці корпоративної культури організації, а також засобом впровадження нової культури або коригування старої. Цим пояснюється інтерес до мовної особистості в аспекті формування іміджу організації, зокрема внутрішніх військ МВС України.

Важливий вплив на формування іміджу внутрішніх військ справляють військовослужбовці, оскільки імідж, серед інших, формується у процесі безпосередньої взаємодії громадськості з представниками цієї правоохоронної структури. Отже, від манери спілкування військовослужбовців з цивільними та між собою (особливо зі своїми підлеглими) залежить імідж внутрішніх військ як правоохоронної організації.

Формування іміджу особистості як члена правоохоронної структури та іміджу правоохоронної структури відбувається завдяки використанню психологічних механізмів взаємин індивіда і групи: наскільки особистість, ідентифікуючи себе зі структурою, стає елементом системи “ми – правоохоронна структура”, настільки її імідж відповідає іміджу структури і навпаки. Тому імідж правоохоронців внутрішніх військ не менш важливий, ніж імідж внутрішніх військ у цілому та їх корпоративна культура.

Розгляд комунікативного іміджу офіцерів внутрішніх військ передбачає звернення до мовної особистості. Індивід розмовляє та сприймає мовлення за правилами, установленими суспільством, тому аналіз мовленнєвих характеристик особистості з метою її ідентифікації має здійснюватися з опорою на мовленнєву організацію та правила мовленнєвої діяльності тієї групи носіїв мови, до якої належить цей індивід [3: 13].

Зауважимо, що сучасний етап розвитку лінгвістики характеризується антропоцентричним підходом, в основі якого є людина як мовна особистість. В середині минулого століття поняття “мовна особистість” стало основою для відкриття нового прагматичного напрямку в аналізі відносин людини і мови. Це відкрило широкий діапазон досліджень мовної діяльності людини.

Мовна особистість, тобто будь-який член мовного колективу (або його частини), є творцем мови. Вона виступає одним з найефективніших засобів, за допомогою яких людина стає повноправним членом мовного товариства – носієм мови (суб’єктом). Статус носія мови передбачає наявність в мовній свідомості індивіда певної сукупності загальних, притаманних іншим носіям мови рис, що втім не виключає можливості реалізації індивідуального потенціалу в мовній свідомості. Мовна особистість втілює мовну свідомість водночас декількох соціальних груп: народу певної країни, етносу, корпоративної культури, професійної групи, вікової, сімейної групи тощо. Із цього випливає, що мовна особистість військового має відрізнятися від мовної особистості цивільного, хоча в них є багато спільного [2: 209].

В. І. Карасик виділяє п’ять аспектів мовної організації особистості [1: 13]: мовна здатність як можливість навчитися вести мовне спілкування, комунікативна потреба тобто адресантність, спрямованість на комунікативні умови, учасників спілкування, комунікативна компетенція як уміння здійснити спілкування в різних регістрах, мовна свідомість як власна картина світу людини, мовленнєва поведінка як усвідомлена і неусвідомлена система вчинків, що розкриває характер і спосіб життя людини.

Мовна особистість зумовлюється соціальним статусом людини, який є співвідносною категорією. Розкриття цієї категорії може спрямовуватися назовні та усередину. У першому випадку визначається система цінностей у суспільстві, виявляються основні та другорядні рангові позиції, які займають люди постійно та тимчасово. У другому випадку встановлюються основні та додаткові характеристики, властиві тій чи іншій ранговій позиції.

Так, позиція офіцера передбачає його право віддавати накази підлеглим у певних ситуаціях та обов’язок виконувати розпорядження свого керівництва задля об’єктивної необхідності захисту держави. Це зовнішні аспекти соціального статусу офіцера.

Разом із тим, посада офіцера займається людьми, які пройшли відповідну підготовку, мають певні якості особистості та поведуться відповідно до стійких стереотипів. Можна виділити більш-менш типові аспекти соціального статусу офіцера, тобто внутрішні аспекти соціального статусу офіцера.

У комунікативному кодексі офіцера-правоохоронця виокремлюються три складники: когнітивний, прагматичний та мотиваційний.

Когнітивним складником є комунікативна компетенція. Сучасний правоохоронець повинен знати структуру мовної комунікації, чинники успішної комунікації та її бар’єри, комунікативні стратегії, адекватні соціальному контексту, мовні засоби усунення конфлікту,

формули мовленнєвого етикету, засоби мовного впливу, релевантні комунікативній ситуації [2: 210-211]. Представник сил охорони правопорядку повинен уміти осмислювати дискурс у сукупності його елементів і добирати оптимальну комунікативну стратегію і тактику, прогнозувати ступінь успішності комунікації, моделювати власну мовленнєву поведінку у відповідності до комунікативної ситуації, знаходити засоби подолання комунікативних бар'єрів та нейтралізації конфліктних ситуацій.

Прагматичним складником для офіцера внутрішніх військ та правоохоронця інших установ є контроль над емоціями, що є головне у будь-якій ситуації.

Мотиваційним складником повинно бути професійне завдання, яке суб'єкт правоохоронної діяльності має ставити на перше місце на відміну від особистого інтересу.

У науці доведено, що тип мовної особистості, а, отже, і мовна поведінка залежать від сукупності чинників, а саме: історичної доби, в якій людина живе; соціального контексту, в якому вона виховується та працює; віку людини; освіченості; професії; статі; загальної культури; психологічного типу.

Усі перелічені чинники відіграють роль і в становленні мовної особистості офіцера внутрішніх військ. І все ж, розглядаючи питання про мовну особистість військового, слід особливо виділити такі важливі чинники формування мовної особистості, як Статут, за яким здійснюється діяльність військових, та умови діяльності, які вимагають значного напруження морально-вольових якостей навіть у мирний час. Ці фактори впливають на стратегію й тактику мовної поведінки і зумовлюють реакцію на зовнішні подразники.

Мовна особистість проявляється на всіх мовних рівнях і в усіх ситуаціях спілкування. Стійкість індивідуального способу формування і формулювання думки реалізується у часі за чотирма параметрами: відбір слів, зв'язність, комплексованість, логічність [3: 30].

У більшості досліджених людей відмічається факт використання в мові (в різний час) одних і тих же слів, перевага певних частин мови. Таким чином, те чи інше ненормативне використання лексичного ядра може кваліфікуватися як одне з проявів "Я"-креативності, або ж засвідчувати те, що мова для цього індивіда не є рідною [3: 30].

Для офіцера внутрішніх військ уміння володіти словом має особливе значення. Відомий вислів: "Мова – найбільш ефективний з усіх відомих людству видів зброї" можна перефразувати: мова може запобігти використанню зброї. Вчасно і доцільно вжите слово, поставлене у потрібну граматичну форму, відповідне емоційне забарвлення чи інтонаційне оформлення вислову – це лише деякі з великої кількості мовних засобів, які, за умови правильного використання, можуть допомогти офіцеру в забезпеченні громадського порядку, в запобіганні небажаним конфліктам серед підлеглих чи серед цивільного населення [2: 216].

Мовленнєва поведінка обирається мовною особистістю в залежності від її положення в певній соціальній групі; проте, на відміну від соціальної поведінки, яка має незначну варіантність, мовленнєві можливості індивіда важко обмежити якимось рамками.

Професія накладає свій відбиток на комунікативну діяльність індивіда в цілому, не обмежуючись тільки роботою. Позитивний імідж офіцера-військового лідера, наприклад, виявляється в його популярності, вмінні сприяти позитивній психологічній атмосфері в колективі, здатності підтримувати цінності внутрішніх військ як правоохоронної структури тощо.

З урахуванням впливу стереотипів мовної поведінки на формування інформаційно-комунікативного простору, у межах нашого дослідження було виокремлено особливості комунікативної поведінки офіцерів внутрішніх військ МВС України та їх ставлення до підлеглих. Основними індексами мовної особистості офіцера внутрішніх військ в комунікації з підлеглими є:

- публічне обговорення розбіжностей;
- категоричність висловлення незгоди;
- критика;
- наполягання на власній позиції, відсутність компромісу;
- категоричність формулювання проблеми;
- високий рівень самоконтролю у спілкуванні;
- небагатослівність;



- прагнення швидкого спрощення комунікативних відносин;
- низька орієнтація на збереження обличчя співрозмовника;
- жорстка тематична регламентація спілкування;
- низька роль фатичного спілкування;
- велика дистанція спілкування.

Офіцер має усвідомлювати, що більша залежність підлеглого від керівника – у порівнянні з невійськовим колективом – накладає на командира і значно більшу відповідальність як за вчинки, так і за мовні дії. Через слово, як і через приклад командира, пізнається військова справа, формується ідеал офіцера, уявлення про характер службових стосунків, закладаються звички професійного спілкування, а отже, і мовної культури офіцера внутрішніх військ [2: 217]. Визнання особистої відповідальності за власне мовлення та необхідності заздалегідь осмислювати і виражувати кожен вислів необхідно розвивати.

Спостереження за спілкуванням офіцерів внутрішніх військ та аналіз проблеми формування іміджу цієї правоохоронної структури дають підстави вважати, що позитивний імідж офіцера як складова корпоративної культури має базуватися на таких стратегіях:

- рух до відмінностей, які виокремлюють певний об'єкт серед інших;
- підкреслення особистісних характеристик;
- вписування особистості у символічне уявлення про лідера, відбір його характеристик, які відповідають цій ідеалізації;
- вписування особистості у модель поведінки вже реалізованого лідера;
- вписування особистості в модель поведінки актора, тобто в контекст символічно насиченого суб'єкта;
- активне використання супутніх символів щодо створення візуальних характеристик;
- активне управління засобами масової інформації;
- боротьба з автономними потоками комунікації (чутки тощо);
- символізація автономних сфер (одяг, зачіска, погляд тощо).

Покращення іміджу офіцерів внутрішніх військ, оптимізація їх мовної особистості, а отже і корпоративної культури цієї правоохоронної структури, пов'язано з глобальною корекцією поведінки офіцерів та їхнього ставлення до цивільних, із спрямованістю військових до соціально-партнерських відношень, з підвищенням їхньої соціальної відповідальності, зі збалансуванням інформаційних потоків про діяльність правоохоронних структур та з ламанням негативних неаргументованих соціальних стереотипів.

З приводу корекції мовної поведінки офіцерів доцільно зазначити, що кожний психологічний тип мовної особистості по-різному реагує на зовнішні подразники та мовні сигнали. Реакцію мовної особистості певного типу на різні події можна передбачити, а її мовну поведінку і вчинки скоординувати. Крім того, від типу мовної особистості залежать особливості мовного впливу на неї – вибір засобів переконання чи інформування.

Оскільки ефективність іміджу зумовлюється двома базовими чинниками: цілісністю іміджу та його привабливістю, подальше дослідження стратегій комунікативної реалізації та корекції іміджу правоохоронців є перспективним.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс : [монография] / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
2. Мовна комунікація в діяльності сил охорони правопорядку : Теоретичні засади галузевої комунікації : [монографія / за ред. Л. М. Пелепейченко]. – Харків : Академія внутрішніх військ МВС України, 2009. – 272 с.
3. Наумов В. В. Лингвистическая идентификация личности / В. В. Наумов. – М. : КомКнига, 2007. – 240 с.
4. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса : [монография] / А. В. Олянич. – М. : Гнозис, 2007. – 407 с.
5. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : [уч. пособие] / Т. Н. Персикова. – М. : Логос, 2007. – 224 с.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ірина Лисичкіна** – кандидат філологічних наук, доцент, професор кафедри філології, перекладу та мовної комунікації Академії внутрішніх військ МВС України.

*Наукові інтереси:* теорія комунікації, комунікативна реалізація іміджу.

## КАТЕГОРІЇ «СВОЄ – ЧУЖЕ» ТА «МИ – ВОНИ» В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Марія МАТКОВСЬКА (Кам'янець-Подільський, Україна)

*Стаття присвячена категоріям «своє – чуже», «ми – вони» у політичному дискурсі. Семантичні та прагматичні особливості відповідних категорій розглядаються через призму основних функцій політичного дискурсу, а саме інформативної та функції впливу.*

*This paper is devoted to an outline analysis of the categories "We-They", "Own-Alien" in the political discourse and how these ones frame the scenes of linguistic actions. Semantic and pragmatic peculiarities of the given categories have been identified over the prism of the political discourse main functions, namely informative and influential.*

Процеси глобалізації, впливаючи на всі сфери життя суспільства, найістотніше проявляються в сфері комунікації, яка миттєво реагує на зміни і тенденції, і закріплює за допомогою мовних засобів основні риси, що характеризують мовлення загалом та різні види дискурсів зокрема.

В новій реальності міжнародного спілкування особливого значення набуває вивчення лінгвістичних особливостей політичного дискурсу (праці А.Н. Баранова, В.З. Дем'янова, В.І. Карасика, Ю.Н. Караулова, В.Г. Костомарова, П.Б. Паршина, В.В. Петрова, Г.Г. Почепцова, П. Серію, Ю.А. Сорокіна, А.П. Чудінова, В.И. Шаховського, Е.Й. Шейгал).

Визначення дискурсу, що розглядається як «переважно текст, його уривок, схема, фрагмент, чи парадигма, письмова або усна; або акт (акти), комплекс (комплекси) усної комунікації, об'єднані послідовною логічною будовою і мовними зв'язками локального та глобального змісту з метою реалізації певної авторської інформативної, людинознавчої чи суспільнознавчої проблематики» [2: 29]. Дискурс як лінгвістична данність, визначається складною природою, що передбачає, щонайменше, породження / кодування, продукування з боку мовця, що втілює інформацію у мовленнєву форму, та сприйняття і декодування з боку утримувача інформації слухача.

В академічному та епістемологічному контекстах аналіз політичного дискурсу не являє собою «чітко оформлену» дисципліну і скоріше функціонує як міждисциплінарний методологічний напрямок, інтегруючи теорії і практики аналізу політичних текстів [1: 33]. Не дивлячись на різноманітність підходів і методів, що поєднуються під поняттям Political Discourse Analysis (PDA), деякі дослідники роблять спроби їх класифікації. В контексті нашого дослідження, пов'язаного з використанням інструментарію PDA в руслі нової політичної історії, найбільш релевантною представляється модель, розроблена Полем Чілтоном та Христиною Шаффнер – авторами глави про PDA в одному із найбільш відомих видавництв в галузі дискурсних досліджень «Discourse as Social Interaction» [9: 94]. Запропонована класифікація і характеристика дискурсивних підходів частково пов'язується зі специфікою їх використання в тій або іншій науковій дисципліні, а також з існуванням «національних дослідницьких шкіл». Так, артикулюється існування французького, німецького та англomовного підходів.

Отже, ми аналізуємо дискурс з точки зору інтегрованого соціального підходу. Однак це не значить, що нас не цікавить структура дискурсу чи когнітивні процеси, необхідні для його створення та розуміння, навпаки, ми реалізуємо комплексний аналітичний підхід, вводячи «структурний рівень» в широкий соціальний і культурний контекст.

Мета статті – характеристика категорій «Своє – Чуже» та «Ми – Вони» і визначення їх семантико-прагматичних особливостей в англomовному політичному дискурсі.

У мові політиків при оцінюванні тих чи інших політичних актів або політичних діячів поняття «своє» та «чуже» нерідко виступають синонімами понять «добре» і «погано», «прийнятно» і «неприйнятно» [6: 81].

Раніше позиція «своє» і «чуже» була особливо гострою. За новітніх політичних умов гострота цієї опозиції суттєво зменшилася, а сама опозиція змінила свою підставу для диференціації. Нова диференціація «свого» і «чужого» тепер здійснюється на основі таких ознак, як політична група, світогляд. Це дозволяє стверджувати, що у політичному мовленні

ознаки політичної оцінки залежать від позиції автора. Різні ідеологічні настанови диктують використання одних і тих же слів у кардинально відмінних значеннях – то з позитивною, то з негативною оцінкою [4: 126].

Загальний зміст категорії «Своє – Чуже» можна визначити так: те, що належить (не належить) особі або групі (чи суспільству загалом), до якої вона входить, а також те, що її стосується (не стосується) [4: 128]. Найпростішим і найпоширенішим лексичним засобом вираження цієї категорії є займенники та прислівники («своє»: я, ми, мій, наш, цей, тут, тепер; «чуже»: ти, ви, вони, твій, ваш, їхній, той, там, тоді).

Оскільки людина – істота суспільна, то вона завжди належить до якогось колективу, об'єднання, групи осіб, а отже, відношення «своє – чуже» фактично пронизує всі сфери її життя, будь-які міжособові стосунки і на будь-якому рівні здійснюються за цією категорією. Семіотичний принцип розподілу світу на «своє – чуже» найяскравіше відображається в цій категорії саме як у комунікативній одиниці. Комунікативна семантика тут представлена набором сем. Актуалізація тієї чи іншої семи визначається національною належністю, сімейними стосунками, соціальним статусом, політичними переконаннями тощо.

Комунікативна категорія «чужого» зачіпає практично всі сторони комунікації і проявляється на всіх її рівнях: і в структурах висловлювань, і в текстовій організації, і в комунікативній структурі дискурсу в цілому. Наведемо приклад розмежування на «своє» та «чуже» у політичному виступі Барака Обама. *e. g. For the first time, the UN security council has imposed mandatory obligations on all UN members to cut off terrorist financing and end safe havens for terrorists.*

*It must be overhauled radically so that from now on, those who abide by the rules get help and those that don't, can no longer play the system to gain unfair advantage over others* [8: 2].

Як бачимо, розмежовуються «наші» і «ті, хто диктує умови», тобто, «the UN security council» – категорія «чуже» використовується при обговоренні проблем міжнародного рівня. І далі, у цьому ж матеріалі:

*e. g. Here in this country and in other nations round the world, laws will be changed, not to deny basic liberties but to prevent their abuse and protect the most basic liberty of all: freedom from terror. New extradition laws will be introduced; new rules to ensure asylum is not a front for terrorist entry. This country is proud of its tradition in giving asylum to those fleeing tyranny. We will always do so. But we have a duty to protect the system from abuse* [8: 3].

Тут категорія «чуже» формується на основі просторової розбіжності, що дає підставу будувати семантичні ряди такого плану: тут – там, у нас – у них тощо.

У дискурсі з більш складною структурою категорія «чуже» проявляється у різних тематично – неоднорідних частинах (таких тем може бути навіть понад десять). Саме за таких умов ця категорія безпосередньо бере участь в організації структури дискурсу. Розглянемо, як відбувається розмежування на «своє» та «чуже». У центрі – особа, яка підтримує комунікативний процес. Навколо неї – все, що сприймає вона як рідне (предмети, явища тощо). Значно далі – поняття, що видаються їй чужими: люди, країни, предмети, явища [4: 130]. Кожен із цих елементів може стати підставою для формування категорії «чуже», яка може виникати незалежно з різних боків. Розмежування може також ґрунтуватися (що особливо важливо для політичного дискурсу) на різниці у світосприйнятті, ідеології, мисленні. Іноді ці чинники стають не тільки причиною розмежування, а й причиною виникнення самої категорії. Якщо текст різномемний, багатоплановий, тоді відбувається додаткове накладання часу: таким чином створюється категорія «чуже» на основі часової розмежованості. Проте час може існувати незалежно від вищезгаданих елементів категорії. Тоді утворюється подвійна категорія відчуження. Прикладами формування подвійної категорії є тексти з біографічними відомостями (скажімо, про минуле політика), історичні екскурси (історія політичної проблеми, передумови її виникнення тощо), порівняння минулих подій, минулого життя з теперішньою ситуацією [4: 132].

Категорія «чуже» лежить в основі такого прийому, як пейоративне відчуження, що в сучасному політичному дискурсі найчастіше використовується для негативної характеристики, оцінки, незгоди з опонентом тощо.

Незважаючи на те, що функція (прийом) пейоративного відчуження загалом розширює сферу свого застосування в комунікативній стратегії, спостерігається ефект зворотної дії на текстовому рівні. Так, скажімо, в розповідях про іноземні держави протиставлення «свій – чужий» поступово відходить на задній план. Іноземні держави не пов'язуються із суто негативними поняттями. Найчастіше вони викликають позитивні асоціації, що суперечить тенденції «чуже – значить погане, небезпечне». Це, безумовно, має величезне значення, адже, «розуміючи чуже, ми починаємо більше цінувати власне. У свого з'являються широкі межі в часі, навіть у просторі» [5: 12]. Не менш важливе воно і для вирішення практичних комунікативних завдань: реалізується комунікативна стратегія зближення, зближення з чужим.

Герменевтичне дослідження політичного дискурсу має у своїй основі положення про змістоутворюючий характер комунікації, відповідно до якого суб'єкти дискурсу розглядаються як рефлектуючі мовні особистості, які реалізують діяльність розуміння як двонаправлену діяльність, пов'язану із продукцією й рецепцією змістів і визначальну інтенційну обумовленість вибору текстових засобів змістоутворення. Усвідомленість протікання процесів розуміння встановлює деяку градацію або ієрархічну взаємозалежність опредметнених у дискурсі змістів, що співвідноситься із суб'єктивним розміщенням пріоритетів, на яку впливає як специфіка індивідуально – особистісного сприйняття дійсності, так і своєрідність сфери діяльності суб'єкта дискурсу. Для політичного дискурсу таке розміщення пріоритетів і, як наслідок, вибудовування значеннєвих взаємозв'язків, ґрунтується на необхідності реалізації головної мети політичної комунікації, сутність якої становить здійснення боротьби за владу [7: 27]. Боротьба за владу і відображаючи її дискурсивна полеміка обумовлюють формування на значеннєвому рівні політичного дискурсу стійкої конструкції «Ми – Вони», що виступає в якості особливої універсалиї політичного дискурсу та такої, що специфічно відображає об'єктивно існуюче протистояння різних соціальних груп за допомогою створення максимально позитивної репрезентації власної політики суб'єкта дискурсу на тлі негативного образу його політичного опонента.

Аналіз дискурсивної представленості змісту опозиції «Ми – Вони» у різних національних політичних дискурсах привів нас до висновку про істотну роль засобів метафоризації в його конструюванні, що обумовлюється закладеним у них рефлексивно – евристичним потенціалом, на наявність якого вказує властива метафорі здатність виконувати цілий ряд функцій, пов'язаних з інтенсифікацією й експлікацією змісту, актуалізацією окремих значеннєвих аспектів і непрямою передачею інтенцій, трансляцією культурних змістів і демонстрацією гіпотетичного розвитку об'єкта й т.д. [3: 31]. Реалізація даних функцій метафоризації в політичному дискурсі забезпечує створення необхідної суб'єктові дискурсивної реальності, у рамках якої стає можливим суб'єктивне подання політичної дійсності й побудова відповідних образів. При цьому виявляється інтенційна обумовленість використання засобів метафоризації й висунення однієї або декількох функцій у якості домінуючих в рамках побудови різних варіацій опозиції «Ми – Вони», що може бути продемонстрована на прикладі аналізу специфіки змістоутворення англомовного політичного дискурсу.

У цілому для англомовного політичного дискурсу характерною є тенденція дифамації політичного опонента й створення власного позитивного образу, що визначає переважне звертання суб'єктів дискурсу до антитез, метафор «прогрес» і метонімії, які служать інтенсифікації протиставлення, що виражається опозицією «Ми – Вони». При цьому, крім переваги стратегії дифамації опонента, виявляється переважне звертання до використання тактики дискредитації «містичного» опонента. Останній, як правило, з'являється в образі невідомої, негативної, створюючої погрозу процвітання нації й усього світу сили, корелятом якої в дискурсі стають метонімічні поняття «evil» або «evil forces», що багато в чому відображає специфіку протестантської ідеології. Саме на цю силу в англомовному політичному дискурсі покладається відповідальність за всі лиха, нещастя й невдачі, які охопили країну та світ.

*e. g. Let us no longer blind ourselves to the undeniable facts that evil forces which have crushed and undermined and corrupted so many others are already within our gates [8: 4].*

Звернення до засобів метафоризації сприяє інтенсифікації аспекту «небезпека», що в цьому випадку досягається за допомогою супровідного метонімічного образу «evil forces» розгорнутого експлікуючого визначення, що містить перерахування негативних дій опонента, побудоване за принципом наростання. Образу опонента протиставляється метафоричне подання власної країни як «дому» («within our gates»), пов'язане з актуалізацією аспекту «спокій, благополуччя». Створення контрасту за рахунок конструювання полярних репрезентацій забезпечує реалізацію непрямого переконання реципієнтів у необхідності запобігання втручанню опонента у внутрішні справи держави.

Особливістю конструювання позитивного образу власної держави в англomовному політичному дискурсі стає його метафоричне подання в якості особливого «місіонера», загально визнана могутність якого визначає його здатність протистояти «містичному» опоненту для того, щоб уберегти світ від небезпеки опонента.

*e. g. The greatest honor history can bestow is the title of peacemaker. This honor now beckons the USA – the chance to help lead the world at last out of the valley of turmoil, and onto that high ground of peace that man has dreamed of since the dawn of civilization [8: 5].*

Так, образ місіонерської держави в цьому випадку створюється пафосним поданням Америки як фактичної «рятівниці світу». Прагнення показати винятковість своєї місії і її призначення вищими силами змушує суб'єкта звернутися до уособлення («history can bestow») і метонімії («this honor now beckons the USA»), а експлікація змісту самої місії визначає використання розгорнутої метафори, у рамках якої суб'єктом також вводиться антитеза («valley of turmoil – high ground of peace»), яка актуалізує концептуальне протиставлення «низ – верх», як співвідносне з оцінною шкалою «добре – погано». Звертання до антитези дозволяє суб'єкту підкреслити контраст між існуючим у світі занепадом і майбутнім процвітанням, до якого, відповідно до покладеної на неї місії, Америка здатна привести світ.

Розглянуті вище випадки конструювання змісту – опозиції «Ми – Вони» в англomовному політичному дискурсі більшою мірою співвідносяться з дискурсивним відбиттям специфіки міжнародних відносин. Побудова змісту – опозиції «Ми – Вони» для характеристики внутрішньополітичної взаємодії, як правило, пов'язане з вираженням у дискурсі критики дій одних суб'єктів іншими суб'єктами.

*e. g. First we must overcome something the present Administration has cooked up: a new and altogether indigestible economic stew, one part inflation, one part high unemployment, one part recession, one part runaway taxes, one part deficit, spending seasoned with an energy crisis. It is an economic stew that has turned the national stomach. Ours are not problems of abstract economic theory. These are problems of flesh and blood; problems that cause pain and destroy the national fiber of real people who should not suffer the further indignity of being told by the Government that it is all somehow their fault [8: 7].* Дане висловлювання відбиває типову для політичного дискурсу не тільки Америки, але й інших країн ситуацію, пов'язану із критикою суб'єкта політики свого попередника. Засоби метафоризації при цьому служать інтенсифікації змісту, що виражається, сприяють спрощеному висвітленню складних економічних проблем шляхом накладення різних референтних областей і введення антропометричного компонента. Так, розгорнута «кулінарна» метафора, що супроводжується експліцитним перерахуванням, заснованого на анафоричних повторах («one part»), підкреслює пагубність політики попередника, яка призвела до повного занепаду усієї системи економіки держави. Специфіка обраної галузі допоміжного суб'єкта метафори, використовуючи термінологію теорії взаємодії, дозволяє суб'єкту дискурсу розвинути початковий метафоричний образ та сформувати на його основі новий образ, що пов'язаний з метафоричним баченням держави як живого організму («national stomach, problems of flesh and blood, cause pain») з метою експліцитного показу, з одного боку – ступеня викликаних політикою попередника негативних наслідків, а з іншого боку – виразу власного розуміння важливості рішення економічних проблем, які відбиваються на житті як усієї держави, так і кожного окремого її громадянина. Таким чином, особливості конструювання змісту – опозиції «Ми – Вони» заключаються в побудові його окремих змістових варіантів, співвіднесених з дискурсивною деформацією «містичного» або досить конкретного

опонента, а також в прокламації особистої політики шляхом переважного створення образу «місіонерської держави». Засоби метафоризації при цьому служать реалізації як загальної цілі дискурсивної актуалізації протиставлення, що виражається опозицією «Ми – Вони», так і особистих інтенцій суб'єкта політичного дискурсу, які пов'язані з конструюванням окремих індивідуально – специфічних метафоричних образів, основне призначення яких полягає в забезпеченні інтенсифікації необхідних змістових аспектів.

Отже, з викладених в даній статті понять та характеристик, а також із проведеного аналізу ми можемо побачити важливість кожної із категорій політичного дискурсу. Також ми можемо констатувати їх нерозривність одна від одної та загальний вплив, який відповідні категорії здійснюють на розуміння та сприймання політичного дискурсу загалом та певних його проявів в інших сферах комунікації зокрема.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Демьянков В. З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // *Вопр. языкознания.* – М., 1994. – №4. – С. 17 – 33.
2. Дискурс іноземномовної комунікації (колективна монографія). – Львів: Видавництво Львівського національного університету імені Івана Франка, 2001. – 495 с.
3. Крюкова Н. Ф. Метафора как средство понимания содержательности текста: Автореф. дис...канд. филол. наук. – М., 1988. – 37 с.
4. Кудасова Л. И. Оценочность в научном тексте // *Лингвистика: Сб. научн. тр.* – Пермь: ПГУ, 1990. С. 126-134.
5. Лихачев Д. С. Культура как целостная среда // *Новый мир.* – 1994. – № 8. – 45 с.
6. Рождественский Ю. В. Языковая практика и теория языка. – М.: МГУ им. Ломоносова, 1974. – 93 с.
7. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: Монография. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
8. Barack Obama. *Our Past, Our Future and Vision for America.* Campus Progress Annual Conference. July 12, 2008. – 8 p.
9. Chilton, P., Schaffner, C. *Discourse and Politics.* In: *Discourse as Social Interaction. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction.* Vol. 2, ed. by Teun A. van Dijk. – London: Thousand Oaks, New Delhi, 1997. – 321 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Марія Матковська** – доцент кафедри англійської мови Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

*Наукові інтереси:* когнітивна лінгвістика, прагматика, теорія мовленнєвих актів, політичний дискурс.

## **POLITISCHER VIDEOPODCAST AUS RHETORISCHER PERSPEKTIVE**

**Tetjana MIDJANA (Lwiw, Ukraine)**

*У статті розглянуто риторичні особливості політичного відеоподкасту як нового виду виборчої промови.*

*The article deals with the rhetorical peculiarities of videopodcast as a new form of election speeches.*

Spricht man heute über politische Reden, darf die Homepage von Politikern nicht vernachlässigt werden. Der Rahmen der politischen Textsorten hat sich durch die neuen Medien und Mediensysteme um einiges erweitert. Als Beispiel kann man den politischen Videopodcast nennen, der seit 2006 neu auf dem Markt ist, sich aber bereits gut etabliert hat. Denn immer mehr Politiker machen davon Gebrauch.

Im Mittelpunkt des vorliegenden Beitrags steht der politische Videopodcast als eine neue Art der Wahlkampfrede, der einer rhetorischen Analyse unterzogen wird. Die Videopodcasts werden vernehmlich analysiert, um media- und mediensystemspezifische Merkmale festzustellen, die sich für den Orator als vorteilhaft ergeben. Das Thema wird hauptsächlich am Beispielmateriale der politischen Videopodcasts der Bundeskanzlerin Angela Merkel und des FDP-Bundestagabgeordneten Heinz-Peter Hausteин erarbeitet.

Zu den zentralen Begriffen der Rhetorik gehört zunächst der Begriff „Orator“. Er ist praktisch „der archimedische Punkt der Rhetoriktheorie“ [8: 33], der unter anderem auch dazu beiträgt, Rhetorik als Wissenschaft ganz deutlich von der Linguistik und Stilistik abzugrenzen, weil sie sich mit diesem Begriff nicht beschäftigen. Unter der Kategorie *Orator* ist „der strategisch handelnde Kommunikator“ [8: 33] zu verstehen. Im Unterschied zu einer Person, die sich einfach an der Kommunikation beteiligt, hat der Orator ein bestimmtes kommunikatives Ziel und er beherrscht das rhetorische Regelwerk, um sein Ziel zu erreichen. Laut Cicero soll der Orator im sprachlichen Ausdruck (elocutio) gewandt sein, aber auch im Vortragen der Rede (actio). Man kann ihn als „Ich“ verstehen oder als „kollektive Kommunikatoren“ [7: 587], die als ein Team, ein Unternehmen, eine

Institution oder eine Gruppe von Leuten auftreten. Dann handelt es sich um „eine korporative oder institutionelle Auktorialität“ [7: 588]. Außerdem ist der Orator nicht mit einer konkreten Person oder einer Institution gleichzusetzen. Er ist zunächst eine „abstrakte Größe“ [8: 33], die sich aus der Kommunikation herauskristallisieren lässt. Die Kategorie „Orator“ darf man nicht mit dem Redner gleichsetzen, weil sie nicht nur den Redner umfasst, sondern auch jeden Kommunikator, der ein Ziel hat und strategisch vorgeht, um dieses Ziel zu erreichen. Deshalb werden wir im Weiteren über den Politiker als den Orator sprechen, für den sich bestimmte mediensystemspezifische Vorteile aus dem neuen Internet-Modus „politischer Videopodcast“ ergeben.

Bevor wir dieses Problem behandeln, wollen wir kurz auf die Begriffe „öffentlich“ und „Öffentlichkeit“ eingehen, die für die weitere Untersuchung von Bedeutung sind. „Öffentlich“ ist „ein Prädikat, das Angelegenheiten oder Aktivitäten beigelegt wird, die Gegenstand organisierter kollektiver Verantwortlichkeiten und Entscheidungen sind“ [17: 44]. Deshalb wird „Öffentlichkeit als ‘soziale Handlungssphäre’ definiert [...], die mehr oder weniger frei zugänglich ist und in der sich soziale Akteure an ein unabgeschlossenes Publikum wenden...“ [17: 45]. In der zweiten Bedeutung ist damit „eine Art soziales Kollektiv“ [17: 45] gemeint, das sich an einer solchen Kommunikation beteiligt. Öffentlichkeit als sozialer Raum „wird durch Kommunikation unter Akteuren gebildet, die aus ihren privaten Lebenskreisen heraustreten, um sich über Angelegenheiten von allgemeinem Interesse zu verständigen“ [17: 45]. Für die weitere Untersuchung wird der Begriff „Öffentlichkeit“ in der Bedeutung als „Sphäre kommunikativen Handelns“ und als „eine Art Kollektiv“ verwendet.

Der Videopodcast ist eine neue Dienstleistung, ein neuer „Internet-Modus“ [19] und gleichzeitig eine neue „sozial-distributive Tragfläche“ für die politischen Reden von Politikern. In diesem Zusammenhang ändert sich das ganze Setting, in dem der Politiker als Orator handelt. Zu den besonderen Kommunikationsbedingungen gehören folgende drei Aspekte: zum einen „die Öffentlichkeit der Kommunikation [im Sinne einer sozialen Handlungssphäre], d.h. die jedermann offen stehende Möglichkeit, aktiv und passiv an der Internet-Kommunikation teilzuhaben“ [18: 23], zum anderen eine „internetspezifische Art von Öffentlichkeit“: die „virtuelle Gemeinschaft“ [18: 24], eine neue Art von Kollektiv und nicht zuletzt ein neuer Typ der Kommunikation, auf den wir gleich näher eingehen wollen.

In der modernen Rhetorik unterscheidet man drei Kommunikationstypen [9: 173-175]: Die primäre Kommunikation, auf der die ganze antike Rhetorik basiert und in der heutzutage traditionelle Wahlkampfreden gehalten werden, setzt die leibhaftige Präsenz des Orators voraus. Der zweite Typ der Kommunikation sieht die leibhaftige Präsenz des Sprechers nicht voraus, aber diese Präsenz wird durch „mindestens zwei semiotische Systeme (z.B. Bild und Sprache) simuliert“ [9: 174]. Das Fernsehen und der Videopodcast sind deutliche Beispiele der sekundären Kommunikation, bei der die Anwesenheit der Sprecher durch Zeichensysteme, wie Bild und Sprache, simuliert wird. Dadurch, dass der Sprecher nicht leibhaftig präsent ist und seine Präsenz nur simuliert wird, liegt „rhetorische Präsenzverfremdung“ [9: 174] vor.

Bei der terziären Kommunikation handelt es sich weder um leibhaftige Präsenz noch um die Simulation der Anwesenheit des Sprechers. Telefonrede, Brief, Zeitungsartikel sind Beispiele der terziären Kommunikation. Die Kommunikation zwischen den Partnern findet aufgrund „akustischer oder optisch-graphischer Verbaltexte“ [9: 175] statt. Hier „haben es die Kommunikationspartner nicht nur mit Verfremdung, sondern auch mit Präsenzverfremdung zu tun“ [9: 175]. In diesem Zusammenhang sei noch anzumerken, dass der erste Kommunikationstyp zum Basis-Setting „Situation“ gehört, während der zweite und dritte zur „Dimission“.

Um medienspezifische Vorteile des politischen Videopodcast besser zu verstehen, nehmen wir das normative Modell von Öffentlichkeit von Peters [17: 46-47], das sich durch folgende Merkmale beschreiben lässt: Gleichheit und Reziprozität, eine prinzipielle Offenheit für Themen und Beiträge, diskursive Struktur und adäquate Kapazität.

Für die Analyse eines politischen Videopodcast eignen sich hauptsächlich die ersten zwei Merkmale. Das erste Kriterium besagt, „die Beteiligung an öffentlicher Kommunikation stehe im Prinzip jedermann offen, der bereit und fähig ist, sich in der Öffentlichkeit verständlich zu äußern“ [17: 46]. Aus rhetorischer Perspektive betrachtet, bedeutet das, dass der „Zugang zur Oratorrolle“ [10: 28] für jeden frei ist. In Bezug auf dieses Merkmal gibt es einige Unterschiede zwischen

solchen klassischen Mediensystemen, wie Publizistik, Rundfunk oder Fernsehsystem, und dem neuen Mediensystem „Internet“. Den klassischen Mediensystemen kommt nicht nur eine organisierende Rolle zu, sie erfüllen auch regulative Funktionen, indem sie den Zugang zur Oratorrolle bestimmen. Das Fernsehsystem z.B. entscheidet, wer das Medium „Fernsehen“ nutzen kann, um seine privaten oder politischen Interessen zu präsentieren. Darüber hinaus entscheidet es, wie lange der Beitrag dauert, wann und in welchem Kontext der Beitrag eingebettet wird. Das bedeutet, dass „für den Orator [...] die Mediensysteme zum Gegenstand eines eigenen Handlungskalküls werden, weil sie den Zugang, die Nutzung und das zulässige Leistungspotenzial regulieren“ [10: 28].

Da der Zugang zur Oratorrolle in den klassischen Mediensystemen für die Politiker immer begrenzt ist, müssen sie sich überlegen, welches Mediensystem noch in Frage kommt, um ein bestimmtes Anliegen an die Wähler zu präsentieren. Einen solchen Ausweg bietet der neue Internet-Modus „politischer Videopodcast“ an. Aufgrund der dezentralen Struktur, mit der der Abbau der Hierarchie zwischen dem Mediensystem „Internet“ und dem Politiker als Orator gemeint ist sowie technisch vereinfachte Möglichkeiten, den Videopodcast zu produzieren, zu speichern und dann zu distribuieren, bekommt der Politiker den freien Zugang „zu den öffentlichen Kommunikationsräumen, den digitalen Agora“ [18: 29]. Für jeden Bürger, in unserem Fall den Politiker jeder Ebene, eröffnet sich die Möglichkeit, als Orator aufzutreten, anders gesagt, der Zugang zur aktiven politischen Handlung wird durch den neuen Internet-Modus frei gemacht.

Von dieser Funktion profitiert zunächst der FDP-Bundestagabgeordnete Heinz-Peter Hausteин, weil er als einfacher Sprecher der Bundestagsfraktion für Unfallversicherung und Mitglied im Ausschuss für Arbeit und Soziales im Vergleich mit der Bundeskanzlerin nicht so viele Möglichkeiten hat, klassische Mediensysteme für seine Auftritte zu nutzen. Deshalb ist der neue Internet-Modus eine Chance für ihn, seine politischen Themen in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Für ihn wird durch den neuen Internet-Modus der Zugang zur Orator-Rolle erleichtert.

Was die Bundeskanzlerin angeht, kann man sagen, dass der Videopodcast ihr eher die Möglichkeit bietet, die traditionellen Mediensysteme zu umgehen, um auf eigene Art und Weise über die wichtigsten Informationen zu berichten. Außerdem würde sie, auch als Bundeskanzlerin, bei keinem Mediensystem so viel Zeit zur Verfügung haben wie sie mit dem Videopodcast in Anspruch nimmt. Mit dem politischen Videopodcast entscheidet der Politiker als Orator selbst über die Länge seiner Rede, so z. B. um eine Bilanz der 16. Wahlperiode der Regierung zu ziehen [6]. Heinz-Peter Hausteин braucht 4:05 Minuten dafür, aber wenn er über den Flughafen Tempelhof spricht [2], dann schafft er innerhalb von 1:25 Minuten, seine Gedanken zu äußern. Insgesamt hebt sich der politische Videopodcast von der traditionellen face-to-face-Wahlkampfrede durch seine Kürze ab. Im Durchschnitt sind es zwei bis fünf Minuten, die der Politiker für einen Videopodcast in Anspruch nimmt.

Was das Mediensystem „Internet“ insgesamt anbetrifft, lässt sich in Bezug auf den neuen Internet-Modus „Videopodcast“ einiges spezifizieren. Das Mediensystem „Videoportal“ verzichtet auf die regulierende Funktion und übernimmt durch das Medium „Computerserver“ nur die Speicher- und Distributionsfunktion. In der Regel kann man das Videoportal nur am Logo erkennen, weil es sonst keinen Moderator gibt, der die ganze Botschaft der Politiker in einem bestimmten Kontext einbettet, in eine bestimmte Richtung steuert. Deshalb bleibt der Politiker als Orator im Vordergrund des Videopodcast, der sich nicht „als Mitspieler im Konzert“ [8: 34] eines Mediensystem dirigieren lässt, sondern selbst „den Taktstock ergreift“ und „als Solist oder Dirigent“ auf der digitale Agora vor der virtuellen Öffentlichkeit auftritt. Politiker treten in ihren Videopodcasts entweder selbst auf, indem sie versuchen, einen Monolog oder Dialog mit dem Publikum zu führen, oder sie lassen sich von den eigenen PR-Agenten interviewen, was natürlich viel angenehmer ist, als sich von einem Moderator vom Mediensystem „Publizistik“ oder „Fernsehsystem“ interviewen zu lassen. Das bedeutet natürlich nicht, dass der Politiker im wahren Sinne des Wortes alles selbst einkalkuliert und organisiert. In der Regel übernehmen diese Funktionen verschiedene Werbeagenturen. Aber im Gegensatz zu den Moderatoren der alten Mediensysteme, die sich um den Erfolg z.B. des Fernsehsenders kümmern, sind die Mitarbeiter der Werbeagentur auf den Erfolg des Politikers als Orator ausgerichtet, die aber im Hintergrund



bleiben. Die Idee des Videopodcast bei Angela Merkel kam nicht von ihr, sondern vom Kommunikationswissenschaftler Lars A. Rosumek. Aber wenn man sich die Videopodcasts anschaut, dann bleibt diese ganze Information über die Inszenierung des Politikers hinter den Kulissen des Videopodcast und das ist ein großer mediensystemspezifischer Vorteil des neuen Internet-Modus, der zum Ethos des Politikers, und zwar zu seiner Schlichtheit beiträgt: „Denn Wähler, das wissen auch Politiker mittlerweile, wollen keinen über-professionellen Hochglanzredner, der vom Teleprompter abliest“ [11].

Im Unterschied zu anderen Internet-Modi, wie E-Mail oder Chat, bei denen die Kommunikation „in zwei Richtungen verlaufen kann [...], da alle Kommunikationsteilnehmer zumindest an einem virtuellen Ort co-präsent sein können“ [18: 21-22], geht es beim politischen Videopodcast noch um „die strikte Sender-Empfänger-Hierarchie“ [18: 21]. Der Politiker hält seine Wahlkampfrede in der Form eines Monologs, wobei auch bei diesem Internet-Modus dem Empfänger angeboten wird, einen Kommentar oder eine Stimme zum Videopodcast abzugeben. Dadurch bekommt er dann die Gelegenheit, von der Empfängerrolle in die Oratorrolle zu wechseln. Damit wird „eine Reziprozität von Hörer- und Sprecherrollen [gewährleistet]: Nicht nur die Möglichkeit zuzuhören und sich privat ein Urteil zu bilden, sondern auch die Möglichkeit, sich in der Öffentlichkeit zu äußern und Gehör zu finden“ [17: 46].

Die zweite Grundbedingung des normativen Modells von Öffentlichkeit nach B. Peters ist Offenheit für Themen und Beiträge. Die durchgeführte Analyse der Videopodcasts hat ergeben, dass dieser Internet-Modus dem Politiker die Möglichkeit bietet, unterschiedliche Themen der Außen- und Innenpolitik ins Gespräch zu bringen. Allgemein kann man sagen, dass es um Angelegenheiten von kollektivem Interesse geht sowie um Probleme, die für alle oder die meisten Bundesbürger wichtig sind, die aber auch politisch geregelt werden können. Bei der Bundeskanzlerin geht es um die Diskussion „über allgemeine Orientierungen“ [17: 45-46]: „Wir müssen den Zusammenhalt in unserer Gesellschaft stärken“ [16], „Wir brauchen mehr Kinderfreundlichkeit“ [12], über „normative Prinzipien und Werte“ [17: 45-46] (Vorbildcharakter der Sportler, Teamgeist [15]), über das „Verhältnis zur kollektiven Vergangenheit: Nazi-Zeit im Zusammenhang mit der Reise nach Israel [13] und über „kollektive Aspiration für die Zukunft“ [17: 45-46]: „Wir brauchen Ingenieure und technische Akademiker“ [14].

Angela Merkel geht aber auch auf die Probleme ein, die ihr die Möglichkeit geben, ihre Person als Bundeskanzlerin und die Tätigkeit der Regierung in ein gutes Licht zu setzen. Während der Wahlkampagne 2005 hat die damals künftige Bundeskanzlerin versprochen, Familien in Deutschland finanziell zu unterstützen. In ihrem Videopodcast „Wir müssen den Zusammenhalt in unserer Gesellschaft stärken“ [16] spricht Angela Merkel hauptsächlich über Familien und Kinder, die in schwierige Situationen geraten sind, über die Mitarbeiter aus dem Bereich der Kinder- und Jugendhilfe sowie Eltern- und Familienberatung, die Kinder und Familien in solchen Situationen unterstützen. Aber gleichzeitig nutzt die Bundeskanzlerin diese Videobotschaft, um auf das eigene Halten des Wortes zu verweisen und zu zeigen, was die Regierung für Familie gemacht hat, was auch in der letzten Wahlkampagne versprochen wurde.

*„Vieles ist dabei getan, und auch die Bundesregierung hat ihren Beitrag dazu geleistet: Wir stärken die frühkindliche Betreuung insbesondere für die Kinder unter drei Jahren“* [16].

Der Bundeskanzlerin geht es hauptsächlich darum, die Bürgerinnen und Bürger mit der Politik der Regierung vertraut zu machen, aber auch darum, die Politik der Regierung vor dem Volk zu rechtfertigen. In den Videopodcasts kann sie die Themen ansprechen, die ihre Erfolge und die Erfolge der Regierung in den Mittelpunkt stellen.

Bei den klassischen Mediensystemen werden dagegen die Themen der Interviews von den Mediensystemen selbst vorgegeben. Beim neuen Mediensystem „Videportal“ übernimmt diese Verantwortung und Freiheit der Politiker selbst. Das bedeutet jedoch nicht, dass alle Themen der politischen Videopodcasts das Gehör bei der virtuellen Öffentlichkeit finden und das erkennt man an der Zahl der Aufrufe der Videopodcasts. Der Videopodcast zum Thema „West und Ost überwinden“ [5] von Heinz-Peter Haustein fand nur 1286 Interessierte, der Videopodcast „Tempelhof“ [2] etwas mehr und der Videopodcast „Diätenerhöhung“ (Prinzip Selbstbedingung) [3] war ein großer Erfolg für den FDP-Politiker. Diese Videobotschaft hat das Zehnfache geschafft (15.702 Aufrufe). Der Politiker als Orator hat sein Publikum vor Augen und spricht die Themen an,

die für den Internetnutzer neu, aktuell und wichtig sind, Themen, durch die sich die virtuelle Öffentlichkeit angesprochen fühlt, Themen, die bei Internet-Nutzern bestimmte Gefühle hervorrufen, anders gesagt, emotionale Themen, wie z.B. folgende Videobotschaften von Heinz-Peter-Haustein „Hohe Spritkosten“ [4] mit 3665 Aufrufen oder „Börsencrash“ [1] mit 3364 Aufrufen.

Die Zeit des Wahlkampfes ist insgesamt für die Politiker kurz und vergeht unglaublich schnell, deswegen brauchen sie immer mehr Medien und Mediensysteme, um ihre Standpunkte auszubreiten. Durch die Wahlkampfreden, die im Basis-Setting „Situation“ vorgetragen werden und die vor den Wahlen immer aktuell sind, können sie nicht viele Wähler erreichen, da die Politikverdrossenheit in der heutigen Gesellschaft groß ist. Deshalb müssen Politiker neue Kommunikationstypen in der Dimission suchen, um ihre Wähler zu überzeugen, die Stimme für sie abzugeben. Durch die primärmediale Kommunikation kann man auch nicht so viele junge Wähler gewinnen, die sich in ihrer Freizeit doch lieber auf der digitalen als auf der realen Agora versammeln, deshalb ist die Nutzung des Videopodcast auch mit dem Ziel verbunden, junge Wähler durch kurze Internet-Wahlkampfreden zu erreichen, die internetaffin, aber nicht unbedingt politikaffin sind.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der neue Internet-Modus „Videopodcast“ dem Politiker als Orator viele mediensystemspezifische Vorteile anbietet: Aufgrund der dezentralen Struktur des Mediensystems „Videoportal“ sowie der technisch vereinfachten Möglichkeit, den Videopodcast zu produzieren, zu speichern und dann zu distribuieren, bekommt der Politiker einen freien Zugang zur aktiven politischen Handlung auf „der digitalen Agora“. Der Weg zur Prominenz, über die früher hauptsächlich die klassischen Mediensysteme entschieden haben, wird durch den neuen Internet-Modus erleichtert. Außerdem erlaubt der Videopodcast dem Politiker, die traditionellen Mediensysteme zu umgehen, um auf eigene Art und Weise über wichtige Informationen zu berichten und um jüngere Wähler zu erreichen. Dadurch, dass das neue Mediensystem „Videoportal“ nur die Speicher- und Distributionsfunktion übernimmt, steht der Politiker als Orator im Vordergrund des Video-Podcasts. Der Politiker entscheidet selbst über den Zweck, das Thema und die Länge seiner Rede, was aber auch letztendlich eine positive Auswirkung auf sein Ethos hat. In den politischen Videopodcasts können praktisch alle aktuellen Themen der Innen- und Außenpolitik angesprochen werden. Außerdem hat die Analyse gezeigt, dass die Beiträge der Videopodcasts auch zu verschiedenen Zwecken eingesetzt werden können. Die Videopodcasts sind vielfältig, kurz, thematisch aufbereitet und erscheinen meistens wöchentlich. Diese gattungsspezifischen Merkmale der politischen Videopodcasts sind wichtige persuasive Mittel, die von Politikern eingesetzt werden, um die Meinung, dann die Einstellung und letztendlich das Verhalten der Wähler zu ändern, d.h. sie zu überzeugen, für eine bestimmte Partei ihre Stimme abzugeben. Diese mediensystemspezifischen Vorteile des neuen Internet-Modus führen dazu, dass die Wahlkampagne vieler Politiker schon heute viel früher beginnt, wie z.B. beim FDP-Politiker Heinz-Peter Haustein seit Januar 2008, obwohl die Wahlen erst am 23. September 2009 stattfanden. Auch in der Zukunft wird es wahrscheinlich so bleiben.

#### LITERATURVERZEICHNIS

6. Haustein H. FDP: Peters Woche Börsencrash. 25.01.2008. [http://www.heinz-peter-haustein.de/wcsite.php?wc\\_b=5248](http://www.heinz-peter-haustein.de/wcsite.php?wc_b=5248)
7. Haustein H. FDP: Peters Woche Tempelhof. 25.04.2008. [http://www.heinz-peter-haustein.de/wcsite.php?wc\\_b=5248](http://www.heinz-peter-haustein.de/wcsite.php?wc_b=5248)
8. Haustein H. Peters Woche Diätenerhöhung. 09.05.2008. [http://www.heinz-peter-haustein.de/wcsite.php?wc\\_b=5248](http://www.heinz-peter-haustein.de/wcsite.php?wc_b=5248)
9. Haustein H. Peters Woche Hohe Spritpreise. 16.05.2008. [http://www.heinz-peter-haustein.de/wcsite.php?wc\\_b=5248](http://www.heinz-peter-haustein.de/wcsite.php?wc_b=5248)
10. Haustein H. Peters Woche Ost und West überwinden. 13.06.2008. [http://www.heinz-peter-haustein.de/wcsite.php?wc\\_b=5248](http://www.heinz-peter-haustein.de/wcsite.php?wc_b=5248)
11. Haustein H. Peters Woche Bilanz der 16. Wahlperiode. 02.07.2009. [http://www.heinz-peter-haustein.de/wcsite.php?wc\\_b=5248](http://www.heinz-peter-haustein.de/wcsite.php?wc_b=5248)
12. Klotz F. Der Orator. // Rhetorik und Stilistik: ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung. Berlin 2008. – Bd. 1. – S. 587-597.
13. Knappe J. Was ist Rhetorik? Stuttgart 2000.
14. Knappe J. Persuasion und Kommunikation. // Rhetorische Anthropologie: Studien zum Homo rhetoricus. München 2000. – S. 171-181.
15. Knappe J. The Medium ist the Massage? Medientheoretische Anfragen und Antworten der Rhetorik. // Medienrhetorik. Tübingen 2005. - S. 17-39.
16. Meiritz A. Debatte um Wahlbetrug: Schäfer-Gümbel bittet per Videoblog um Verzeihung. // Spiegel Online, 07. Dezember 2008.
17. Merkel A. Wir brauchen mehr Kinderfreundlichkeit. 31.03.2007. [http://www.bundeskanzlerin.de/nn\\_707282/Content/DE/Podcast/2007/2007-03-31-Video-Podcast-50-Familien2007-03-31-familien.html](http://www.bundeskanzlerin.de/nn_707282/Content/DE/Podcast/2007/2007-03-31-Video-Podcast-50-Familien2007-03-31-familien.html)

18. Merkel A. Videopodcast zur Reise nach Israel. 15.03.2008. [http://www.bundestkanzlerin.de/nn\\_707282/Content/DE/Podcast/2008/2008-03-15-Video-Podcast/2008-03-15-video-podcast-israel.html](http://www.bundestkanzlerin.de/nn_707282/Content/DE/Podcast/2008/2008-03-15-Video-Podcast/2008-03-15-video-podcast-israel.html)
19. Merkel A. Wir brauchen Ingenieure und technische Akademiker. 04.10.2008. [http://www.bundestkanzlerin.de/nn\\_707282/Content/DE/Podcast/2008/2008-10-04-Video-Podcast-WirbrauchenIngenieureundtechnischeAkademiker/2008-10-04-video-podcast.html](http://www.bundestkanzlerin.de/nn_707282/Content/DE/Podcast/2008/2008-10-04-Video-Podcast-WirbrauchenIngenieureundtechnischeAkademiker/2008-10-04-video-podcast.html).
20. Merkel A. Für Teamgeist und Fairness, gegen Doping. 14.02.2009. [http://www.bundestkanzlerin.de/nn\\_707282/Content/DE/Podcast/2009-02-14-Video-Podcast/2009-02-14-video-podcast.html](http://www.bundestkanzlerin.de/nn_707282/Content/DE/Podcast/2009-02-14-Video-Podcast/2009-02-14-video-podcast.html)
21. Merkel A. Wir müssen den Zusammenhalt in unserer Gesellschaft stärken. 25.04.2009 [http://www.bundestkanzlerin.de/nn\\_707282/Content/DE/Podcast/2009/2009-04-25-Video-Podcast/2009-04-25-video-podcast.html](http://www.bundestkanzlerin.de/nn_707282/Content/DE/Podcast/2009/2009-04-25-Video-Podcast/2009-04-25-video-podcast.html)
22. Peters B. Der Sinn von Öffentlichkeit. // Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung. (Sonderheft Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 34). Opladen 1994. – S.42-76.
23. Schmid J. Internet-Rhetorik. Chancen und Widerstände des Orators auf der digitalen Agora. // Neue Rhetorik. – Bd. 1. Berlin 2007.
24. With W., Schweiger, W. Selektion neu betrachtet: Auswahlentscheidungen im Internet. // Selektion im Internet. Empirische Analysen zu einem Schlüsselkonzept. Opladen 1999. – S. 43-74.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Тетяна Мідяна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри німецької філології Львівського національного університету ім. І. Франка.

Наукові інтереси: риторика і стилістика.

## **ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ МАРКЕРИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ДИСЕНСУСУ В СІМЕЙНОМУ КОНФРОНТАТИВНОМУ ДИСКУРСІ**

**Ірина ОСОВСЬКА (Чернівці, Україна)**

*В статті розглядаються лексичні, граматичні та синтаксичні засоби інтенсифікації дисенсусу в німецькомовному сімейному конфронтативному дискурсі.*

*The article focuses on the lexical, grammatical and syntactic means of dissensus intensification in the German-speaking family confrontational discourse.*

В сучасній соціолінгвістиці дискурс розуміється як спілкування людей, що розглядається з позицій їх приналежності до тієї чи іншої соціальної групи чи відносно тієї чи іншої типової мовленнєвої ситуації, наприклад інституціоналізованого спілкування [4: 281]. Розгляд сім'ї як конфігурації відносин, які перебувають у постійному русі і перетинаються через розмноження, прив'язаність, спільні інтереси та владу, уможливив всеохоплюючий аналіз дискурсу сучасної німецькомовної сім'ї, його результати свідчать про те, що існує безпосередній зв'язок між соціокультурними історичними змінами та нормами й правилами вербальної поведінки в сім'ї, внаслідок чого сімейне спілкування є цілковито новим дискурсивним утворенням.

Основним типом дискурсу в сімейному побутовому спілкуванні є матримоніальний (шлюбний) дискурс, що визначається як комунікація споріднених сімейними зв'язками осіб, якій притаманні: іррелевантність офіційної регламентації комунікативної поведінки, відсутність жорсткого сценарію комунікації, часової і протокольної регламентованості, порядку передачі комунікативних ходів, залежна від статі, віку та різновиду сімейної одиниці статусно-рольова конфігурація, ускладненість конфліктними комунікативними ситуаціями, широкий вибір комунікативних тактик для втілення конкретних стратегій спілкування ([1; 2]).

Властивий сімейному спілкуванню високий рівень конфіденційності спонукав обрати матеріалом дослідження діалоги з німецькомовних DVD-фільмів та серіалів, які імітують сімейне спілкування, синтезуючи соціальні та психологічні аспекти життєдіяльності носіїв німецької мови.

Конфронтативна мовленнєва взаємодія є невід'ємним елементом співіснування а щоденне спілкування в сім'ї насичене конфліктобезпечними комунікативними ситуаціями. Конфліктні ситуації часто виникають унаслідок міжрольової та внутрішньорольової невизначеності членів сім'ї, застосування влади для регулювання поведінки партнера, а також у випадку використання жінками вербальних засобів волевиявлення. Слід, однак, зазначити, що сучасні дослідження наголошують позитивно-функціональну роль конфлікту у гармонізації соціальних стосунків та принципову можливість його регулювання.

Конфронтативна комунікація забезпечується виконанням мовцями завдань, розміщених на різних площинах організації інтеракції: на площині дій, на площині організації діалогу, на площині тематичного розгортання.

Загальний структурно-семантичний опис і аналіз конфліктних ситуацій показав, що розгортання конфлікту на площині організації відбувається за чотириступеневою моделлю, результатом якої є зміна структури та модусу розмови, „розчинення” консенсусного статусу діалогу та перехід в конфліктну (дисенсусну) структурну організацію (ДСО) ([5; 7]). Зміни в преференційній організації мають і інші характеристики, які проявляються, насамперед, на рівні правил передачі репліки, тобто модифікації загальних принципів структурування. Таке порушення може проявлятися наступними ознаками: висловлення незгоди структурно не проявляється, імпліцитне непогодження міститься в другій частині секвенції [6]; зміна мовця відбувається не за принципом релевантного обміну, а через систематичне його порушення; спостерігається підвищена кількість формальної когезії між послідовними висловленнями (що підкреслює особливу чіткість маркування змістовних взаємозв'язків, як власних, так і контрагентних).

Попередні дослідження довели, що на площині дій порушення структурування проявляється появою іллокуцій докорів та непогодження [6]. Непогодження характеризуються тим, що контрагент хоча й декларує незгоду із точкою зору партнера, однак не презентує свою власну. Докори являють собою структуру складнішу ніж непогодження (оскільки виправдовування партнера повинно конвенційно прийматися опонентом) і лише секвенція «докір-зустрічний докір» впливає на потенціальну можливість виникнення ДСО.

Дослідження загальної моделі конфліктної сімейної взаємодії на даному етапі передбачає розгляд інтенсифікації її розгортання, яка маркується мовцями для підтримання послідовності власної стратегії та наголошення дисенсусного відношення до контрпозиції. Така інтенсифікація забезпечується, насамперед, мовними одиницями та конструкціями, які виконують специфічну функцію інтенсифікаційних дисенсусних маркерів – підкласу дисенсусних маркерів, які розглядаються нами як широкий клас мовних засобів, що беруть участь в організації дискурсу, вказують на контрпозиційні відношення між його частинами, та маркують їх сполучення, межі або взаємозв'язки, зв'язуючи ходи, тематичні блоки або фази діалогу, встановлюючи асоціації з імпліцитними контекстами. Інтенсифікаційні дисенсусні маркери вказують на модифікацію позиції контрагента в бік посилення, подаючи сигнал про те, що позначений маркером сегмент дискурсу слід конфронтативно приєднати до контексту. До них належать насамперед різноманітні **лексичні інтенсифікатори**: підсилювальні частки, прислівники, вигуки.

Підсилювальні частки *gar*, *doch*, *ja* включаються мовцем у висловлення з метою збільшення категоричності, підтвердження та посилення заперечної реакції адресата, слугуючи інтенсифікаторами негативності, вираженої заперечним займенником:

„Oder möchtest du Schinkensemmel?“

„Gar nichts von dir!“ („Spielplatz der Helden“)

Прислівники інтенсифікують прагматичне значення негативної реакції квантифікацією (вказівкою на кількісні параметри) присудка:

“Warum verstehst du nich, so billig fährt er nur mit mir!»

«Du kannst *überhaupt* nicht allein fahren» („Diese Drombuschs“)

Вигуки, що є перманентними супутниками дисенсусу, можуть виступати дискурсивними маркерами або індикаторами іллокутивної сили та виконувати фатичну функцію, фіксуючи невпевненість або коливання мовця. Реалізація емотивної функції вигуків пов'язана з експресивними вигуками (*Gott*, *Gottchen*, *Scheiße*, *Mensch*, *Mann*, *Donnerwetter*, *Menschenskind*, *Herrgott*, *verdamm*), які вказують на особливий емоційний стан мовця. Попереджуючи ретроспективний мовленнєвий акт вигуком – конвенційним маркером небажаного мовленнєвого ходу – мовець непрямом визнає, що його реакція не відповідає очікуванням адресата і отже є небажаною. З іншого боку, вживання емотивного вигуку є індикатором емоційної напруги, хвилювання, роздратування, здивування, неврівноваженості та інших емоцій, що їх відчуває мовець. Деякі експресивні вигуки (наприклад, *Scheiße*, *Mist*)

є грубими, оскільки виражають негативні емоції мовця, незадоволеність, викликану попередніми діями комунікативного партнера. Такі спонтанні компоненти є проявом внутрішніх психологічних процесів та функціонують переважно у ситуаціях певного емоційного напруження:

«Da ist kein Alkohol in der Praline, oder?» – “Nein”

“Willst du mich verarschen? *Verdammte Scheiße*, da ist kein Alkohol drin!” (“Gegen die Wand”)

До лексичних інтенсифікаторів конфронтації у сімейному дискурсі можна віднести:

- уживання лексичних одиниць із семою «хибність, дурість»:

“Sechs Monate haben wir auf diesen Tag gewartet. Und du hast alles *versaut*. Wie kann man nur so *blöd* sein!” (“Herrenrunde”)

- займенники в наголошеній емфатичній формі:

“Du verdammter Scheißkerl, du undankbarer... Du überschätzt dich wie immer. Ich geb' dir 24 Stunden. Dann will ich dich hier nicht mehr sehen!” (“Plötzlich berühmt”)

- прислівники позитивної оцінки, що імплікують негативну:

“Red doch keinen Stuss! Er mimt den Bad Guy, den Gangsta. Er findet das cool. Und diese politisch korrekten Hysteriker fallen darauf rein.”

“Und woher weißt du das alles so genau? Weil du so einen *hervorragenden* Draht zu deinem Sohn hast? Weil du so *tolle* Gespräche mit ihm führst? Weil du dir *so viel* Zeit für ihn nimmst? Ihr habt ja so ein *großartiges* Verhältnis, ihr zwei! Ihr seid (kreuzt Zeige und Mittelfinger) so!” (“Ihr könnt euch niemals sicher sein”)

- використання ідіом із негативною конотацією:

“Hat sie das Recht, uns zu beleidigen? Das ist unsere Wohnung! Wir sind hier zuhause!”

“Du sollst deinen Mund halten! Du gehörst nicht an die Familie! *Wer als Zwiebel geboren ist, wird niemals eine Rose!*” (“Herrenrunde”)

- використання протиставлення на рівні займенників:

“Du brauchst dieses Buch nicht mehr lesen. Gib es mir!”

“Ich möchte dieses Buch noch einmal lesen, ich möchte es ausleihen!”

“Nein, *du* brauchst gar nichts. *Ich* muss es lesen!” (“Unendliche Geschichte II”)

- експліцитне/ імпліцитне притиставлення на рівні повнозначних частин мови, що позначають негативне ставлення до позиції партнера, його поведінки, підкреслення когнітивної асинхронії:

“Mami, mach das nicht, niemand kann es fressen!”

“Niemand soll es *fressen*, er soll es *essen!*” (“Zuckeroma”)

- іронічну цитату співрозмовника:

“Wie es auch ist, eines darf es bei uns nicht geben in dieser Familie – Streit. Wir brauchen Geduld.”

“Oh, *Geduld!* Wenn es so etwas gibt, dann halte ich den *Weltrekord in Geduld!*” (“Reifezeugnis”)

- наведення абстрагованих, атемпоральних правил, прописних істин:

“Maria, ich ertrage das nicht, ich erkläre dir, ich ertrage das einfach nicht, *wenn die Leute für ihr Geld nicht das bekommen, was sie erwarten*, das ist eine Art von Betrug” (“Reifezeugnis”)

Частотними в сімейному дискурсі є конфліктні ситуації, в яких концентрація “негативності” здійснюється за рахунок лексичної атракції (термін введений К. С. Ізард [3]) – великої кількості негативно-оцінних лексичних засобів в межах висловлювання, або порівняно невеликого тексту. Явище «лексичної атракції» характеризується «притягненням» негативним елементом інших елементів, які дублюють або посилюють його зміст. Таким чином, в одному “негативному” акті спостерігається певна “густота” слів з заперечним забарвленням. Психологія пояснює лексичну атракцію станом емоційної напруги або хвилювання, коли мовцю недостатньо уживання одиничного заперечно-оцінного компонента для висловлення власного негативного почуття. Лексична атракція синтаксично ускладнює структуру конфліктної взаємодії певними конструкціями, що слугують засобами її інтенсифікації. До них належать:

– лексико-синтаксичні повтори заперечення, які забезпечують категоричність значення та можуть обмежуватися рамками одного висловлення, оформлюватися як самостійні висловлення, або утворювати своєрідну рамку в межах комунікативного блоку (ряду висловлень із спільною іллокутивною метою):

„Würdest du mich zum Bahnhof begleiten? Ja oder nein?“

„*Nein!* Du weißt doch, jetzt kann ich nicht! Hab' dich doch gebeten, mich nicht zu stören! Hab doch gesagt, *nein!* Warum hörst du mir nie zu? *Nein!*“ („Hinter Gittern“)

– повторення “негативних” компонентів (*nein* + “негативний” прислівник/заперечна частка/заперечний займенник), що не тільки розширює вихідну модель, але й посилює емоційність та виразність поточної іллокуції:

“Ich bitte dich im voraus um Verzeihung für das, was ich dir gleich antun muß. Ich werde dich jetzt prügeln!”

“*Hier nicht!* Bist du wahnsinnig! *Hier nicht!*” („Drei Herren“)

– поєднання декількох негативних елементів:

“Er war der übelste Schieber, den ich je gesehen habe”

“Du selber bist daran *schuld*, du *beleidigst* meinen toten Freund, du bist ein richtiges *Schwein!* Ein *Schwein* bist du!” (“Der dritte Mann”)

**Граматичними маркерами** конфронтативної взаємодії в сімейному дискурсі можна назвати:

- використання імперативів:

“*Bring* mir Keiserschwar oder ich beschwere mich!” –“Morgen kommt ein Doktor und misst Ihnen Zucker”

“*Bring* mir! Ich zahle doch und nicht wenig!” –“Jeden Tag dasselbe!”...

“*Ivanka! Bringen Sie* mir einen Apfelstrudel! Ich hab doch keinen Zucker!” (“Zuckeroma”)

- використання кон'юнктиву в ірреальних реченнях умови:

“Was soll denn das für eine Liebe werden, wenn es schon so losgeht?”

“*Wenn* du mich nicht so oft alleine *gelassen hättest*, wär das überhaupt nicht *passiert!*” (“Lola rennt”)

**Синтаксичними особливостями** реалізації сімейних конфронтацій є перехід до гіпотаксису, простих та еліптичних конструкцій, порушення порядку слів у реченні:

“Ich hab schon überlegt... vielleicht sollten wir... alle zusammen... eine Familientherapie machen...”

“*Willst du mich verarschen?! Du willst doch gar keine Familientherapie. Du willst, dass ich 'ne Therapie mache. Stimmt's? Du glaubst, so 'n Psycho kann in mich reingucken. Meine dunklen Absichten beweisen, auf meinen Hirnwellen reiten, mein Hirnwasser saufen, um meinen Hirnstamm rumlaufen...*”

а також перехід до питальної форми речення:

“Es ist sein gutes Recht, dich nicht in sein Haus zu lassen! Ich hatte dich auch nicht rein gelassen.”

“*Wieso das denn?! Darf mich jetzt jeder ungestraft beleidigen und beschimpfen?! Muss ich mir alles gefallen lassen?! Nur weil ich in der Klappe war?*” (“Ihr könnt euch niemals sicher sein”)

Особливим способом реалізації індиректної конфронтаційності виступає риторичне запитання. Риторичність, як специфічне підпорядкування способу речення ствердженню як типу мовленнєвого акту, є структурною частиною мовної індиректності та передбачає переслідування інтересів власної дії, обходячи вимоги ведення інтеракції. Риторичне запитання, яке не є власне запитанням, оскільки не передбачає відповіді, виступає класичним випадком непрямого вираження конфліктної іллокуції мовленнєвої дії. Таким чином, форма питального речення здійснює в даному випадку лише функцію посилення сприйняття ствердження:

“Oliver, dir droht wegen Verstoß gegen das Waffengesetz eine Arreststrafe. Aber das ist noch nicht das Schlimmste. Schlimm ist die Sache vor allem wegen diesem Text, den du geschrieben hast.”

“*Seit wann ist es verboten, Songtexte zu schreiben?!?*” (“Ihr könnt euch niemals sicher sein”).

Посилення категоричності конфронтативної взаємодії може відбуватися за рахунок супроводжуючого її директивного мовленнєвого акту прохання / наказу / вимоги, оформленого на рівні мови дієсловом у наказовому способі та формою наказового речення:

“Aussteigen!” “Was soll das? Warum denn? Blödsinn ...”

“Weil in meinem Wagen für solch einen gottlosen Hund, wie du es bist, kein Platz ist! Aussteigen, du!” (“Gegen die Wand”)

мовленнєвого акту несхвалення / докору / обурення, вираженого найчастіше формою розповідного окличного речення:

“Gehen wir los, bis niemand uns gesehen hat!” „Aber du hast doch selbst erlebt, was eben passiert ist. *Wie kannst du das von mir erwarten!*“ („Die Welt in jenem Sommer“)

Типовим для інтенсифікації конфронтації є функціонування мовленнєвого акту звинувачення, в якому мовець не лише висловлює свої негативні емоції, а й “аргументує” конфлікт, вказуючи на те, що його установка певною мірою зумовлена невідповідними діями самого адресата:

“Einer von uns ist ein Mörder. Ja. *Du bist es*. Wo warst du denn, als es gebrannt hat? Du warst der einzige, der nicht da war. “ (“Herrenrunde”)

„Helfen! Ich will ihm nicht helfen! *Ein Raubmörder ist er, er hat die Frau Bergmann erschlagen*, um ihr den Schmuck wegzunehmen.“ („Marktplatz der Sensationen“)

Інтенсифікатори конфронтаційності презентують лише одну можливість процесу розгортання/модифікації дискурсу сімейного спілкування. Іншим полюсом на шкалі його варіювання є структурно-семантичні мітигатори конфліктних ситуацій, дослідження яких є перспективним продовженням представленого аналізу.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Борисова И.Н. Русский разговорный диалог: структура и динамика. – М.: КомКнига, 2005. – 320 с.
2. Бігарі А.А. Дискурс сучасної англосовітської сім'ї Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. – Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2006. – 21 с.
3. Изард К.С. Эмоции человека. – М.: Изд. Моск. гос. ун-та, 1980. – 440 с.
4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: Монография. – Волгоград: Перемена, 2002.
5. Осовська І.М. Привід до конфлікту та його структурна організація/ Науковий вісник Чернівецького ун-ту. Германська філологія. – Чернівці: Рута. – 2008. – Вип. 372. – С. 77-84.
6. Осовська І.М. Формулювання протилежних точок зору як центральна фаза конфліктної ситуації/ М-ли Міжнар. наук. конф. „Актуальні проблеми романо-германської філології” (Чернівці, 10–12 квітня 2008 р.). – Чернівці: Книги XXI, 2008. – С.205-207.
7. Gruber H. Streitgespräche. Zur Pragmatik einer Diskursform. Opladen: Westdeutscher Verlag. – 1996. – 351 S.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ірина Осовська** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри германського, загального та порівняльного мовознавства Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

*Наукові інтереси:* функціональна граматики, дискурс-аналіз, прагматика, комунікативна лінгвістика.

## **УТЕШЕНИЕ КАК ЖАНР РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ ВРАЧА И ПАЦИЕНТА (на материале художественных произведений писателей-врачей)**

**Елена ПОНОМАРЕНКО (Симферополь, Украина)**

*У статті розглядаються прагматичні, структурні та мовні характеристики мовленнєвого жанру втішання на матеріалі оповідань письменників-лікарів.*

*The article considers paralinguistic structural and linguistic features of the consolation speech genre in the stories by writers-doctors.*

Одной из задач, которые ставит сегодня перед собой жанроведение, является не только теоретическое осмысление, но и создание энциклопедии речевых жанров (далее РЖ), их «портретов». В последнее время эта задача активно решается отечественными и зарубежными учеными: осуществляется описание и систематизация речевых жанров, исследуются различные аспекты РЖ (стилистические, психолингвистические, культурологические и др.), рассматриваются особенности жанровой организации речи в связи с общими законами коммуникативной и некоммуникативной деятельности. Научные изыскания лингвистов основываются, главным образом, на материале бытового, политического, рекламного и религиозного дискурсов. В меньшей степени исследованы

проблемы, связанные с коммуникацией в области медицинской сферы. Изучение жанровых особенностей речевого взаимодействия врача и пациента в прагматической концепции свидетельствует об *актуальности* нашего исследования.

*Цель статьи* – охарактеризовать речевой жанр «*утешение*» с позиции константных и факультативных признаков «модели речевого жанра», а также проанализировать языковые средства, оформляющие данный РЖ.

*Материалом исследования* послужили художественные произведения писателей-врачей конца XIX – начала XX веков А.П. Чехова, В.В. Вересаева, М.А. Булгакова.

В отечественной лингвистике к описанию и разграничению речевых жанров подходят с позиции «модели речевого жанра», предложенной Т.В. Шмелевой. Исследователь полагает, что в речевом сознании говорящего существует «типовой проект», канон, схема РЖ, для характеристики которого важны семь «конститутивных признаков»: 1) коммуникативная цель; 2) концепция адресанта; 3) концепция адресата; 4) событийное содержание; 5) фактор коммуникативного прошлого; 6) фактор коммуникативного будущего; 7) языковое воплощение [6: 83]. Анализ исследованного нами материала свидетельствует о том, что «паспорт жанра» может быть дополнен и расширен. Опираясь на вышеизложенную точку зрения, мы будем разграничивать конституирующие признаки на константные и факультативные. К константным признакам будем относить стратегии и тактики речевого общения; концепцию адресанта; концепцию адресата; эмоционально-психологические особенности говорящего и слушающего; фактор коммуникативного прошлого; фактор коммуникативного будущего и языковые средства. Факультативные конституирующие признаки – это образ автора произведения (автора-врача) (по В.В. Виноградову); религиозно-мифологическая составляющая и паралингвистические средства.

Охарактеризуем речевой жанр «*утешение*» в соответствии с предъявленной точкой зрения.

Существительное *утешение* образовалось от глагола *утешить* – ‘успокоить чем-н. радостным, облегчить кому-н. горе, страдание’ [4: 1038]. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов под редакцией Н.Ю. Шведовой свидетельствует о том, что глагол *утешить* восходит к лексеме *тешить* – ‘забавлять, развлекать, доставлять удовольствие’ [4: 982]. С этимологической точки зрения слово *тешить* имеет соответствие с прилагательным *тихий*, которое «развилось из др.-рус. *тихьи* «негромкий, спокойный, кроткий» вследствие изменения *хы > хи*. Др.-рус. *тихьи* восходит к праслав. *\*tǐxъ* «тих», которое чередованием гласных *i//e* связано с *\*těxa* «забава». От существительного *\*těxa* с пом. суф. *-i -ti* при чередов. *x//š* перед *i* образован глагол *těšiti* «тешить, успокаивать» > др.-рус. *t шити* «утешать, ободрять» > совр. рус. **тешить** «забавлять, развлекать, радовать, успокаивать» [5: 427]. Опыт лексикографического анализа дает возможность установить, что глагол *утешать* содержит семы ‘говорить’, ‘спокойно’, ‘хорошо’.

Стратегической задачей в речевом жанре *утешения* является стремление адресанта (доктора) словесно воздействовать на эмоциональное состояние адресата (пациента), а именно, сочувствуя больному, облегчить его физические и душевные переживания, вселяя при этом надежду на скорое выздоровление. Следует отметить, что тактики, реализующие основную стратегическую задачу, органично встраиваются в образ адресанта.

Концепция адресанта. Адресантом в речевом жанре *утешения* является врач, коммуникативное лидерство которого проявляется в различных ситуациях речевого взаимодействия с пациентом.

Материал художественных произведений конца XIX – начала XX веков показывает, что речевой жанр *утешения* нередко реализуется при первичном медицинском осмотре. В этом случае доктор старается сформировать и укрепить доверительные отношения с пациентом, поскольку «...доверие или недоверие врачу... глубоко определяет исход болезни...», «тот, кто больше верит, излечивается лучше» [2: 35]. Врач участливо и сострадательно относится к больному. Коммуникативные отношения в подобных ситуациях выражаются: 1) фатическими языковыми средствами, к которым относятся формулы утешения, хранящиеся в памяти говорящего: – *Полноме, сударыня, ну можно ли так падать духом!* –



сказал я. – Тут никакой и речи не может быть о смерти, – скоро вы будете совершенно здоровы (В.В. Вересаев, Записки врача); 2) формой императива со значением ‘эмоционального состояния человека’ *волноваться, бояться, успокаиваться*. Ср.: – У меня сердцебиение, – сказала она. – Всю ночь был такой ужас... я едва не умерла от ужаса! Дайте мне что-нибудь. – *Дам. Дам! Успокойтесь* (А.П. Чехов, Случай из практики); 3) безличными конструкциями: – *Прежде всего ложитесь и не разговаривайте!* – прервал я его. – *Вам ни одного слова не следует говорить. И не волнуйтесь, – это вовсе не опасно* (В.В. Вересаев, Записки врача).

В сложное и нестабильное время экономических и военных потрясений возросло количество всевозможных заболеваний и трагических случаев, приводивших к возникновению воспалительных процессов в организме человека. Появляющиеся осложнения требовали немедленного оперативного лечения, которое вызывало у пациентов опасение, страх и отчаяние. Поэтому в период подготовки к хирургической операции или непосредственно во время нее доктор, проникаясь сочувствием к страданиям больного, пытается эмоционально воздействовать на пациента. Врач не только применяет все свои профессиональные знания и накопленный опыт, но и старается найти нужные слова, чтобы помочь больному преодолеть страх. В таких ситуациях говорящий (доктор) обращается к слушающему (пациенту) на *ты*, выражая сопричастность личной сфере больного: *Тихонько, тихонько... потерпи*, – говорил я, осторожно прикладывая руки к растянутой жаркой и сухой коже (М. А. Булгаков, Крещение поворотом). В случаях речевого взаимодействия с молодыми людьми доктор использует обращение *юноша*, которое носит нейтрально-вежливый характер и употребляется преимущественно с «Вы»-формами. Ср.: *Все хорошо, юноша! Все хорошо. – Доктор поднял пальцами его подбородок* (В.В. Вересаев, Записки врача). На лексическом уровне адресант использует императивную форму глаголов со значением ‘физического и эмоционального состояния человека’ *бояться, унывать, терпеть*. Ср.: *Роженица уже лежала на операционном столе. Непрерывный стон разносился по больнице. – Терпи, терпи, – ласково бормотала Пелагея Ивановна, наклоняясь к женщине. – Доктор сейчас тебе поможет...*(М. А. Булгаков, Крещение поворотом); – *О-ой! Моченьки...нет... Нет моей моченьки! Я не вытерплю! – Небось...небось... – бормотала акушерка, – вытерпишь! Сейчас понюхать тебе дадим... Ничего и не услышишь* (М.А. Булгаков, Крещение поворотом). Следует также отметить, что в речевой деятельности адресанта присутствуют характерные средства и приемы экспрессивизации, к которым относятся лексические повторы – соположенные словоформы с усилительным значением, которые «восходят к так называемым сильным элементам разговорной речи и всегда воспринимаются как эмоционально-разговорные» [1: 126]. Ср.: *Возле кровати, толкая своей широкой спиной Павла, суетился плотный, чернобровый доктор. – Ничего, ничего, юноша! Бормотал он* (А.П. Чехов, Тиф); – *Тихонько, тихонько... потерпи*, – говорил я, осторожно прикладывая руки к растянутой жаркой и сухой коже (М.А. Булгаков, Крещение поворотом). Для квалификации физического состояния адресата говорящий употребляет безличные конструкции, ядро которых образуют слова категории состояния со значением оценки: – *Отлично, отлично... Так, так... – Дэ, дэ, дэ, – сыпал он. – Так, так... Отлично, юноша... Не надо унывать!* (А.П. Чехов, Тиф).

Отсутствие должного врачебного опыта у молодых земских докторов иногда отрицательно сказывалось на их профессиональной деятельности. Из-за ошибочно поставленного диагноза или некорректных хирургических манипуляций наблюдались случаи летального исхода. В связи с этим у молодых врачей появлялось чувство страха и неуверенности в собственных силах. Поэтому в период речевого взаимодействия с пациентом или его родственниками, чтобы скрыть волнение или ощущение некомпетентности, говорящий (доктор) намеренно пытался оптимизировать речевой контакт и прибегал к тактике «сближения с пациентом». Маркерами «сближения» в подобных случаях выступают: 1) форма императива единственного числа (*будь поспокойнее*); 2) формы выражения субъективной модальности (глагол *надеяться* и его производные); 3) императивная форма глаголов со значением ‘эмоционального состояния человека’ *бояться, волноваться*; 4) парцелированные синтаксические конструкции;

5) паралингвистические средства. Ср.: *Лидку вынесли в простыне, и сразу же в дверях показала мать. Глаза у нее были как у дикого зверя. Она спросила у меня: – Что? Когда я услышал звук ее голоса, пот потек у меня по спине, я только сообразил, что было бы, если бы Лидка умерла на столе. Но голосом очень спокойным я ей ответил: – Будь поспокойнее. Жива. Будет, надеюсь, жива. Только, пока трубку не вынем, ни слова не будет говорить, так не бойтесь* (М. А. Булгаков, Стальное горло).

Трагические либо крайне нежелательные обстоятельства или события, которые иногда сопровождали адресата (пациента), например, смерть близкого человека, также вызывали у говорящего (доктора) сострадание и нацеливали его на закономерную реакцию – оптимизацию эмоциональной сферы слушающего. Формальными средствами объективизации *утешения* в подобных ситуациях выступают: 1) императивная форма глагола со значением ‘эмоционального состояния человека’ *успокаиваться*, а также глагол *перестать* в императивной форме (*перестаньте!*), включающий сему ‘категоричность’: *перестаньте!* = *хватит!* Использование императивной лексики сопровождается невербальными подкреплениями. Ср.: – *Умерла?! – захлебнулся он, и вдруг, глядя на меня остановившимися, выпученными глазами, быстро, коротко зарыдал, словно залаял; он как будто не мог оторвать взгляда от моих глаз, трясаясь и рыдая этим странным, отрывистым, похожим на быстрый лай рыданием. – Успокойтесь... ну, что же делать!* – сказал я, кладя ему руку на рукав (В.В. Вересаев, Записки врача).

Концепция адресата в данном случае предполагает выделение эмоционально-экспрессивных особенностей личности слушающего (пациента). Адресатом в речевом жанре *утешения* являются в основном пациенты, получающие лечение в амбулаторном режиме, готовящиеся к операции или находящиеся в условиях послеоперационного восстановления.

Низкий уровень развития медицинской науки, высокая смертность вследствие эпидемий брюшного тифа и холеры на рубеже XIX-XX веков нередко вызывали у заболевших отрицательные эмоциональные реакции. Например, неожиданная хирургическая манипуляция стимулировала у больных чувство тревоги и страха. Распространенными формами объективизации данных эмоций выступают вопросительные предложения, содержанием которых является выяснение или уточнение данных о состоянии здоровья, о результатах обследования, о прогнозах на будущее: – *Мать, сухая и нервная, с бегающими, психопатическими глазами, так и замерла. – Доктор, скажите, это очень опасно? Он умрет?* (В.В. Вересаев, Записки врача); – *Ну да, вы мне это говорите для того, чтобы меня утешить... А долго я в таком случае, буду еще мучиться?* (В.В. Вересаев, Записки врача). Состояние тревоги оказывает дезорганизующее влияние на коммуникативные отношения участников диалога, что находит выражение в том, что такие вопросы включают: 1) лексические единицы с негативной (разрушающей) семантикой (*умирать, мучиться*); 2) явления гезитации; 3) эллиптические конструкции.

Фактор коммуникативного прошлого и коммуникативного будущего. «Образ прошлого различает РЖ инициальные, начинающие общение, и такие, которые могут появиться только после определенных РЖ – таковы ответ, отказ, согласие, опровержение и ряд других, для которых предлагалось наименование «реактивные»: все они являются реакциями на другие жанры» [6: 86]. РЖ *утешения* будем относить к реактивным речевым жанрам, поскольку он является реакцией на РЖ *жалобы*. Взаимодействуя с РЖ *жалобы*, характеризуемый нами РЖ *утешения* образует определенную жанровую цепочку (жанр *жалобы* → жанр *утешения* → жанр *запроса информации*). Ср.: *Молодая женщина зажала рот концом байкового платка, села на лавку и затряслась от плача (жанр жалобы) – Подлец он? А?! – выкрикнула она. – Что я буду делать? Ведь у меня двое детей, - говорила она сухим измученным голосом → (жанр утешения) – Погодите, погодите, бормотал я. – Видно будет, что делать. – Знаете что, – сказал я, и мне страстно захотелось, чтобы надежды меня не обманули и дальше не появилась бы нигде грозная твердая первичная язва, – знаете что?.. Перестаньте волноваться! Есть надежда. Надежда. Правда, все еще может случиться, но сейчас у вас ничего нет → (жанр запроса информации) – Нет? – Сипло спросила женщина. – Нет? – Искры появились у нее в глазах, и розовая краска тронула скулы. – А вдруг сделается? А?* (М. А. Булгаков, Звездная сыпь). По нашему мнению, порядок следования и набор речевых

жанров (в том числе и представленная цепочка) организованы под влиянием прагматических и экстралингвистических факторов, к числу которых следует отнести: 1) социальную роль говорящего; 2) уровень образованности и культурного развития адресата (пациента); 3) гендерные роли участников речевого общения.

Паралингвистические средства. Выражение *утешения* может осуществляться и паралингвистическими средствами. Согласно классификации, предложенной Е.А. Селивановой, основными составляющими невербальной коммуникации являются: «1) фонационные (тембр, темп, пауза, тон, мелодика, высота, сила, громкость, индивидуальные особенности произношения, характер дыхания и т.д.); 2) мануальные (жесты); 3) мимические (движения мышц лица); 4) пантомимические (движения тела, головы, ног); 5) ситуационные (зрительные ощущения собеседником цвета кожи, одежды, общей манеры поведения говорящего)» [3: 94]. При исследовании материала художественных текстов необходимо учитывать тот факт, что маркерами паравербального взаимодействия героев являются «авторские квалификаторы речи персонажей» (по Е.А. Селивановой). Характеризуя образ адресанта, отметим, что в качестве невербальных средств общения доктор использует в основном мануальные, к которым относятся всевозможные касания (рукопожатия, похлопывание по спине или плечу, прикосновения, поцелуи). Подобные паравербальные подкрепления являются необходимым условием благополучного психологического и эмоционального воздействия в случаях, если пациент испытывает чувство отчаяния, сопровождаемое состоянием безнадежности и безысходности. Невербальное поведение адресанта обусловлено, прежде всего, сочувственным отношением к больному. Ср.: – *Успокойтесь... ну, что же делать!* – сказал я, *кладя ему руку на рукав. Он тяжело опустился на стул и, раскачиваясь всем телом, схватился за голову* (В.В. Вересаев, Записки врача); – *Тихонько, тихонько... потерпи,* – говорил я, *осторожно прикладывая руки к растянутой жаркой и сухой коже* (М.А. Булгаков, Крещение поворотом). Важно отметить, что в случае невербального взаимодействия врача и пациента, касательные движения, как правило, нивелируют социальный статус, возраст, пол, национальность и личность собеседника.

Паралингвистические средства общения, сопровождающие речь адресата, также выполняют эмотивно-экспрессивную функцию. Наиболее частотными являются мимические невербальные средства (описание глаз), передающие эмоциональное состояние субъекта. Например: – *Мать, сухая и нервная, с бегающими, психопатическими глазами, так и замерла.* – *Доктор, скажите, это очень опасно? Он умрет?* (В.В. Вересаев, Записки врача). В данном случае индикатором эмотивности являются прилагательные-определения с ярко выраженной эмотивной семой.

Достаточно распространены случаи употребления невербальных средств общения, конкретно обозначающих эмоциональное состояние адресата (в данном случае отчаяния) в рамках эмоциональной типовой ситуации «субъект + описание его состояния». Например: – *Умерла?! – захлебнулся он, и вдруг, глядя на меня остановившимися, выпученными глазами, быстро, коротко зарыдал, словно залаял; он как будто не мог оторвать взгляда от моих глаз, трясясь и рыдая этим странным, отрывистым, похожим на быстрый лай рыданием* (В.В. Вересаев, Записки врача). В предложенном фрагменте текста наблюдается большая плотность эмотивных спецификаторов, к числу которых принадлежат пантомимические и ситуационные невербальные подкрепления.

Таким образом, модель речевого жанра *утешения* включает несколько конститутивных признаков, на основании которых осуществляется идентификация данного жанра: стратегическая задача говорящего, тактики, концепции адресанта и адресата (аспекты их взаимодействия), факторы коммуникативного прошлого и коммуникативного будущего, паралингвистические средства, языковое воплощение.

Дальнейшее исследование структурных особенностей речевых жанров в диалогическом контексте коммуникативной ситуации позволит нам приблизиться к созданию «портретов» РЖ, а также формированию их общей типологии.

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Акимова Г.Н. Новое в синтаксисе современного русского языка: Учеб. Пособие. – М.: Высшая школа, 1990. – 168с.
2. Войно-Ясенецкий В.Ф. (Святитель Лука). Проповеди архиепископа Луки: 1946-1948 гг. – Симферополь, 2007. – 157 с.
3. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. – К.: Брама, 2004. – 336 с.
4. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. Отв. Ред. Н.Ю. Шведова. – М.: Издательский центр «Азбуковник», 2008.
5. Цыганенко Г.П. Этимологический словарь русского языка. – К.: Наукова думка, 1989.
6. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра// Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. – М.: Лабиринт, 2007. – С.81-89.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Олена Пономаренко – кандидат філологічних наук, доцент кафедри російської мови Кримського державного медичного університету ім. С.І. Георгієвського.

*Наукові інтереси:* комунікативна лінгвістика, жанрознавство, методика викладання російської мови як іноземної.

## ТИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНТЕРТЕКСТУ У МЕДІА-ДИСКУРСІ

Уляна ПОТЯТИНИК (Львів, Україна)

*На матеріалі заголовків із журналів Time та Newsweek проаналізовано типи функціонування інтертекстуальних «вкрапель» в контексті приймаючого тексту, в зв'язку з чим автор розмежовує «активну» і «пасивну» інтертекстуальність.*

*By drawing on headlines from Newsweek and Time magazines, the article discusses varying degrees to which intertextual structures are integrated into new contexts. In this respect, the author differentiates between active and passive intertextuality.*

Сучасний медійний текст, як, зрештою, і будь-який інший, підпадає під сильний вплив найрізноманітніших дискурсивно-мовних експериментувань, що вже тривалий час спостерігаються в традиційних, а з нещодавнього часу, в нових медіа. Враховуючи нахил сучасного наративу в бік постмодернізму, не дивно, що багатьом наративним формам притаманна схильність вступати «в ігрові стосунки» з усталеними нормами. Це може набувати різних форм, зокрема фрагментованого дискурсу, еkleктизму, глузування над сакральним, інтертекстуальності тощо. Остання, складається враження, особливо «процвітає» в сучасному медійному дискурсі – політичному, економічному, розважальному та ін. – як своєрідний метод, манера письма (а не як філософська платформа), засадничими принципами для якої є тлумачення тексту як «з'їданого» з багатьох різноголосих елементів, «відлунь» того, що було сказане колись. Таке розуміння інтертекстуальності суголосе інтерпретації тексту Ж.Дерідою, котрий, означивши останній «загальним текстом», тлумачив його як нескінченну низку відношень між сигніфікатором та сигніфікованим [цит. за Фроу, 6: 48]. Деріда трактував його в площині текстуального – нетекстуального. В цьому сенсі загальний текст складають власне текстуальність ..... та ті межі текстуальності, які ставлять під сумнів його (тексту – прим. авт.) автономність (замкнутість, завершеність – прим. авт.) та постійно відкривають його зовнішньому (позатекстовому), яке ніколи до кінця не є зовнішнім [цит. за Фроу, 6: 49]. Про це, зокрема, йдеться в його есе *Living on: Borderlines*, де Деріда говорить про розмивання меж (*débordement*), що, як традиційно вважалося, існують між текстами, внаслідок чого текст перестає бути завершеною структурою, певним змістом, делімітованим початком та кінцем та іншими традиційними атрибутами тексту [Ibid.]. Натомість ми маємо справу з безконечним переплетенням текстової матерії, яка постійно несе на собі відбитки чогось *іншого*, відмінного від *себе*. При цьому істотним є те, що це інше, інкорпороване не губиться, перетворюючись у гомогенну масу, а залишає в приймаючій структурі свої текстові «сліди». Як наслідок цього, на думку Деріди, ці відбитки чужого набувають складнішої структури, нашаровуючи додаткові смисли [Ibid.]. З нашого погляду, таке тлумачення тексту є прямим виходом на теорію інтертекстуальності, котра веде свій початок від М.Бахтіна, Ю.Крістєвої, та Р.Барта. Для даної розвідки є також важливими міркування Деріди про те, що будь-який елемент художнього мовлення, виходячи із неминучої різниці контекстів читання та письма, може бути вільно перенесеним до іншого історичного, соціального, політичного, культурного та естетичного контекстів, або й узагалі бути процитованим поза всяким контекстом [4: 26].

Інтертекстуальність органічна для медіа-дискурсу, адже він – продукт і процес взаємодії багатьох дискурсів. За своєю природою, він – вторинний дискурс, генерований на основі 220

розмаїтих первинних дискурсних практик. З огляду на це, дво- та багатоголосся як основа інтертекстуальності та інтердискурсивності, є невід'ємною характеристикою медіа-тексту. Немає сумніву, що інтертекст належить до тих текстотворчих засобів медійного дискурсу, які підсилюють смислову домінанту повідомлюваного. Коли натомість безособового слова чи виразу на позначення певної ситуації автор «втягає» із культурного арсеналу нації (чи людства) готову мовленнєву модель, він, посиляючись на чийсь попередній досвід, заручається ним, додаючи авторитетності своїм словам. Адже на відміну від безособових словникових одиниць інтертекст має «минуле», яке неодмінно «висвічується» в новому контексті, примушуючи реалії нового контексту сприйматися через лінзу первинного чи низки попередніх. Новий контекст ніколи не є семантично автономним, тому маніпулювання інтертекстуальною семантикою дає можливість творцю нової текстової структури акцентувати комунікативно релевантні смисли.

*Матеріалом* даної розвідки слугували англomовні журнальні публікації, зокрема статті з двох американських загальнополітичних часописів *Time* та *Newsweek* та популярного тижневика *People*. Інтертекстуальні вкраплення розглядаються в межах сильних позицій тексту, зокрема в заголовках, адже «діалогічні відносини можливі не тільки між цілими висловлюваннями, а й стосовно будь-якої значущої частини висловлювання, навіть поодинокого слова, якщо воно сприймається не як безособове слово мови, а як зріз чужої смислової позиції, як представник чужого висловлювання» [1: 164].

*Метою* даної статті було простежити якою мірою, тобто наскільки повно, актуалізується первинна структура семантики запозиченого «голосу».

Ступінь залучення потенціалу інтертекстової структури в медіа-заголовку може бути різним. З цього огляду є показовим принцип поділу інтертекстуальних структур, запропонованих спершу Бахтіним (1929), а згодом розвинених Бен-Поратом (1976), Хейтімом і Мейсоном (1990) та Леппігальме (1997). Остання застосовувала його при аналізі алюзій. Екстраполюючи цей принцип на наш мовний матеріал, ми розрізнятимемо два типи інтертекстуальних зв'язків у межах медійного тексту: такі, які активують первинний контекст, і такі, які його не активують [8: 9]. Хейтім та Мейсон услід за Бахтіним називають ці дві категорії інтертекстуальних зв'язків активними та пасивними відповідно [7: 124]. Перший тип зв'язків активізує систему знань і поглядів, які виходять далеко за межі конкретного тексту і залучають «досвід» інших текстів [ibid.]. При цьому смисловий вектор «старого» контексту зберігається і чужий та авторський голоси «рухаються» в одному напрямку. За такої ситуації «активність» чужого голосу очевидна, оскільки за рахунок нього відбувається підсилення комунікативної інтенції авторського повідомлення. Більше того, присутність інтертексту розширює інтерпретативний потенціал приймаючої текстової структури. Це можна проілюструвати на наступному матеріалі. В журналі *Time* була опублікована стаття під назвою *One Angry Man* про черговий судовий процес, пов'язаний із корпоративними злочинами. Зокрема, розглядалася справа двох виконавчих директорів міжнародної корпорації *Tuso*, які, зловживаючи своїми посадами, «заробляли» невинувато високі бонуси. Автор статті, котрий був очевидцем подій та одним із присяжних, розчарований ходом судового процесу, зокрема тому, що після півроку слухань присяжним не вдається винести одностайного вироку. Це означає, що суд визнається недійсним, і тепер все доведеться починати спочатку. Така ситуація видається автору статті безглуздою, оскільки, на його думку, справа не настільки заплутана, щоб на неї витратити додаткові кошти, час і зусилля стількох учасників судового процесу. Тим більше, що все могло б піти значно гладше, якщо б не одна із присяжних, котра, протиставивши свій голос решті (одинадцяти) присяжним, «застопорила» процес і таким чином звела нанівець півроку судочинства. З огляду на почуття незадоволення та досади, які переживає автор матеріалу, назва *One Angry Man* цілком когерентно вписується в текстовий простір статті. Водночас, якщо в свідомості читача не активізується фрейм, пов'язаний із фільмом *Twelve Angry Men* («Дванадцять розгніваних мужчин»), – кінострічкою 1957 р., створеною С.Люметом, – смислові обертони, які є наслідком взаємодії двох контекстів і які, поза всяким сумнівом, є частиною авторського задуму, не активуються. Весь фільм побудований на тому, що присяжний намагається переконати решту одинадцять колег у тому, що, якою б очевидною

на перший погляд не видавалась вина підсудного, він заслуговує принаймні на «розумний сумнів». Врешті-решт йому вдається перетягнути на свою сторону всіх присяжних і підсудному виносять виправдальний вирок. Фільм здобув світове визнання, був неодноразово нагородженим і надихнув чимало імітаторів. Сміслова квінтесенція модифікованого інтертексту *one angry man* «обросла» численними конотаціями та асоціаціями, хоча його інваріантну семантику можна визначити в наступний спосіб: «присяжний, який не погоджується з думкою більшості; робить виклик своїм колегам і намагається їх переконати, що реальна ситуація є дещо іншою від тієї, що видається на перший погляд». В аналізованій статті ми маємо справу із спільною глибинною структурою двох контекстів. Майже весь семантичний «вантаж» первинного контексту активовано в новому: один із присяжних йде наперекір решті присяжних і винесення вироку відкладається. Водночас, новий контекст занурений у новий «досвід» і тому відбувається за нових суспільних та ситуативних обставин. Відповідно, конотаційний «ореол» приймаючого тексту змінюється: позитивна маркованість оригінальної структури зміщується в негативний бік, оскільки автор дещо скептично трактує наполегливість присяжної, що, з його погляду, межує зі звичайною впертістю. З іншого боку, в інтертекстуальній назві статті заломлюються водночас два семантичні центри: альянція на незгоду одного з присяжних та (справедливе) невдоволення ситуацією, що склалася, іншого присяжного, – автора статті. В аналізованому прикладі чужий голос залучений до передачі повідомлення, яке йому, трансформуючи вислів Бахтіна, «рідне».

Аналогічно «активно» поводить чужий голос у статті *Let Them Eat Cake*, опублікованій у журналі *Newsweek* (15.12.2007). У зв'язку з інфляцією цін на продукти харчування у Франції, зокрема на хліб, американський журналіст, – автор матеріалу, – відбиваючи загальний настрій мешканців країни, ділиться песимістичними міркуваннями з приводу економічної ситуації в ЄС. Заголовком статті він робить добре відому у загальноєвропейській та й, зрештою, світовій культурі цитату, яку традиційно приписують Марії-Антуанеті, котра, мовляв, почувши, що простолюд голодує, оскільки в країні обмаль хліба, вигукнула «Тож нехай їдять тістечка!». Однак, як з'ясовується, першим вжив цей вислів Жан Жак Руссо у своїй праці «Сповідь» (1766) на позначення невігластва імущих класів та нездоланної прірви між ними і простим народом. Очевидно, що прочитання нового тексту підсилюється «чужим голосом» і тлумачиться в світлі його смислових підтекстів. Як і в попередньому прикладі, новий текст активує первинний контекст за рахунок схожості семіотичного коду [7: 136] між ними. Однак на відміну від попереднього прикладу, комплекс конотацій нового контексту робить його віддаленішим від первинного. І хоча з часом соціальний підтекст вислову ослаб і останній почав побутувати переважно в жартівливих контекстах, конфігурація смислових обертонів при накладанні його на теперішню ситуацію у Франції виводить на передній смисловий план латентний у ньому наратив соціальної справедливості. Останній в результаті лише підсилює занепокоєння ситуацією, в котрій опинився пересічний споживач. Проаналізовані два приклади демонструють у який спосіб схожість глибинної структури двох контекстів, – «чужого слова» і приймаючого тексту, – підсилюють інтенцію автора та прагматичну спрямованість повідомлення.

З іншого боку, «чуже слово», як стверджував Бахтін, може використовуватися контекстами, які йому чужі, і навіть ворожі [цит. за Talbot, 9: 65], тобто коли приймаючий контекст зовсім відмінний від інтертекстового. В таких випадках «чуже слово» використовується «всупереч власної волі», внаслідок чого в новий контекст вводиться семантичний вектор, діаметрально протилежний первинному [ibid.] Такий тип інтертекстуальних зв'язків Бахтін називав пасивними [9: 65].

Вдалим з нашого погляду прикладом такої ситуації є назва статті *Choc and Awe* (*Time*, Sept. 10, 2007). В рубриці *Global Adviser* журналу відводиться спеціальна колонка порад для читачів, що вибираються в мандрівку. В одній із таких колонок автор береться допомогти тим, хто вирушає до Парижа, розібратися в тонкощах тамтешньої гастрономії. Зокрема, автор замітки ділиться враженнями про якісь особливі паризькі круасани з шоколадом, котрі він надібав після тривалих пошуків і котрі вважає чи не найсмачнішими з усіх, які йому коли-

небудь доводилось куштувати. З цього огляду назва матеріалу *Choc and Awe* (*choc* – розмовне вкорочення лексеми *chocolate*) цілком логічно вписується в семантичний простір тексту. Водночас, прагмастилістичний ефект заголовка досягається накладанням даного контексту на інший. Насправді вкорочення форми першого слова мотивовано апроксимацією до відомої кодової назви військової операції “Shock and Awe”, що її проводили американські війська в Іраку в 2003р. Зрозуміло, що структура прагмастилістичного значення двох назв є цілком відмінною: прагмасемантичне наповнення ситуації із військовими діями не має нічого спільного з жартівливим викладом аргументів на користь одних круасанів порівняно з іншими. «Імпортування» назви американської військової операції в Іраку уможливилось паронімією між “choc” та “shock”, а також семантичною релевантністю лексеми “awe” для нового контексту, хоча її прагматичне навантаження в обох випадках різне. В назві замітки про круасани вона має виражено гумористичне забарвлення. Тобто спільною між вихідним та приймаючим текстом є виключно поверхнева структура, котра забезпечує суголосність контекстів лише на мікрорівні, себто в лексико-семантичному плані [8: 32]. Натомість у двох попередніх прикладах спостерігаємо спільність макрорівневих характеристик порівнюваних контекстів, що забезпечує одновекторність елементів на рівні внутрішньої структури цілого тексту.

З іншого боку, залучення поверхневої структури може супроводжуватися залученням елементів макрорівня. Ілюстрацією такої ситуації може слугувати на перший погляд не зовсім зрозуміла назва статті *Pop and Circumstance*, вміщена в музичній рубриці часопису *People* (22.05.2000). В ній йдеться про американську поп-виконавицю Вітамін С та її останню композицію ‘*Graduation (Friends Forever)*’, що стала хітом і, на думку музикознавців, обіцяє «укорінитися» в музичних програмах випускних вечорів. Оскільки про цю композицію йдеться в контексті репертуару випускних балів, назва статті відразу експлікує назву відомого маршу британського композитора Е. Ельгара *Pomp and Circumstance*, який впродовж багатьох років використовується в якості гімну американських випускників. Заміна першого слова в назві маршу на паронімічне *pop*, що логічно вводить читача в тему поп-культури, вносить необхідну корекцію в інтертекст, яка наближає його вихідний соціокультурний контекст до семантичного поля статті. В даному випадку спостерігається, з одного боку, суто поверхнева інкорпорація назви відомого маршу в текстуальну канву статті (заміна *pomp* на *pop*), але, з іншого, в такий спосіб сформульований заголовок статті безпомилково «виводить» читача на фрейм, котрий насправді присутній у семантичному просторі публікації. Послугуючись диференціацією інтертекстуальних вкраплень Вайсбергера, згідно з якою виділяють інтертексти, запозичені на рівні слів, тобто форми, з одного боку, та запозичення цілих мотивів, сюжетів, асоціативно-конотативних зв’язків, що стоять за цими словами, з іншого [цит. за Леппігальме, 8: 9], ми однозначно відносимо даний приклад до першої категорії, яку низка дослідників (Хейтім та Мейсон, Бен-Порат, Р.Леппігальме та ін.), як уже зазначалося, називають пасивними. Треба зазначити, що в обох випадках для декодування повідомлення читач повинен володіти відповідною когнітивною парадигмою, в котрій присутні фрейми, активовані приймаючим контекстом. У. Еко називає такого читача «семіотичним» читачем (на відміну від «семантичного» читача, котрий сприймає текст лише на рівні зовнішньої семантики [5])

Примітно те, що в випадку з цією категорією інтертекстового матеріалу більша частина вибірки виявила в той чи інший спосіб модифікований інтертекст, а не оригінальний.

Таким чином, сучасний англomовний медіа-дискурс засвідчує широке залучення інтертекстуального матеріалу до «сильних позицій» тексту, зокрема до заголовків. При цьому спостерігаються два різні підходи до використання інтертексту: з залученням глибинної структури «донорського» тексту та використання «чужого голосу» лише на рівні форми, тобто коли не активуються мотиви, асоціації та конотації оригінального контексту. Висока частотність саме пасивного типу інтертекстуальності великою мірою підтверджує спостереження Бен-Пората, що залучений інтертекст у медійних заголовках рідко коли апелює до глибинної структури первинного тексту.

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бахтин М. Проблемы поэтики Достоевского. Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Literat/Baht\\_PrPoet/05.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Literat/Baht_PrPoet/05.php)
2. Лиотар Ж.Ф. Состояние постмодерна. – М.: Институт экспериментальной социологии, 1998. – 160 с.
3. Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма. – СПб.: Алетейя, 2000. – 347 с.
4. Силантьев И.В. Газета и роман. – М.: Языки славянской культуры, 2006. – 224 с.
5. Eco U. On Literature. – L.: Vintage Books, 2006. – 334 p.
6. Frow J. Intertextuality and Ontology // Intertextuality: Theories and Practice / Ed. by M.Worton, J.Still. – Manchester University Press, 1991. – P. 45-55.
7. Hatim B., Mason I. Discourse and the Translator. – N.Y., L.: Longman, 1997. – 258 p.
8. Leppihalme R. Culture Bumps. An Empirical Approach to the Translation of Allusions. – Clevedon: Multilingual Matters, 1997. – 241 p.
9. Talbot M. Media Discourse. Representation and Interaction. – Edinburgh University Press, 2007. – 198 p.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Уляна Потятиник – кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології Львівського національного університету ім. Івана Франка.

Наукові інтереси: медіалінгвістика, соціолінгвістика.

**“ROAD” IN LITERARY DISCOURSE:  
AN ATTEMPT OF FRAME ANALYSIS APPLICATION  
(BASED ON J.R.R. TOLKIEN'S NOVEL “THE LORD OF THE RINGS”)**

Natalya ROMANYSHYN (Lviv, Ukraine)

*У статті розглянуто роль та значення лексико-синтаксичних структур, що є корелятами фрейму «Шлях» для інтерпретації змістово-концептуальної інформації в романі Р. Толкієна «Володар пернів».*

*The article focuses on the investigation of the role of lexico-syntactic structures that correlates with the Road frame for the interpretation of content-conceptual information in J.R.R. Tolkien's novel “The Lord of the Rings”.*

**The general theoretical outline of the problem.** Current situation in linguistic research demands complex approach to the language phenomena study. [4: 13; 2: 165]. Nowadays discourse research is conducted not only by traditional linguistic analyses but also by frame analysis aimed at frame structures consideration. The frame analysis as a recently introduced linguistic practice has proved to be an effective tool of interpretation of the literary text that helps to reveal and describe its main concepts and to highlight all textual elements relevant for the understanding of the imagery system of the literary work.

**The topicality** of the present research is determined by the increasing role of cognitive paradigm in modern linguistics. **The object of research** is the ROAD frame in literary discourse. **The theoretical aim** is to study and classify lexical means that represent the frame ROAD in Tolkien's saga “The Lord of the Rings”.

Tolkien's work was revolutionary not only in the sense that it was the most captivating fantasy story the world had ever seen, thus raising the standard for fairy stories the world over, but because it was by far the most complex and intricate fictional realm ever conceived. The Lord of the Rings became the Bible of fantasy for subsequent authors [10]. J. R. R. Tolkien's The Lord of the Rings is a massive epic novel. It is also a hugely complex work, with its own complicated chronology, cosmogony, geography, nomenclature and multiple languages. For Tolkien, the chief question – and thus the real quest – is how we are to travel along the Road. The great temptation is to take shortcuts, to follow the easy way, to arrive quickly. In the antique world of Middle Earth, magic offers the surest escape from slowness and suffering. The work also provides rich material for the speculation over the problem of author's conceptual system organization and representation in the literary text, he essence of the key aesthetic and ethical dominants.

**The role of frame structures in discourse perception and understanding.** There is a considerable number of definitions of the term *frame* and conceptions related to the theory of frames. In fact, all of them are characterized by the high level of heterogeneity. The authors of the conceptions about problem of frames examine this phenomenon from different points of view explaining it in various ways and naming it differently [8: 123-124; 6: 362; 8: 278; 5: 202; 7; 9]. Proceeding from the cognitive nature of the phenomenon under consideration, frame is defined as one of the means of knowledge representation and as a component of so-called thinking or intermediate language that is a link between three levels of the language personality: verbal-semantic, cognitive and motivational-pragmatic. The intermediary function transforms frame into a



phenomenon of dual status and helps to connect the semantic level with the cognitive one. On the one hand it belongs to the mental structures, it is one of the units of knowledge introduction, and on the other hand it finds expression in the speech (oral and written) explicating by means of language means.

The issue of text understanding was always in the centre of attention of scientific papers on text expertise. The theory of understanding considers understanding in the close connection with texts interpretation processes. The prospect of human cognition should be also taken into account. In particular, G.Geringer emphasized that in the process of perception of text material it is indispensable to use the newest results received from the investigations of human cognition. Understanding is not a plane inherent processing of the information but a complex process. It involves, on the one hand – the text with its specific structure, and the author with his aims, possibilities and presumptions, and on the other hand – the addressee – on who the text is directed, and also conditions of communication expecting the availability of appropriate purpose-oriented directives from the side of addressee, his short-term and long-term memory potentiality and having the necessary previous knowledge. The last factor in this interaction – the previous knowledge of the addressee, plays the special role.

The understanding of any text is defined not only by means of the level of individual recipient's knowledge but also by the common knowledge level of communication participants – the author and the addressee. This level is acquired before the specific act of communication as the participants have the common cultural and educational background, shared knowledge and the knowledge acquired by the author and the addressee in the course of definite act of communication. The reader, in the process of text comprehension and interpretation, acquires the knowledge shared with the author when he familiarizes himself with the text reality. The process of knowledge acquisition shared with the author is accompanied by the inclusion of reader's general knowledge about the world based upon different types of human experience: lingual, social, emotional, and cultural. In other words, in the process of comprehension and interpretation of the literary text the reader, having the idea about world and its objects, turns to the general knowledge about world, personal remembrances, his emotional experience and interprets the text comparing situations of the objective reality with the situations of literary reality [1: 93].

Taking into consideration the significant role of the knowledge and determinant importance of thinking in linguistic investigations some scholars pay attention to the linguistic aspects of frames and their connection with speech activity rather than to the cognitive nature of frame structures. Within the literary discourse frames are embodied in the structures, which are the results of a certain mental complex verbalization transferred from the author's cognition into the literary text. These structures represent the complex semantic model of a single thematic line which language elements ensure the content and formal unity of the literary. These frames are peculiar structures of lexical units united behind the specific subjects and connected by the common part in actualization of the author's pragmatics. Language elements, which form the basis of the frame, are characterized by isotopic characteristics providing the completeness of discourse content [3: 45].

**The frame ROAD and its terminals.** The ROAD in *The Lord of the Rings* is something much more than just the distance which main heroes has to pass. The ROAD is some integral part, idea of the work.

The author succeeded in depicting the road as the whole life during which the eternal questions appear: the struggle between good and evil; love; friendship; the final goal and commitment to this goal. For the description of this many-sided frame the author uses different means. His language always stays living, transforming the abstract things into the concrete ones it is never lost in the tale. In the verbal implementation of such effects the important role play frame structures as the powerful mean of expressing the author's pragmatics.

The frame ROAD can be examined as the cognitive structure. Categorical knowledge about ROAD makes the basis of this structure. Based on dictionaries definitions and the specific of Tolkien's representation of the Road the main terminals were chosen:

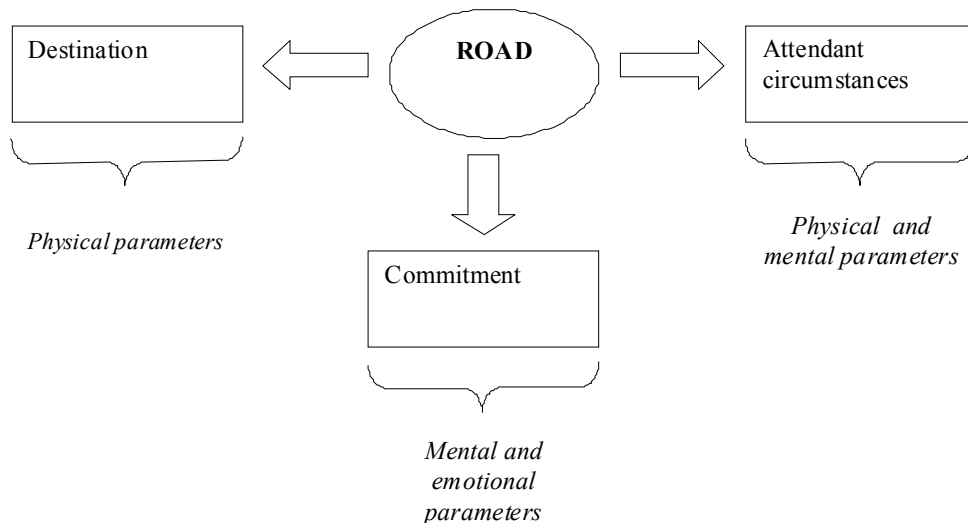


Figure 1.1. Conceptual structure of the frame ROAD

**Destination as the ROAD frame terminal.** This terminal is the most widely presented in the Tolkien's work. The majority of the language elements that represent the ROAD frame structures belong to the physical parameters of the notion ROAD. This terminal contains three related with each other subgroups: Direction, Route, Distance.

Direction is an intensity part of the ROAD. Mostly it is presented by word combinations with preposition *to* and by words defining world sides. It is also closely connected with Route subgroup.

(1) *"My plan was to leave the Shire secretly, and make my way to Rivendell..."* (Tolkien, *Lord of the Rings*).

(2) *...he had made his slow, sneaking way, step by step, mile by mile, south, down at last to the Land of Mordor* (Ibid).

Author's stylistic individuality finds a display in detailed verbal presentation of all components of the road route including:

- sinuosity of the road:

(3) *The road now turned south and went quickly downwards, running out from between the arms of the dale* (Ibid).

- landscape:

(4) *They were now on level ground, and the road after much winding lay straight ahead through grass-land sprinkled with tall trees, outliers of the approaching woods* (Ibid).

Trees and mountains are the most common elements in description of landscape with frequency of use 390 and 284 words.

For clearer image of journey duration the author frequently describe it by simple adjectives like long and short and by number of miles.

Inside Destination terminal the most widely presented is the subgroup with elements of route description. It is quit expected result since the analyzed text is the classical epic novel with detailed description of heroes' way.

**Attendant circumstances as the ROAD frame terminal.** Approximately onr third of the Road frame structures are represented by terminal elements of Attendant circumstances terminal. This terminal covers large spectrum of knowledge and is subdivided into three subgroups: Company, Time, Obstacles.

The first subgroup which belongs to *Attendant circumstances* is presented by expressions of *company* in which the way is overcome.

(5) *The Company was arranged in this way: Aragorn, Frodo, and Sam were in one boat; Boromir, Merry, and Pippin in another; and in the third were Legolas and Gimli, who had now become fast friends* (Ibid).

The next subgroup presents *time* of journey through the road. It is mainly expressed by words and word combinations that mean day parts.

(6) *The light was no longer bright, for the clear morning had faded, and clouds creeping out of the East had now overtaken the sun, as it began to go down (Ibid).*

(7) *Next day, early in the morning, they came down again to the borders of the Road (Ibid).*

The road in the Lord of the Rings is full of obstacles both physical and moral. The most difficult obstacle is the Ring which is the heaviest burden for heroes.

(8) *They went down the slope, and across the stream where it dived under the road, and up the next slope, and up and down another shoulder of the hills; and by that time their cloaks, blankets, water, food, and other gear already seemed a heavy burden (Ibid).*

**Commitment as the ROAD frame terminal.** Commitment terminal contains mental and emotional parameters of the frame ROAD. This terminal includes the description of the aim which is also mental parameter because the aim appears in human's mind. The elements of the Goal subgroup is the most difficult to select; mostly in the Lord of the Ring the theme of Ring destruction is raised.

(9) *“And I suppose I must go alone, if I am to do that and save the Shire.” (Ibid).*

As an important aspect of Tolkien's work is the internal experiencing of heroes, feelings present meaningful part of the Road frame.

(11) *For the moment there was no whispering or movement among the branches; but they all got an uncomfortable feeling that they were being watched with disapproval, deepening to dislike and even enmity. The feeling steadily grew, until they found themselves looking up quickly, or glancing back over their shoulders, as if they expected a sudden blow (Ibid).*

Tolkien's description of feelings has some characteristic feature: negative emotions dominate over positive ones with particular often use of the word *fear*.

Analyses of textual material showed that the verbal base of Destination terminal is the largest one with 45%. Attendant circumstances and Commitment make 31% and 24%. Such distributing testifies that in the representation of the Road the description of physical parameters prevails. It is not a surprise because in such sagas as The Lord of the Rings is the description of process is highly detailed. But the important role plays also elements of feelings presentation which proves that the frame ROAD is complex one and contains both physical and emotional parameters in commensurable shares.

**Conclusions.** The conducted analysis reveals the fact that the frame ROAD in the novel is an artistically reinterpreted complex cognitive structure loaded with the exceptional aesthetic and conceptual value. The language means that represent its terminals participate in the creation of the content-conceptual information of the literary discourse. The treatment of the presented frame structure that unite the elements of the physical world and the world of human feelings, perception and comprehension enables us to reach the complete understanding of author's pragmatics.

#### REFERENCES

1. Гладь С.В. Эмотивность художественного текста: семантико-когнитивный аспект (на материале современной англоязычной прозы): Дис. канд. филолог. наук. – К., 2000. – 223 с.
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – АН СССР, Отделение литературы и языка. – М.: Наука, 1987. – 263 с.
3. Козак С.В. 'ЛЮДИНА і ПРИРОДА' у літературно-художньому дискурсі: досвід фреймового аналізу (на матеріалі романів Е. Штрітматтера і Т. Гарді). – Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.04 – германські мови. – Одеський національний університет імені І.І. Мечникова. – Одеса, 2007.
4. Кубрякова Е.С. Части речи с когнитивной точки зрения. – М.: РАН, 1997. – 331 с.
5. Beaugrande R.A., de, Dressler W.U. Introduction to Text Linguistics. – L.; L.Y.: Longman, 1992. – 270 p.
6. Charniak E.A. Framed Painting: the Representation of a Common sense Knowledge Fragment // Cognitive science. – 1977. – №1. – P. 355-394.
7. Dijk T.A., van. Semantic Macrostructures and Knowledge Frames in Discourse Comprehension // Just M.A., Carpenter P.A. Cognitive Processes in Comprehension. – Hillsdale, 1977. – P. 3-32.
8. Fillmore Ch.J. An Alternative to Checklist Theories of Meaning // Proceedings of the First Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society. – Berkeley, 1975. – P. 123-131.
9. Minsky M. Frame-System Theory // Thinking. – Cambridge: Mass, 1977. – P. 355-376.
10. Shippey T. J.R.R. Tolkien: Author of the Century. – NY: Houghton Mifflin, 2002. – 384 p.
11. Tolkien J.R.R. The Lord of the Rings. – 1954–1955. – Available from: <<http://www.tolkien.ru/texts/eng>>.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Наталія Романишин** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики національного університету «Львівська політехніка».

*Наукові інтереси:* когнітивна лінгвістика, лінгвокультурологія, комунікативна лінгвістика.

## ОБМАН У СИСТЕМІ ВЕРБАЛЬНИХ МАНІПУЛЯТИВНИХ ДІЙ

Ірина РУДИК (Житомир, Україна)

*У статті досліджено співвідношення понять «обман» і «маніпуляція» й визначено обман як одну з форм маніпуляцій переконаннями. Встановлено, що, крім переконань, мішенями маніпулятивного впливу можуть бути бажання й емоції об'єкта впливу. На основі отриманих результатів запропоновано авторське визначення маніпуляції.*

*The paper examines the correlation between the notions of lie and manipulation and defines lie as a form of manipulating beliefs. The article argues that besides beliefs, manipulation can target the addressee's desires and emotions. Based on the results, the author works out her own definition of manipulation.*

Дослідження такої форми мовленнєвого впливу, як маніпуляція, становить актуальний напрямок сучасної лінгвістики, оскільки дозволяє, через розкриття механізмів маніпуляції, оптимізувати процес взаємодії між рівноправними учасниками. Мовленнєве повідомлення, згідно прагматичного підходу до аналізу мовних явищ, є цілеспрямованою дією на співрозмовника, а процес спілкування – обміном діями. Це видно й з самого терміну «мовленнєва **взаємодія** (взаємо-дія)», що означає взаємне докладання зусиль, вкладених у спрямовані один на одного дії (або впливи). Такий підхід робить вплив (і маніпулятивний, і неманіпулятивний) невід'ємним компонентом процесу спілкування. Предметом цього дослідження є вербальні засоби (лексичні одиниці й риторичні прийоми), які застосовуються для маніпулятивних дій над комунікативним партнером. Матеріал для роботи отримано з даних Британського Національного Корпусу (BNC). Метою статті є співставлення понять «обман» і «маніпуляція» задля визначення характеру їх зв'язку, а також для вироблення точного визначення маніпуляції.

Маніпуляція зазвичай отожднюється з обманом. Так, ряд вчених досліджують маніпулятивний потенціал і силу маніпулятивного впливу неправдивих висловлювань (див., напр., [4: 2]).

Інші дослідники, як, наприклад, О.Л. Доценко в монографії «Психологія маніпуляції: феномени, механізми й захист», диференціює між обманом і маніпуляцією: «Наприклад, хто-то спрашиває у нас дорогу на Минск, а мы его направляем ложно на Пинск – это лишь обман. ... манипуляция будет иметь место в том случае, если тот, другой, собирался идти в Минск, а мы сделали так, чтобы он захотел пойти в Пинск. Или он вообще никуда не собирался, но решил сделать что-то благодаря нашему влиянию» [2: 55-56].

Російський політолог С. Г. Кара-Мурза, поділяючи цю думку, розглядає обман як один з важливих прийомів у технології маніпуляції, зазначаючи при цьому, що сам по собі він не має маніпулятивного впливу: «Лисица, выманивая сыр у Вороны, даже не может быть названа обманщицей. Она же не говорит ей: брось, мол, мне сыр, а я тебе брошу сырокопчёной колбасы. Она просит её спеть» [3: 18].

Між тим, при ґрунтовнішому розгляді стають помітні й відмінності двох проаналізованих підходів: якщо для О.Л. Доценко обман – не обов'язково маніпуляція (отже, він або є ширшим поняттям і включає маніпуляцію, або має спільний з маніпуляцією сегмент значення), то для С. Г. Кара-Мурзи маніпуляція – не обов'язково обман. Останній розглядає обман як один із найважливіших прийомів у всій технології маніпуляції, який, однак, сам по собі не здатен на маніпулятивний вплив.

Аналогічно, американський дослідник Р. Ноггл також наводить приклади маніпуляцій, які позбавлені обману. Ось деякі з них:

Випадок 1. Різноманітні добродійні організації часто збирають гроші на достойні проекти, але при цьому «забувають» сказати, що досить значна частина пожертв йде «нагору», в тому числі й на зарплатню адміністраторам та іншим штатним працівникам.

Випадок 2. В трагедії Шекспіра «Отелло» Яго постійно повторює Отелло те, що Отелло сприймає як доказ невірності Дездемони, хоча сам Яго знає, що всі його «докази» – лише маневр.

Випадок 3. Яго грає на злості й ревнощах Отелло; в результаті, коли останній починає вірити в те, що Дездемона зраджує його, в пориві гніву він вбиває її.

Випадок 4. Не кажучи ніякої відвертої неправди, рекламний агент намагається створити враження, що, володіючи машиною певної марки, можна стати втіленням молодості, енергійності й звабливості.

Випадок 5. Сатана спокушає Христа, коли той поститься, нагадуючи Спасителю, що він і каміння може перетворити на хліб.

Випадок 6. Дорослий ображено дується, коли не отримує того, що хоче. Його приятель, який і так знав, що він незадоволений, тепер здається та йде на поступки [9].

Усі ці випадки, хоч і являють собою дуже неоднорідну групу, все ж мають дещо спільне – усі вони є маніпуляціями, починаючи з неприхованої брехні й закінчуючи підбуренням, спокушанням, втиранням в довіру, грою на емоціях, психологічним програмуванням. Їх усі об'єднує метафоричне розуміння маніпуляції як способу поводження з людьми як з об'єктами, речами (*маніпуляція* – від латинського *manus* – рука, в прямому значенні тлумачиться як поводження з об'єктами з певними намірами). Так, за тлумачним словником В. Даля, укладеним у 1881 році, іменник «маніпуляція» має єдине значення: «*маніпуляція* ж. латн. – *приёмы ручные, хватка, сручье; обиходъ*» [1: 297]. Побачивши світ майже через 50 років, у 1949, словник С.І. Ожегова, який був першим однотомним тлумачним словником російської мови, виданим після Великої Жовтневої соціалістичної революції, реєструє вже два значення іменника *маніпуляція*: «*1. Сложный приём, действие над чем-н. при работе ручным способом. 2. перен. Прodelка, махинация (неодобр.)*» [5: 310].

Схоже тлумачення маніпуляції пропонує й Оксфордський словник сучасної англійської мови: *manipulate* – *1. to control or handle sth with skill: manipulate the gears and levers of a machine. 2. (often derog) to control or influence sb/sth by clever or unfair means: As a shrewd politician he knows how to manipulate public opinion* [10: 714].

Цікаво, що маніпуляція в своєму первинному значенні може застосовуватись не лише до механізмів, а й до людських істот. Саме такий підхід лежить в основі науки евгеніки, основні принципи якої було розроблено сером Френсісом Гальтоном, кузеном Чарльза Дарвіна: “Eugenics is the study of the Agencies under social control, that improve or impair the racial qualities of future generations either physically or mentally” [7]. Назву «евгеніка» (від грецьк. *добре народження*) розробив Ф. Гальтон в 1883 році. Провідною ідеєю цієї науки є право (й навіть обов'язок!) певних Агенцій соціального контролю маніпулювати людським «матеріалом» з метою штучного покращення людської раси, абсолютно нехтуючи при цьому особистістю людини.

Іншою сферою застосування поняття маніпуляції в первинному значенні є медицина: *manipulation: 4. Medicine. to examine or treat by skillful use of the hands, as in palpation, reduction of dislocations, or changing the position of a fetus* [6].

В інших випадках поняття маніпуляції, спрямованої на людей, вживають у метафоричному значенні. Це ж стосується і наукового визначення маніпуляції як виду психологічного впливу, майстерне виконання якого призводить до прихованого збудження в іншої людини бажань, не відповідних її актуально існуючим бажанням [2: 58].

Тобто, виходячи з прямого значення маніпуляції, можна метафорично розуміти її як своєрідний контроль над людиною, який здійснюється через вплив на її «важелі». У філософському розумінні, маніпулятор може «задіяти» три основні «важелі»: переконання, бажання й емоції об'єкта маніпуляції [9].

За цією системою обман є маніпуляцією переконаннями, оскільки являє собою спробу переконати адресата в правдивості пропозиції, в яку сам адресант не вірить. За аналогією з розумінням правдивості висловлення Дж. Лакоффа і М. Джонсона, “We understand a sentence as being true when our understanding of the sentence fits our understanding of the situation closely enough” [8: 169], розуміємо висловлення як неправдиве, якщо наше розуміння висловлення не відповідає нашому розумінню ситуації. Так, спробу маніпуляції переконаннями спостерігаємо в наступному прикладі:

*At first he (Golitsin – I.P.) exposed a number of Russian agents and thus established his credentials. But then he embarked on his main thesis, which was that the entire Western intelligence system in Britain, France, Germany and America had been deeply penetrated by the KGB and systematically manipulated with clever disinformation put out by Moscow. According to Golitsin*

*everything the West believed about Russia was wrong and they needed to start all over again with his help and interpretation of the truth* (BNC). – адресата (представників західних спецслужб) намагаються переконати в правдивості пропозиції, в яку сам адресант (Голіцин) не вірить.

Крім обману, до категорії маніпуляції переконаннями відносимо таку форму впливу, як «переключення» уваги адресата на нерелевантну або менш важливу інформацію (як у випадку 1). При цьому нерелевантна інформація може бути цілком правдивою, але при регулярному повторі вона витісняє релевантну. Своєрідним «переключенням» на нерелевантну інформацію вважаємо й маніпулятивне мовчання, або замовчування, про яке йшлося в наших попередніх статтях.

Подібним до попередньої форми є підсилення невірних і безпідставних переконань через висловлення підозр, інсинуацій, навідних питань (які містять потрібний варіант відповіді). Підбір лексичних одиниць з негативною конотацією та використання особливого тону підсилюють потенціал цієї форми (як у випадку 2), оскільки включають ще й маніпуляцію емоціями.

Щодо маніпуляції бажаннями, то вона базується на створенні в адресата ірраціональних, безпідставних бажань, тобто бажань, які не відповідають його поглядам: “Subjectively irrational desires are phenomena in which motivation gets out of line with what one has the best on balance reason to do” [9]. До цієї категорії відносимо, наприклад, застосування реклами, яка формує в нас бажання купувати товари всупереч об’єктивно сформованим і усвідомленим потребам (як у випадку 4).

Спорідненою до зазначеної формою маніпуляції бажаннями є спокушання, яке полягає в спонуканні адресата до виконання дії, яку він вважає неправильною / неоптимальною за даних обставин (як у випадку 5). Спробу маніпуляції бажаннями (або опір їй) спостерігаємо також в наступних прикладах:

*So, Rosie, like a fool I let him manipulate me into working twice as hard as I imagined I would* (BNC). – в адресата викликали бажання працювати, яке, на її думку, було ірраціональним.

*"You are not unwelcome. You are very important." "Rubbish!" She swung to face him angrily, her pale cheeks now flushed to wild apricot, her breasts rising and falling with bottled-in emotion, annoyance, embarrassment and a feeling of having been manipulated into a situation where she had behaved like an ill-bred lunatic* (BNC). – адресата «заманили» в ситуацію, яка стимулювала її діяти ірраціонально.

*South Africa's Truth and Reconciliation Commission said on Thursday that it would not be manipulated into "sniffing out" informers who had once served the apartheid government. " We are determined not to allow this issue to become a political football," Alex Boraine, vice-chairman of Nobel peace laureate Desmond Tutu's commission, said in a statement* (BNC). – в адресата намагаються викликали бажання «рознюхати» будь-які дані про колишніх урядових інформантів.

Останній вид маніпуляції представлений маніпуляцією емоціями, за якої адресату нав'язують неадекватну, безпідставну емоцію (наприклад, гнів чи відчай, як у випадку 3). Розглянемо маніпуляцію емоціями на прикладі з «Отелло» Шекспіра:

*OTHELLO: What hath he said?*

*IAGO: Faith, that he did, – I know not what he did.*

*OTHELLO: What? What?*

*IAGO: Lie, –*

*OTHELLO: With her?*

*IAGO: With her, on her, what you will.*

*OTHELLO: Lie with her! lie on her! – We say lie on her when they belie her. – Lie with her! that's fulsome. – Handkerchief –*

*– confessions – handkerchief! – To confess, and be hanged*

*for his labour, – first, to be hanged, and then to confess. – I*

*tremble at it. Nature would not invest herself in such shadowing*

*passion without some instruction. It is not words that shake me*

*thus: – pish! – noses, ears, and lips. – Is't possible? – Confess, –*

*handkerchief! – O devil! –  
[Falls in a trance.]*

– у процитованому уривку Яго майстерно доводить Отелло до гніву й безтями, хоча ще в попередньому епізоді бачимо останнього лише в сумнівах (які зародилися також не без участі Яго):

*OTHELLO: She is protectress of her honour too:  
May she give that? (Shakespeare, Act IV, Scene 1)*

Якщо маніпуляція бажаннями є типовою для реклами, то маніпуляція емоціями регулярно застосовується в політичній комунікації, де самим лише тоном закликів можна нав'язувати неадекватні емоції багатотисячному колективному адресату. Іншим знаряддям боротьби в арсеналі маніпулятора емоціями є спеціально підібрана лексика з негативною конотацією. Обидва ці засоби, на жаль, перетворюють процес сучасної політичної комунікації на своєрідну антирекламу політичних опонентів.

Крім того, за допомогою емоцій можна привернути увагу адресата до необхідної інформації. Саме на цьому механізмі базується приклад 6, у якому через ображене мовчання й демонстрацію своїх негативних емоцій адресант підкреслює вигідну для себе інформацію.

Таким чином, маніпулятивний вплив на особу здійснюється через контроль її переконань, бажань і емоцій. З цих позицій вважаємо наукове визначення маніпуляції, запропоноване О.Л. Доценко, дещо неповним, оскільки в ньому фігурують лише бажання адресата. В свою чергу, визначаємо **маніпуляцію як вид навмисного й прихованого психологічного впливу, метою якого є збудження в адресата неусвідомлених і безпідставних для нього переконань, бажань і емоцій**. Обман відносимо до категорії маніпуляції переконаннями.

Вважаючи дослідження маніпулятивних вербальних дій актуальним напрямком сучасної лінгвістики, вбачаємо подальші перспективи в порівняльному аналізі особливостей маніпуляції в різних видах дискурсу, зокрема, в міжособистісному й інституційному дискурсі.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: Т. 2. – М.: Русский язык, 1979. – 779 с.
2. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. – 344 с.
3. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо, 2007. – 864 с.
4. Морозова О.І. Лінгвальні аспекти неправди як когнітивно-комунікативного утворення (на матеріалі сучасної англійської мови). – Автореф. дис. ... д. філол. н. – Київ, 2008. – 32 с.
5. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: Русский язык, 1975. – 846 с.
6. Dictionary.com Unabridged. – Random House, Inc. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://dictionary.reference.com/>
7. Introduction to eugenics [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.eugenics-watch.com/intro.html>
8. Lakoff G. and Johnson M. Metaphors we live by. – Chicago, London: The University of Chicago Press, 1980. – 256 p.
9. Noggle R. Manipulative actions: a conceptual and moral analysis// American Philosophical Quarterly. – 1996. – Volume 33, n.1. – P. 43-56. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://find.galegroup.com/ips/start.do?prodId=IPS>
10. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. – Oxford: Oxford University Press, 1998. – 1428 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ірина Рудик** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри міжкультурної комунікації Житомирського державного університету ім. І. Франка.

*Наукові інтереси:* прагматика англійської мови.

## РОЛЬ И МЕСТО АДРЕСАТА В РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

**Елена ФЕДОТОВА (Донецк, Украина)**

*У статті розглянуто комунікативну класифікацію адресата; виокремлено соціолінгвістичний, прагматичний (інтерпретаційний, пресупозитивний) і актокомунікативний підходи до аналізу цього явища. Особливості, що притаманні фактору адресата, розглянуті на основі оцінних речень сучасної англійської мови.*

*The article deals with the communicative classification of the addressee. Sociolinguistic, pragmatic (interpretative, presuppositional) and speech act theory approaches are singled out. The classification is made on the basis of the evaluative sentences.*

Современный этап развития лингвистической науки характеризуется разноаспектным и всесторонним изучением человеческого фактора в языке. Тот факт, что все аспекты

лингвистики: структурный, семантический, прагматический и когнитивный включают в себя вышеуказанное явление, эксплицирует его важность [2; 10; 12: 602-616; 14].

Цель статьи состоит в описании роли и места адресата в речевой коммуникации. Исследование осуществлено на материале оценочных предложений современного английского языка.

Говорящий и адресат прямо и косвенно воздействуют друг на друга. Степень удовлетворительности решения ими коммуникативных задач определяет успех речевой интеракции. Задачи, стоящие перед партнерами речевой интеракции, различны. Говорящий выбирает адекватные формы для достижения коммуникативной цели, регулирует информационный поток, тем самым опосредованно управляет поведением адресата. Задача адресата состоит в адекватной интерпретации полученного сообщения. Степень понимания и приемлемости для адресата высказывания говорящего демонстрируется адресатом в ответном высказывании.

Вопрос о роли фактора адресата [13: 39], о принципе взаимодействия говорящего и адресата в коммуникативном акте не решается однозначно. Представляется возможным выделить социолингвистический, прагматический (интерпретационный, пресуппозиционный) и актокоммуникативный подходы в анализе этих явлений.

Вслед за О.Г. Почепцовым под коммуникативным актом мы понимаем «акт взаимодействия отправителя и получателя, в основе которого лежит сообщение» [11: 5].

Сторонники социолингвистического подхода акцентируют зависимость распределения коммуникативных ролей говорящего и адресата от культуры, верований, обычаев каждой определенной группы людей, экстралингвистической ситуации. Д. Хаймс пришел к выводу, что не во всех культурах коммуникативные роли говорящего и адресата совпадают и, следовательно, категории факторов адресата и говорящего должны быть исследованы в терминах ролевой системы каждой определенной группы носителей языка. Категории Отправителя (говорящего) и Получателя (адресата) по-разному распределяются среди членов определенной группы в зависимости от верований и обычаев [13: 42-95].

В отличие от Д. Хаймса, С. Эрвин-Трипп рассматривает зависимость распределения ролей адресата (получателя) и говорящего (отправителя) между участниками общения от экстралингвистической ситуации [15:336-362]. Роли отправителя и получателя распределяются между участниками коммуникации неравномерно. Распределение ролей зависит от ситуации, общественного статуса участников (пол, возраст, занятие), специфических ролей, характеризующих данную социальную ситуацию (хозяйка-гость, учитель – ученик, покупатель – продавец), их ролей относительно друг друга (наниматель – служащий, муж – жена), от социальной и физической ориентированности коммуникантов по отношению к центру группы, от константы самой личности. Особенно неравномерно распределяется коммуникативная роль адресата. Высказывание, как правило, адресуется лицам, занимающим центральное или близкое к центру положение, обладающим высоким социальным статусом, большим авторитетом, максимальной частотой говорения, наиболее «несогласных», когда желательно согласие [15:336-362].

Прагматический подход в изучении роли фактора адресата в речевом общении связывается с понятием «интерпретатор» [17: 1-59]. При построении высказывания говорящий учитывает способность адресата интерпретировать высказывание. Адресат – это не просто коммуникант, которому непосредственно направлено высказывание, это – интерпретатор сообщения, применяющий правила ведения разговора и опирающийся на соотнесение говорящим используемых им знаков со своим «Я» и на семантику высказывания. В процессе общения осуществляется интерпретация обстоятельств общения, ситуации (включая интерпретацию высказывания) и преобразование ситуации («ход» общения говорящего). Интерпретация осуществляется на фоне информационного запаса, включая коммуникативные знания, в результате чего выявляются схемы прагматических видов интерпретации и возможности их заполнения. Адекватное понимание адресатом смысла высказывания – это не расшифровка замысла, а его интерпретация на основе знаний интерпретатора.



Неоспоримым достоинством сторонников социолингвистического подхода является признание факта влияния культуры, верований, обычаев, экстралингвистической ситуации на распределение коммуникативных ролей между участниками интеракций и их взаимное влияние. Однако тот факт, что говорящий и адресат не просто отражают и передают условия общения в высказываниях, а творчески интерпретируют их, опираясь на свои знания, является недостающим звеном в трактовке факторов адресата и говорящего сторонниками социолингвистического подхода. В.З. Демьянков дополнил положения представителей социолингвистического подхода теорией прагматической интерпретации высказывания. Говорящий и адресат – это не просто «отправитель» и «получатель» информации, а интерпретаторы экстралингвистической ситуации, смысла высказывания. Они удаляют оказавшиеся несостоятельными интерпретации, получая релевантные интерпретации, совершая действия, соответствующие / несоответствующие принятым в каждом определенном обществе правилам общения [7: 368-377].

Модель возможного мира адресата, существующая в сознании говорящего, подсказывает ему конкретные формы лексико-грамматических структур предложений. Рассмотрение взаимодействия возможных миров говорящего и адресата возможно с точки зрения теории пресуппозиций. Личный опыт каждого человека фиксируется в сознании как система пресуппозиций. Возможный мир каждого человека основывается на его собственной системе пресуппозиций, которая, как правило, не совпадает полностью с системами пресуппозиций других людей. В связи с этим говорящий строит гипотезу о возможном мире адресата как определенном наборе пресуппозиций и на основе этого выбирает адекватные формы актуализации предложений. Чем больше у говорящего информации о возможном мире адресата, тем легче проходит актуализация, так как в этом случае она осуществляется на основе пресуппозиций; и наоборот, чем меньше у говорящего информации о степени осведомленности адресата, тем большее количество пресуппозиций приходится погашать, используя при этом максимальное количество вербальных единиц и, следовательно, тем труднее осуществляется актуализация.

При изучении зависимости актуализации предложения от степени осведомленности говорящего о возможном мире адресата выделяются Принцип Презумпции Игнорирования и Принцип Презумпции Знания, которые находятся в отношениях комплементарности [18: 86-99]. Принцип Презумпции Игнорирования заключается в опущении говорящим фактов, известных, по его мнению, адресату. Принцип Презумпции Знания – в сообщении с какой-либо целью фактов, заведомо известных говорящему и адресату. С постоянным учетом адресата связан и психический фон, обуславливающий формирование речи. Учет этот динамичен: говорящий может на время как бы отодвинуть адресата на задний план, однако полное исключение адресата из сознания говорящего становится невозможным благодаря коммуникативной ситуации. Говорящий точно так же может на время забыть о себе, но субъективное начало его сознания берет верх. Таким образом, происходящее в сознании говорящего противоречие между ним и адресатом накладывает отпечаток на степень интеллектуализации, вариативность личной и временной перспектив сообщения, а также на подход к сообщаемому содержанию.

Вышесказанное еще раз подтверждает вывод о том, что поскольку всякий разговор – это не просто схватка, борьба двух умов, а поединок между личностями в целом, то «я» одного коммуниканта всегда стремится восторжествовать над «я» другого коммуниканта [3: 330-331]. Говорящий почти всегда стремится навязать адресату именно субъективную сторону мысли, а не логическое ее содержание, хотя самому говорящему его мысль может представляться объективной. При этом субъективность говорящего и представление о социальной среде адресата мешают говорящему достичь цель.

С точки зрения теории речевых актов говорящий и адресат рассматриваются как абстрактные индивиды, носители определенных психолингвистических и социальных характеристик, которые стремятся к достижению определенной коммуникативной цели с помощью языковых средств. Вследствие этого «адресат, как и говорящий, вступает в коммуникацию не как глобальная личность, а в определенном своем аспекте, амплуа или функции, соответствующим аспекту говорящего» [1: 357]. Функция адресата не сводится к

роли воспринимающего и интерпретирующего сообщение. Оппозиция «говорящий – адресат» органически связана с оппозицией «коммуникативный стимул – ответная реакция» [1: 359], так как целью речевого общения является речевая коммуникация, осуществляемая посредством языка [8: 97].

Способ представленности смысла оценки определенного адресата в лексико-грамматической структуре предложения, а также выбор типа коммуникативного акта определяются не только говорящим, ситуацией общения, но и адресатом: его социальным статусом, полом, возрастом. Оценочное предложение может не называть эти факторы, оно лишь передает представление о них говорящего при оценке адресата. От фактора адресата в немалой степени зависит, каким образом участники коммуникации будут воздействовать друг на друга, осуществлять свои коммуникативные и иллюкутивные цели, эксплицировать и имплицировать свои намерения. «Неотделимость адресата от речевого произведения обусловлена тремя факторами: 1) связью адресата с перлокутивным эффектом; 2) игровым принципом речи, постоянно меняющим местами собеседников и создающим «инвертированного адресата»; 3) принадлежностью речевого акта к сфере межличностных отношений» [1: 361].

Среди лингвистов нет единства мнений в отношении конституента коммуникативного акта (имеются в виду говорящий и адресат) в большей степени влияющего на выбор типа адресата высказывания и способ представленности определенного смысла (в нашем случае оценочного) в лексико-грамматической структуре предложения. Ряд ученых, признавая тесную взаимосвязь деятельности говорящего и адресата в речевой коммуникации, указывают на различие выполняемых ими функций, а также на различную трактовку смысла одного и того же высказывания. Исходя из этого, следует различать два аспекта информации, извлекаемой из сообщения: 1) информация с точки зрения говорящего; 2) информация с точки зрения адресата. При этом в качестве получателей речевых сообщений, содержащих заданную информацию, коммуниканты проявляют обычно более широкую языковую компетенцию и более узкую компетенцию в качестве их отправителей [16: 313].

Изложим доводы лингвистов, считающих из всех антропоконституентов коммуникативного акта наиболее важным адресата. Так, М.М. Бахтин утверждает, что: 1) адресат является основным критерием завершенности высказывания; 2) прагматическая адекватность сообщаемого эксплицируется при «встрече» с «чужим» смыслом: «Смысл потенциально бесконечен, но актуализоваться он может лишь соприкоснувшись с другим (чужим) смыслом, хотя бы с вопросом во внутренней речи понимающего... Актуальный смысл принадлежит не одному, а только двум встретившимся и соприкоснувшимся смыслам» [4: 350].

Инициатор сообщения заранее учитывает мнения адресата и косвенно фиксирует его в лексико-грамматической и семантической структуре предложения. Таким образом, можно сделать вывод, что действия адресата предопределяют действия говорящего, обработка речи происходит под давлением фактора адресата [1:358]. Формула Э. Бенвениста [5: 315] «Я – здесь – сейчас» может быть расширена следующим образом: «1) Я – здесь – сейчас – в обществе адресата», 2) готов ответить на реакцию адресата» [9: 197]. Субъективное авторское сознание формируется под влиянием предполагаемого адресата, что проявляется в нарушении чистоты оппозиции «Я – не Я». Итак, адресат – неотъемлемый компонент речевого акта, без него язык не выполняет коммуникативную функцию, и хотя адресат не участвует в акте номинации, его отношение к говорящему, его возможный мир опосредуются говорящим. Содержательный аспект акта речи, его внешние условия отражает корреляция «говорящий – адресат» [6: 279].

Признавая разные функции говорящего и адресата в коммуникативном акте, мы разделяем точку зрения тех ученых, которые различают роли говорящего и адресата в речевой коммуникации, но в то же время указывают на их тесную взаимосвязь, неразрывность, диалектическое единство. Говорящий и адресат-это равноположенные антропоконституенты коммуникативного акта, и только согласованность параметров этих коммуникантов обеспечивает успешность высказывания, так как речевое общение – это взаимодействие коммуникантов [6: 279] и ответственность за успешность коммуникативного

акта распределяется между говорящим и адресатом, которые являются полярными лицами. полярность лиц- основное условие в языке, по отношению к которому сам процесс коммуникации есть всего лишь прагматическое следствие. Это полярность нигде не имеет аналога вне языка и представляет собой особый тип противопоставления [5: 293].

Для успешного протекания речевой коммуникации необходимо существование определённых противоречий между говорящим и адресатом. Например, противоречие, возникающие у коммуникантов в следствие несовпадения у них объёмов значений коммуникативных и когнитивных средств; противоречие, возникающие вследствие несовпадения у коммуникантов смыслов языковых знаков; противоречие из-за несовпадения у говорящего и адресата фрагментов образа мира, о которых сообщается в высказывании.

Результаты проведённого нами исследования показали, что из двух тысяч языковых фактов, собранных методом сплошной выборки и содержащих оценку всех участников коммуникации в ситуации непосредственного общения, оценка чаще всего даётся адресату (47,6%), реже всего – говорящему (19,5%). Остальные 32,9% приходятся на участников коммуникации – третьих лиц. Этот факт усилил наш интерес к исследованию оценочных предложений, содержащих оценку именно адресата со стороны говорящего в ситуации непосредственного общения. Что же касается выбора нами в качестве объекта оценки именно одушевлённого лица, отметим, что в разнообразии лиц, которое более существенно по сравнению с предметами, нами выявлен ряд закономерности; предмет же в своих разновидностях и проявлениях менее разнообразен, у него меньше особенностей [6: 371] и оценивается он, соответственно, по гораздо меньшему числу параметров, чем лицо.

Изучая языковое поведение участников коммуникации, мы тем самым обращаемся к изучению роли человеческого фактора в языке.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

1. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата // Изв.АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1981. – Т.40. - №4. – С. 356-367.
2. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки славянской культуры. – 1999. – 896с.
3. Балли Ш. Французская стилистика. – М.: Иностр. лит-ра, 1961. – 394с.
4. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 423с.
5. Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М.: Прогресс, 1974. – 447с.
6. Гак В.Г. К типологии лингвистических номинаций // Языковая номинация: общие вопросы. – М.: Наука, 1977. – С. 230-293.
7. Демьянков В.З. Прагматические основы интерпретации высказывания // Изв. АН СССР. Сер. Лит и яз. – 1981. – Т. 40. – № 4. – С. 368-377.
8. Кацнельсон С.Д. Типология языка и речевое мышление. – Л.: Наука, 1972. – 216с.
9. Ляпон М.В. Смысловая структура сложного предложения и текст. К типологии внутритекстовых отношений. – М.: Наука, 1986. – 151с.
10. Петрова Л.А. Лингвокогнитивные основы художественной картины мира: Монография. – Симферополь: ОАО «СГТ», 2006. – 284 с.
11. Почепцов О.Г. Основы прагматического описания предложения. – Киев: Вища школа, 1986. – 116с.
12. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – С. 602-616.
13. Хаймс Д.Х. Этнография речи // Новое в лингвистике. – М., 1975. – Вып.7: Социолингвистика. – 1975. – С.42-95.
14. Чурилина Л.Н. Антропоцентризм художественного текста как принцип организации его лексической структуры: 10.02.01 – русский язык. / Российский гос. пед. ун-т им. А.И. Герцена. – Автореф. дис... докт. филол. наук. – СПб, 2003. – 39с.
15. Эрвин – Трипп С.М. Язык. Тема. Слушатель. Анализ взаимодействия // Новое в лингвистике. – М., 1975. – Вып. 7: Социолингвистика. – С. 336 – 362.
16. Якобсон Р. Избранные работы. – М.: Прогресс, 1985. – 455с.
17. Morris Ch.W. Foundations of the Theory of Signs // International Encyclopedia of Unified Science. – Chicago, 1938. – Vol. 1. № 2. – P. 1-59.
18. Strawson P.F. Identifying Reference and Truth Values // Semantics. - Cambridge, 1971. – P. 86-99.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Олена Федотова** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов Донецького юридичного інституту.  
*Наукові інтереси:* семантика і прагматика речення і тексту, стилістика англійської мови, історія англійської мови.

## **СЕМІОТИКА ДІЙНОСТІ НА ТЛІ НОВИХ УЯВЛЕНЬ ПРО ПРИРОДУ СВІТОУСТРОЮ (на матеріалі англomовного дискурсу)**

**Олександр ШЕВЧЕНКО (Запоріжжя, Україна)**

*У статті розглянуто теоретичні підстави для переосмислення методологічних принципів дослідження телеологічно обумовлених особливостей розгортання семантичних процесів у англomовному дискурсі. Подано опис чинників, які обумовлюють актуальність і доцільність вивчення реальності як семіотичного феномену на тлі здобутих нових знань про світ.*

*The theoretical bases for rethinking of methodological principles of investigation of teleologically determined peculiarities of semantic processes unfolding in English discourse are in the focus of this paper. This critique is the overview of the factors, stipulating the importance and expedience of study of reality as a semiotic phenomenon against the background of the latest findings about the world.*

Кожній людині знайоме на першій погляд безпідставне і безпричинне, але, зазвичай, незрадливе відчуття нечітко усвідомлюваної довіри сказаному, або, навпаки, невпевненості щодо переконливості, істинності, доцільності печатного слова або слова співрозмовника. Здавалося б, все так – і лексика підібрана, і стиль, і факти не перекручені, проте ми **відчуваємо**, що за правильною лексико-граматичною структурою криється, ще щось, що примушує нас не приймати змістовні характеристики повідомлення за чисту монету. Те “щось” – це сприймана нами **дійсність як знакове явище**, як семіотичний простір, що виконує функції знака-посередника, який підтримує, підсилює, пом’якшує або нівелює зміст, виражений словесно.

Зрозуміла річ, це дещо спрощене уявлення про надзвичайно складний феномен смислу. Сподіваємося, що запропонована стаття, предметом обговорення в якій є зазначені вище проблеми, буде сприяти осягненню більш глибокої сутності семантичних процесів на матеріалі англomовного дискурсу. Метою даної статті є наукове осмислення методології дослідження когнітивно-семіотичних і психолінгвістичних основ смислоутворення у англomовному дискурсі через призму новітніх уявлень про світ. Проблема розглядається в межах антропоцентричної парадигми. Необхідність комплексного підходу до вивчення проблеми смислу у дискурсі обумовлена онтологічною специфікою предмета дослідження.

Ми живемо у світі знаків. Наше буття просякнуте знаками: ми осягаємо світ за допомогою знаків, спілкуємося, використовуємо знаки, власне сама дійсність і людина в ній – є знаками. Вся сукупність знакових систем являє собою фундаментальну тканину людського буття. Деякі вчені вважають, що семіотика як наука про знаки і їх функціонування заслуговує на те, щоб посідати центральне місце серед наукових дисциплін. Це пояснюється тим, що семіотика слугує проміжною ланкою між науками, зокрема між дисциплінами філософського і психологічного плану [Див., наприклад, 9; 20: 1]. Проте зі стрімким розширенням кордонів пізнання навколишнього світу стає очевидним, що усю глибину і життєву значущість семіотичної взаємодії між об’єктами реальності ми ще до кінця не усвідомлюємо.

Сучасна фундаментальна наука з різних причин нехтує певними фактами і явищами, які важко піддаються науковому поясненню і які не відповідають відомим законам нашого матеріального світу. Але після череди відкриттів на початку ХХІ століття (наприклад, вияв так званої “темної речовини” (dark matter) як нематеріальної складової Всесвіту), здається, що для людства настав час переглянути звичні, усталені уявлення про принципи фундаментальної взаємодії (включно з комунікативною) між об’єктами і явищами навколишнього світу. Результати досліджень засвідчують, що Всесвіт пронизує неймовірна сила, енергія якої (в одиницях маси) у багато разів перевищує масу усіх наявних у Всесвіті матеріальних об’єктів. Даний факт спонукає до висновків про те, що світ більш нематеріальний, ніж матеріальний: “Всесвіт матеріальний усього лише на 4%, а решта 96% припадають на приховану масу й ще не знати на що, наразі умовно назване темною енергією. ...Виявлення “темної енергії” – найбільше досягнення науки, оскільки це відкриття саме собою вже ніби легалізує наукове вивчення явищ, у яких немає матеріального носія” [8; див. також 18: 11, 24; 19: 76; 17: 72].

Явища, про які йшла мова вище, у фундаментальній квантовій теорії світоустрою тлумачать як вияв нелінійно організованих (decoherent) структур, аналіз яких потребує залучення так званих “прихованих змінних” (hidden variables), а відтак – принципово відмінної методології, зокрема імовірнісних принципів дослідження, які ґрунтуються на аналізі каузальних, комплементарних, модальних (з точки зору можливостей і неймовірностей) аспектів феномену, що вивчається [16: 52, 207; див. також 14: 240 – 245].

З першого погляду може видатися незабгагненим зв'язок між лінгвістичною проблематикою і суто фізичними феноменами вселенського масштабу, якими пристало перейматися природничим та точним наукам, зокрема квантовій механіці. Безперечно, спеціалісти із природничих наук можуть сперечатися стосовно певних технічних тонкощів зазначеного феномену. Для гуманітаріїв же предметом дискусій може бути питання методологічної релевантності для лінгвістичних досліджень ще до кінця непізнаного явища взагалі, або ж стосовно меж залучення явищ природи, не даних у відчуттях, у сферу лінгвістики. Проте, на нашу думку, мовознавцям слід зважити на тектонічні зрушення у царині базових світоглядних переконань людства з декількох причин.

**По-перше**, людство є соматичною складовою Всесвіту. Відтак, все, що стосується ключових принципів буття – стосується людини, зокрема в антропоцентричній науковій парадигмі. До того ж, і сама людина, виходячи з принципів органіцизму та фрактальності, є відображенням властивостей Всесвіту, можливо, у тім же співвідношенні матеріального і нематеріального (духовного). Причому людина як “індивідуальне існування” неявно репрезентує усю сферу свого буття, “будучи неповторним її варіантом” [4: 5].

**По-друге**, у постіндустріальну епоху у науковий загал прийшло усвідомлення важливості врахування життєвого досвіду, мудрості, споглядання, що відповідає принципу **кордоцентричності**, який ґрунтується на “осягненні істини не розумом, а серцем – джерелом почуттів і моральності, витоком духовності” [10: 237]. Тобто у пошуках смислу значущість здобувають такі аспекти буття, які здебільшого належать до царини інтуїтивного пізнання і базуються на глибинних шарах свідомості, що охоплюють неявно виражені, нечіткі, розмиті вияви дійсності, адекватне осмислення яких залежить не стільки від інтелектуального потенціалу, скільки від психічних, або навіть духовних властивостей людини.

**По-третє**, лінгвісти, а точніше – психолінгвісти, ще в минулому столітті усвідомили невіддільність від мовлення таких “нематеріалізованих” психологічних чинників смислоутворення, як інтуїція, уявлення, аперцепція, асоціація і т.д., які зосереджені на перцептивно-образному аспекті смислу і які стають ще більш актуальними у світлі відкриттів останнього часу.

**По-четверте**, у даному контексті комунікація, зокрема смислоутворення у дискурсі, потребує подальшого дослідження з урахуванням нематеріальних (неявних, прихованих, неочевидних) складових дійсності через аналіз їх опосередкованого, нечіткого комунікативно релевантного знакового вияву. Це обумовлено тим, що врахування лише матеріально вираженого (словесно об'єктивованого) значення прирікає мовця на сприйняття лише обмеженої, або навіть мізерної частки всього обсягу інформації, потрібної для адекватного осягнення сукупного смислу висловлення. Актуальність зазначених розвідок також зумовлена загальною тенденцією у сучасній науковій парадигмі до переходу від вивчення чітко структурованих систем до дифузних, слабоструктурованих комплексів із розмитими межами і слабо- або неявно вираженими відносинами між структурними компонентами. Окрім того, дослідження змістовних характеристик дискурсу через призму семіотичних виявів дійсності є актуальним, виходячи з того, що “феноменологічна сутність об'єктів мистецького зображення” (до яких ми відносимо дискурс як відображення дійсності) “становить перспективний напрям наукових досліджень” [11: 3].

Відкриття нових граней дійсності вимагає від дослідників також зміни фокусів і акцентів у науковому спогляданні реальності, застосування нових методологій, пошуку нових підходів, до яких, поміж інших, належать антропоцентричний, холістичний, імовірнісний, феноменологічний, діяльнісний, телеологічний підходи.

Осмилення, концептуалізація, означення складових дійсності у перебігу дискурсії і наділення їх смислом є динамічним процесом. Цей динамізм деякі вчені пояснюють наявністю аналогій між принципами організації феноменального (перцептивного) поля і фізичних полів – гравітаційного, електромагнітного і т.д. Тобто, теоретично до аналізу сприйняття дійсності можуть бути застосовними фізичні закони, оскільки вияв зовнішніх по відношенню до змісту сприйняття сил перцептивного поля, які “породжують, підтримують, відновлюють і руйнують гештальти”, є часто “непередбачуваним, але завжди закономірним” [2: 27].

Видатний психолог Р. Арнхейм висловлює припущення, що при візуальному сприйнятті дійсності виявляються певні сили притягання між об’єктами, що попадають у поле зору. Він доходить висновку, що при сприйнятті “...силам тяжіння притаманні напрямок, інтенсивність і точка їх прикладання, то до них можуть бути застосовані закони, котрі відкриті вченими для фізичних сил” [1: 28]. Окрім того, “...бачення як відображення фізичних процесів у свідомості, підкоряється тим же самим законам організації, що і об’єкти природи” [1: 77]. Додамо, що чинником, який узгоджує різновекторну гру сил перцептивного поля відображеної дійсності у дискурсі, ми вважаємо *телеологічну* ( або, вужче, мотиваційну) складову мовленнєвої діяльності.

Окремі атрибути реальності лежать за межами сенсорно-перцептивних здібностей людини, проте вони впливають на її буття і можуть бути досягнені через посередництво гіпотетико-дедуктивних методів чи імовірно. З розширенням горизонтів пізнання світу потрібно усвідомити об’єктивну неминучість застосування імовірнісних принципів дослідження, що ґрунтуються на нечітких базах даних і на здатностях людини до логічних суджень і аперцептивних властивостях сприйняття.

Останні розвідки стосовно матеріальної субстанції Всесвіту пов’язані з визнанням існування тіл і антитіл, видимої і невидимої речовини або чорної матерії (dark matter), яка, хоч і не сприймається нашими почуттями, безпосередньо впливає на життєдіяльність, буття людини, і, вочевидь, на *інформаційний обмін* (зокрема у перебігу комунікативної взаємодії) в межах універсуму, оскільки, згідно з висунутими гіпотезами, невидима речовина слугує остовом, каркасом (scaffold) світоустрою [17: 72].

*Дійсність* являє собою надзвичайно складну і емну основоположну філософську категорію. Оскільки у коло завдань нашої роботи не входить фундаментальний аналіз філософських основ цього поняття, терміни “дійсність”, “реальність”, “середовище”, “навколишній світ”, “універсум” нами використовуються як близькі за значенням, хоча ми усвідомлюємо наявність відмінностей у їх змістовному наповненні. У нашому дослідженні ми оперуємо поняттям “дійсність” у визначенні видатного філософа С.Л. Франка, роботи якого передбачали сучасне сприйняття фундаментальною наукою певних теологічних доктрин у намаганні наблизитись до досягнення першопричин і смислів буття. Відтак, за С.Л. Франком, об’єктивна дійсність є “зв’язним розмаїттям певних “речей” або конкретних реальностей, яким притаманні різноманітні властивості – не має значення, “емпіричні” чи “ідеальні” – і котрі перебувають у різного роду відношеннях... Проте ми можемо мислити об’єктивну дійсність як певне світове буття, що виходить за межі “природного світу”. Об’єктивна дійсність, окрім своєї чуттєво і наочно даної області, може включати в себе і область невидимого” [13: 17].

Потрібно зазначити, що Л.С. Франк розмежовує дійсність і реальність. Їх протиставлення Л.С. Франком як видового і родового понять для нас не є принциповим, оскільки обидва включають “ідеальні” явища, не дані у відчуттях, які можуть бути об’єктом інтуїтивного пізнання. Окрім того, у С.Л. Франка поняття “реальність”, будучи насиченим духовним смислом, має підкреслено теологічне забарвлення. Принагідно зазначимо, що Г.В.Ф. Гегель не наголошував на антиномічності реальності і дійсності і використовував словосполучення “реальна дійсність” як цілком припустиме [3: 192].

Мовленнєва поведінка і мовленнєвотворчий процес як складові когнітивної діяльності людини у семантичному просторі буття належать до розряду надзвичайно складних мовних і психокогнітивних феноменів, що залучають розмаїття розмитих чинників, які навряд чи можливо дослідити, застосовуючи традиційні системоцентричні методи або виключно

принципи формальної логіки. На нашу думку, до таких явищ (зокрема до дослідження актуалізації неявних смислів у дискурсі) у сучасній науковій парадигмі, збагаченій результатами наукових розвідок у сфері фундаментальних основ буття, може бути доцільним застосування методології, здатної до узагальненого зведення різномірних нечітких параметрів у цілісний і динамічний теоретичний конструкт. На нашу думку, таким вимогам відповідає імовірнісна методологія (теорія імовірностей, нечітка логіка, теорія нечітких множин), що зосереджена на вирішенні теоретичних проблем на основі нечітких баз даних.

Проблема смислоутворення нами розглядається на дискурсивному рівні. Дискурс – одне з центральних понять антропоорієнтованих мовознавчих розвідок. За визначенням О.О. Кибрика дискурс являє собою “єдність двох сутностей” – процесу мовної комунікації і її результату, тобто тексту. Це дозволяє вивчати дискурс “як процес, що розгортається у часі, і як структурний об’єкт” [5: 4]. Таке розуміння дискурсу надає лінгвістам можливість розглядати його, з одного боку, як знакове утворення зі складовими, що сукцесивно розвиваються і в той же час як структурований, семантично організований простір, що має властивості симультанної смислової взаємодії складових [Див. 12: 227]. Саме симультанність і динамізм семантичних процесів при сприйнятті тексту як знакового утворення роблять дискурс живим організмом на відміну від статичного тексту.

Дискурсивний семіозис ми розуміємо як процес, у якому предмет, жива істота або явище текстуально відображеної (художньої) дійсності функціонують як знак. Проте у дискурсивній площині, враховуючи фактор адресата, дискурсивний семіозис набуває додаткових властивостей, оскільки у перебігу дискурсії він значною мірою базується на вторинній семіотизації або *ресеміотизації* відображеної дійсності адресатом/читачем (інтерпретації інтерпретованого автором світу). А відтак, образи, котрі зазвичай не є знаками [Див. 6: 234], тобто образи свідомості автора тексту, здобувають у дискурсі семіотичну функцію – стають знаками як складові художньої дійсності і як об’єкти осмислення адресатом/читачем.

Природно, що у дослідженні, присвяченому вивченню дискурсивного смислоутворення через *осягнення семіотичної функції навколишнього світу*, основна увага має бути зосереджена на виявленні лігвальних, когнітивно-семіотичних і психолінгвістичних (зокрема перцептивно-образних) особливостей актуалізації семантичного потенціалу дискурсу, включно з його глибинними, латентними, неявними смисловими параметрами.

За результатами наших досліджень, матеріальною маніфестацією когнітивно-семіотичного структурування дійсності виступають дифузні і рухомі утворення – *конфігурації семіотичних елементів* [15: 115]. Вони являють собою телеологічно обумовлену відкриту систему, динамічну, організовану за принципами кореляції множини семіотичних одиниць. Ми вважаємо, що сукупність семіотизованих складових дійсності з їх релятивними смисловими зв’язками і у їх символічній іпостасі здобуває статус *символічної реальності*. Вона, будучи цілісною символічною структурою, і як будь-який символ виступає втіленням “пошуків *поза межами фізичного світу*..., імпліцитно несе інформацію про асоціативні зв’язки між предметами реальності й культурною їх актуалізацією у вигляді символічних систем” [7: 195, 196]. Принагідно зазначимо, що, на нашу думку, дійсність набуває символічності і здобуває статус знакового феномену не стільки за рахунок окремих символів як самодостатніх знакових одиниць, а радше завдяки утворенню у свідомості мовної особистості *системи смислових зв’язків* між семіотизованими предметами і явищами навколишнього світу, які агрегуються у семіотичні конфігурації у вигляді нечітких множин.

Ми вважаємо певну аналогію між аналізом нечітких множин семіотичних елементів, що репрезентують дійсність, і осмисленням (вужче, означенням або семіотизацією) відображеної у тексті дійсності. Якщо при сприйнятті реальної дійсності висувається перцептивна гіпотеза, то при сприйнятті тексту (відповідно до принципу міметичності) реципієнтом-адресатом висувається гіпотеза стосовно імовірного текстового концепту або концептуального змісту фрагментів тексту.

Таким чином, ми вважаємо, що з розширенням кордонів пізнання і виникненням нових уявлень про дійсність у нас з’являються підстави для висунення лінгвістично релевантних

гіпотетичних припущень щодо існування ще не пізнаних психокогнітивних і мовленнєвотворчих механізмів осягнення як реальної так і дискурсивно відображеної дійсності. У цьому контексті важливо підкреслити доцільність і нагальність дослідження семіотичних процесів, що корелюються з тими аспектами реальності, які не дані людині у відчуттях, проте є іманентними складовими смислоутворення. Безумовно, висунуті гіпотетичні міркування потребують подальшого теоретичного обґрунтування і емпіричного забезпечення. Зазначені проблеми можуть бути предметом подальших лінгвістичних розвідок.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм; [общ. ред. и вступ. статья В.П. Шестакова; сокращенный перевод с английского В.Н. Самохина]. – М.: Прогресс, 1974. – 392 с.: ил.
2. Барабанщиков В.А. Психология восприятия: Организация и развитие перцептивного процесса / В.А. Барабанщиков. – М.: Когито-Центр; Высшая школа психологии, 2006. – 240 с. – (Университетское психологическое образование).
3. Гегель Г. В. Ф. Наука логики: В 3-х томах / Г.В.Ф. Гегель. Т. 2. Учение о сущности; [перевод Б.Г. Столпнера / отв. ред. М.М. Розенталь]. – М.: "Мысль", 1971. – 248 с. – (АН СССР. Ин-т философии. Философское наследие).
4. Гнатюк Л.В. Человек и его деятельность: Опыт философии органицизма: Монография / Л.В. Гнатюк. – Сумы: ИТД "Университетская книга", 2006. – Ч. 1. – 399 с.
5. Кибрик А.А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов / А.А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 2009. – С. 3 – 21.
6. Лозова О.М. Психосемантика етнічної свідомості / О.М. Лозова. – К.: "Освіта України", 2007. – 402 с.
7. Мирошниченко В.В. Авторська концепція художнього твору: онтогенез і експансія (на матеріалі англійської та французької українки). – Запоріжжя: ЗДУ, 2003. – 283 с.
8. Пугач О. Чи вилікований дальтонізм науки? / О. Пугач // Дзеркало тижня, 2009. – № 38.
9. Резников Л.О. Гносеологические вопросы семиотики / Л.О. Резников. – Л.: ЛГУ, 1964. – 304 с.
10. Селіванова О.О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти): Монографія / О.О. Селіванова. – К. – Черкаси: Брама, 2004. – 276 с.
11. Семенець О. Теорія твору: феноменологічні та герменевтичні аспекти / О. Семенець // Наукові записки. – Випуск 75(3). – Серія: Філологічні науки (мовознавство): У 5 ч. / [відп. ред. В. Ожоган]. – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2008. – С. 3 – 7.
12. Топоров В.Н. Пространство и текст / В.Н. Топоров // Текст: семантика и структура: [сб. ст. / отв. ред. Т.В. Цивьян]. – М.: Наука, 1983. – С. 227 – 285.
13. Франк С. Реальность и человек: Метафизика человеческого бытия / С. Франк. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2007. – 382, [2] с. – (Философия. Психология).
14. Цехмистро И.З. Холистическая философия науки: Учебное пособие / И.З. Цехмистро. – Сумы: ИТД "Университетская книга", 2002. – 364 с.
15. Шевченко О.І. Телеологічні чинники концептуально-семіотичного структурування простору (на матеріалі англійського публіцистичного дискурсу) / О.І. Шевченко // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство / [гол. ред. Г.Л. Аркушин]. – Луцьк: "Вежа", 2009. – Вип. 5. – С. 113 – 117.
16. Bub J. Interpreting the quantum world / Jeffrey Bub. – London, Cambridge: Cambridge University Press, 2000. – 290 p.: ill.
17. Ethereal wisps. Another possible glimpse of dark matter // The Economist, April 4th 2009. – P. 72.
18. Goswami A., Reed R.E., Goswami M. The self-aware universe: how consciousness creates the material world / A. Goswami, R.E. Reed, M. Goswami. – New York: Putnam's Sons, 1993. – 319 p.
19. I'm not looking, honest! // The Economist, March 7th 2009. – P. 76.
20. Kyong Liong Kim. Caged in our own signs: a book about semiotics / Liong Kim Kyong. – Norwood, New York: Ablex Publishing Corporation, 1996. – 242 p.: ill. – (Advances in discourse processes, v. 55).

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Олександр Шевченко** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови факультету іноземної філології Запорізького національного університету.

*Наукові інтереси:* когнітивна лінгвістика, семіотика, дискурсологія.

## ТИПИ КОМУНІКАТИВНОЇ КООРДИНАЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ДІЛОВОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

**Ольга ЯШЕНКОВА (Київ, Україна)**

*У статті розглянуто комунікативну координацію як універсальну категорію діалогічного дискурсу, описано специфіку її реалізації в англійських ділових розмовах, що характеризуються різним ступенем інтерактивної ефективності.*

*The article considers communicative coordination as a universal category of the dialogue discourse, describes its specifics in the English business conversations, which are characterized by a different degree of interactive effectiveness.*

Комунікативна координація як універсальна категорія діалогічного дискурсу, що знаходить мовне вираження в тексті діалогу [1: 365], полягає в узгодженості мовленнєвої поведінки комунікантів і забезпечує нормальний хід діалогу. Комунікативна координація



притаманна діалогу в будь-якій сфері спілкування, тому ця категорія потрапляє в центр уваги сучасних лінгвістів, які досліджують різні моделі мовленнєвої поведінки співрозмовників у діалозі [див. праці Борисової І.М., Воронцової Т.О., Колокольцевої Т.М., Попової Т.І та ін.]. Складна природа та багатоаспектність комунікативної координації дозволяє розглядати її з позицій унісонного/дисонансного реагування в діалозі, толерантного/нетолерантного спілкування, гармонійної/негармонійної чи деструктивної мовленнєвої поведінки; виокремлювати рівні, типи, засоби комунікативної координації залежно від типу дискурсу та мовленнєвого жанру [1; 3; 4; 5; 6].

Метою даної статті є виділити та описати типи координації мовленнєвої поведінки співрозмовників в англійському діловому діалогічному дискурсі (ДДД). Актуальність статті визначається недослідженістю специфіки реалізації комунікативної координації у ДДД, що є різновидом професійного дискурсу, соціально-спрямованим типом комунікативної діяльності, усною мовленнєвою взаємодією комунікантів у сфері бізнесу та управління, що регулюється стратегіями і тактиками; є синтезом когнітивних, лінгвістичних і екстралінгвістичних факторів, що залежать від тематики ділового спілкування; має своїм результатом формування мовленнєвих жанрів [2; 9]. Під час такої взаємодії відбувається не лише сприйняття та розуміння партнера по комунікації, але й достатньо відчутний вплив одного співрозмовника на іншого з метою досягнення певного результату. Взаємозалежність учасників ДДД як при досягненні кінцевого результату, так і при реалізації особистих намірів, змушує їх прагнути продуктивного співробітництва, що ґрунтується, насамперед, на координації їхньої мовленнєвої поведінки.

Комунікативну координацію (КК) формує сукупність різних аспектів взаємної орієнтації мовленнєвої поведінки, зокрема:

- узгодженість комунікативних інтенцій в інтеракції (напр., питання – відповідь/відмова відповідати, прохання – згода/незгода виконати прохання розцінюються як узгоджені інтенції);

- кооперативність мовленнєвої поведінки (напр., питання – відмова відповісти/мовчання, прохання – відмова виконати його розцінюються як некооперативна поведінка);

- солідарність модально-оцінних смислів, що приписуються мовленнєвим актам (МА) в інтеракції (розбіжність оцінок одного предмету мовлення розцінюється як несолідарна реакція);

- унісонність тональності спілкування (неузгодженість тонального забарвлення МА комунікантів (напр., жартома – всерйоз, радісно – засмучено) розцінюється як комунікативно-модальний дисонанс);

- симетричність комунікативної активності, що виявляється у взаємній підтримці комунікативних ініціатив (пасивність учасників спілкування у пропозиції, підтримці та розробці тем, відсутність комунікативної ініціативи та небажання здійснювати комунікативний хід розцінюються як комунікативна незацікавленість);

- оцінка комунікативного результату, ефективності спілкування в аспекті його особистісної та міжособистісної значущості для комунікантів. Оцінка варіюється в діапазоні позитивний результат – нейтральний результат – негативний результат; при цьому комунікативний результат може бути модальним, інформативним, практичним (напр., етикетна розмова сусідів може характеризуватися нульовим інформативним і практичним, проте позитивним модальним результатом) [1: 366-367].

Аналіз мовного матеріалу свідчить про різний ступінь узгодженості мовленнєвої поведінки співрозмовників, що дозволяє виокремлювати різні типи КК з урахування вище згаданих параметрів. І.М. Борисова пропонує розрізняти чотири типи КК, що покривають увесь простір діалогічного мовлення: консентну, конформну, полемічну та конфліктну [1: 368-382].

Розглянемо, як реалізується той чи інший тип КК в англійських ділових розмовах начальника з підлеглим.

(1) The foreman turned. He watched the approaching stocky figure of the assistant plant manager.

“What was it, Frank?”

“This, Matt.” Parkland held up the twisted bolt.

“Deliberate?”

“I’m finding out.” His tone said: *Let me do it my way!*

“Okay.” Zaleski’s eyes moved coolly over Rollie Knight. “But if it’s sabotage, we throw the book. The union’ll back us up; you know that. Let me have a report, Frank.” He nodded and moved on [10: 231].

Розмова (1) є типовим прикладом реалізації *консенсної КК*, що характеризується:

– узгодженістю комунікативних інтенцій та кооперативністю мовленнєвої поведінки (питання породжує відповідь, репрезентатив – схвалення, директив – відсутність заперечень);

– повною солідарністю модально-оцінних смислів МА та унісонною тональністю спілкування (обидва співрозмовники мають негативне ставлення до інциденту на виробництві, проте зберігають холонокровність);

– зацікавленістю у продовженні контакту та активністю у взаємній підтримці комунікативних ініціатив (обидва комуніканти хочуть розібратися в інциденті);

– позитивним, гармонійним результатом (обидва співрозмовники досягають своїх цілей, демонструючи повне розуміння один одного: заступник директора заводу успішно реалізує своє розпорядження з’ясувати всі обставини інциденту, майстер отримує дозвіл провести своє розслідування).

Отже, розмову (1), що демонструє найвищий ступінь комунікативної координації – узгодженість мовленнєвої поведінки співрозмовників по всім параметрам, можна віднести до гармонійного діалогу [4: 161; 5: 59-60].

(2) He held out the offending bolt. “Did you know what this would do?”

Rollie looked up at Parkland, towering over him. Normally he would have glared back hate, but was too tired even for that. He shook his head.

“You know now.”

Remembering the shouts, activity, siren, flashing lights, Rollie could not resist a grin. “Yeah, man!”

“Did somebody tell you to do it?”

He was aware of faces watching from the line, no longer smiling.

The foreman demanded, “Well, who was it?”

Rollie stayed mute.

“Was it the one who accused you?”

The worker with the Afro hairdo was bent over, decking another engine.

Rollie shook his head. Given the chance, there were debts he would pay back. But this was not the way.

“All right,” Parkland said. “I don’t know why I’m doing this, but I think you got suckered, though maybe I’m the sucker now.” The foreman glared, begrudging his own concession. “What happened’ll go on the record as an accident. But you’re being watched; remember that.” He added brusquely. “Get back to work!”

Rollie, to his great surprise, ended the shift fitting pads under instrument panels [10: 231-232].

Розмова (2) характеризується:

– узгодженістю комунікативних інтенцій в інтеракції (питання породжують вербальні та невербальні (похитування головою на знак заперечення) відповіді, а також відмову відповідати у формі мовчання; директив стимулює здійснення каузованої дії);

– незначним відхиленням від кооперативності мовленнєвої поведінки (начальник отримує відповіді на свої питання, крім одного, що стосується імені підбурювача; на вимогу начальника підлеглий негайно стає до роботи);

– відсутністю демонстрації оцінної солідарності (співрозмовники дещо по-різному оцінюють інцидент на виробництві: на відміну від майстра, робітник не зовсім усвідомлює негативні наслідки зупинки конвеєра);

– нейтральною, з незначними відхиленнями від унісонної тональності спілкування (обидва співрозмовники добре контролюють свої емоції, тільки один раз підлеглий не

стримав усмішку, а начальник дещо втратив самовладання, про що свідчить його різкий тон наприкінці розмови);

– невисокою зацікавленістю одного з комунікантів у продовженні контакту, його комунікативною пасивністю, відсутністю ініціативи (комунікативна ініціатива належить начальнику, який ініціює розмову та робить максимальний вклад у розвиток діалогу; пасивну роль виконує підлеглий, який не бажає брати участь у розмові, проте змушений підкоритися начальнику, що зумовлено нижчим соціальним статусом першого);

– не зовсім гармонійним результатом спілкування (співрозмовники досягають деякого порозуміння: робітник починає усвідомлювати свою провину; разом з цим начальник реалізує поставлені цілі неповною мірою, оскільки не зміг дізнатися про підбурювача).

Отже, розмову (2) можна розглядати як ілюстрацію *консентної* КК, що передбачає підпорядкування одного співрозмовника іншому та припускає деяку неузгодженість їхньої мовленнєвої поведінки.

(3) There was one thing she had to make clear to him.

“You will be president of the company,” she had said, “but the voting control of the stock will remain in my hands.”

Rhys had frowned. “If I’m running the company – ”

“You will be,” Elizabeth had assured him.

“But the controlling stock –”

“Stays in my hands. I want to make sure that it can’t be sold.”

She could sense his disapproval. She had wanted to tell him that she had reached a decision. She had decided that the company should go public, that the members of the board should be able to sell their shares. With Rhys as president, Elizabeth would no longer have any fears about strangers coming in and taking over. Rhys would be strong enough to handle them. But Elizabeth could not let that happen until she found out who was trying to destroy the company. She had wanted desperately to tell Rhys all these things, but she knew that now was not the time, and so all she said was “Other than that, you’ll have complete control” [11: 391].

У розмові (3) знаходить відображення *полемічна* КК, що характеризується:

– узгодженістю комунікативних інтенцій в інтеракції (комісиви та репрезентативи породжують репрезентативи);

– послабленою кооперативністю мовленнєвої поведінки (адресат реагує на комісиви та репрезентативи адресанта частковою згодою та запереченнями);

– відсутністю солідарності модально-оцінних смислів (співрозмовники мають протилежні думки стосовно питання, що обговорюється);

– нейтральною, з незначним відхиленням від унісонної тональністю спілкування (обидва комуніканти добре контролюють свої емоції, один єдиний раз адресату (Rhys) не вдалося приховати своє роздратування, про що свідчать його насуplied брові);

– дещо різним ступенем зацікавленості у продовженні контакту та активності учасників спілкування (ініціатор розмови (Elizabeth) намагається закріпити за собою право керувати мовленнєвою поведінкою співрозмовника в односторонньому порядку; постійно перериваючи мовлення адресата, Елізабет не дозволяє йому висловитися повною мірою);

– не зовсім гармонійним результатом спілкування (Елізабет, яка є ініціатором розмови, досягає поставлених цілей при незначному порушенні комунікативної рівноваги [8: 25]; вона відчуває незадоволення з боку співрозмовника, хоча воно не виражено вербально).

Отже, основною ознакою *полемічної* КК в діалозі є наявність сумнівів, заперечень, незгод при обговоренні співрозмовниками певної проблеми; при цьому інтерперсональна модальність розмови залишається нейтральною.

(4) Now, on this day in November, Chief Inspector Schmied was holding Detective Max Hornung’s report in his hand while the author of the report stood before him. Detective Hornung was wearing a bright-blue suit, brown shoes and white socks. In spite of his resolves, and the calming yoga breathing exercises, Inspector Schmied found himself yelling. “You were in charge here when that report came in. It was *your* job to investigate the accident and you arrived on the scene *fourteen hours late!* The whole fucking New Zealand police force could have been flown here and been back home in that time.”

“Oh, no, sir. The flying time from New Zealand to Zurich by jet is –”

“Oh, shut up!”

Chief Inspector Schmied ran his hands through his thick, rapidly graying hair. Chief Inspector Schmiedir, trying to think what to say to this man. You could not insult him, you could not reason with him. He was an idiot, shot with luck.

Chief Inspector Schmied barked, “I will not tolerate incompetence in my department, Hornung. When the other detectives came on duty and saw the report, they immediately went to the scene to inspect the accident. They called an ambulance, but the body taken to the morgue, identified it –” He knew he was talking too fast again, and he forced himself to calm down. “In short, Hornung, they did everything a good detective is supposed to do. While you were sitting in your office walking up half of the most important men in Switzerland, in the middle of the night.”

“I thought –”

“Don’t! I’ve been on the phone apologizing the whole damned morning because of you.”

“I had to find out –”

“Oh, get out of here Hornung!”

“Yes, sir. Is it all right if I attend the funeral? It’s this morning.”

“Yes! Go!”

“Thank you, sir. I –”

“Just go!”

It was thirty minutes before Chief Inspector Schmied was breathing normally again [11: 318-320].

Розмова (4) має такі ознаки *конфліктної КК* як:

- підвищена імпульсивність і реактивність МА начальника (ініціатора розмови);
- переважна некооперативність мовленнєвої поведінки при формальній узгодженості комунікативних інтенцій в інтеракції (начальник не дозволяє підлеглому виправдатися);
- підкреслена конфліктність модально-оцінних смислів (начальник негативно оцінює поведінку підлеглого, наголошуючи на некомпетентності останнього);
- дисонуюча тональність спілкування з гіпертрофією емоційності та егоцентричності (грубий, гнівний тон начальника при нейтральному/ввічливому тоні підлеглого);
- високий ступінь зацікавленості у продовженні контакту та активності комунікантів (комунікативна ініціатива належить головному інспектору, який намагається побудувати комунікацію за своїм власним сценарієм, висуваючи численні претензії підлеглому та не залишаючи йому жодного шансу висловитися в свій захист; проте наприкінці розмови підлеглому вдається перехопити ініціативу);
- негармонійний результат спілкування (співрозмовники не досягають поставлених цілей повною мірою: начальнику не вдається реалізувати свої комунікативні наміри, оскільки підлеглий не визнає своєї провини; підлеглий також зазнає комунікативної поразки, оскільки не може успішно реалізувати свої МА виправдання; тільки наприкінці розмови він досягає позитивного результату – дозвіл на своє прохання).

Конфліктна КК може виявлятися у діловій розмові з різним ступенем гостроти та призводити як до негативного, так і позитивного результату спілкування. Нижчий соціально-рольовий статус підлеглого, його залежність від начальника у більшості випадків змушує першого обирати модель мовленнєвої поведінки, зорієнтовану на нейтралізацію конфлікту.

Як бачимо, будь-який тип КК може призвести до успішної реалізації цілей комунікантів, забезпечити їхнє продуктивне співробітництво. При цьому ступінь ефективності ділового спілкування є різним та визначається для кожного учасника окремо.

У діловій сфері особливого значення набуває інтерактивна ефективність спілкування [7: 152], що передбачає отримання запланованого результату через кооперацію з адресатом, взаєморозуміння. Це може досягатися за умови консентної, конформної або полемічної (з нейтральною та позитивною модальністю) КК. Узгодженість по всім параметрам консентної КК забезпечує гармонійне ділове спілкування, що демонструє найвищий ступінь інтерактивної ефективності.

Категорія комунікативної координації потребує подальшого вивчення з метою виявлення факторів, що впливають на її характер у діловому дискурсі; детального описання її типів і

засобів актуалізації в англomовному ДДД з урахуванням специфіки різних мовленнєвих жанрів.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Борисова И. Н. Русский разговорный диалог: зоны толерантного и нетолерантного общения // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – С. 364-389.
2. Буркитбаева Г.Г. Деловой дискурс: онтология, интеракция и жанры: Автореф. дисс. ... д-ра филол. наук. – Алматы, 2005. – 54 с.
3. Воронцова Т.А. Деструктивное речевое поведение в публичном диалоге // Вестник Удмуртского университета. Серия «Филологические науки». – 2005. – № 5 (2). – С. 75-80.
4. Колокольцева Т.Н. Специфические коммуникативные единицы диалогической речи. – Волгоград: Изд-во ВГУ, 2001 – 260 с.
5. Комарова О.Г. Речевые средства гармонизации диалога в деловой педагогической беседе // Речевое общение: Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: Спец. вестник КрасГУ. – 2000. – Вып. 1 (9). – С. 58-63.
6. Попова Т.И. Повтор как средство координации речевого поведения собеседников в официальном публичном диалоге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/dialog2006/materials/html/Popova.htm>
7. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава, 2006. – 716 с.
8. Стернин И.А. Практическая риторика. – М.: Изд. Центр «Академия», 2003. – 272 с.
9. Чрдилели Т.В. Структура, семантика и прагматика делового диалогического дискурса (на материале современного английского языка): Дис. ... канд. филол. наук. – Харьков, 2004. – 216 с.
10. Hailey, A. Wheels. – N.Y.: Bantam Books, 1979. – 501 p.
11. Sheldon, S. Bloodline. – N.Y.: Warner Books, 1979. – 460 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ольга Яшенкова** – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри комунікації та лінгвокраїнознавства Київського національного університету імені Тараса Шевченка

*Наукові інтереси:* комунікативна лінгвістика, ділова комунікація, лінгвокраїнознавство англomовних країн

## ТЕКСТ-ІНТЕРВ'Ю СУЧАСНОЇ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ ЯК ІНСТИТУЦІЙНИЙ ДИСКУРС

Ганна АПАЛАТ (Кіровоград, Україна)

*У статті розглянуто дискурсні особливості текстів-інтерв'ю, подано інституційні та напів-інституційні риси текстів-інтерв'ю, зокрема проаналізовано комунікативні ролі та статус комунікантів, а також використання нестандартних запитань у даному типі тексту.*

*The article focuses on the discourse characteristics of the interview texts. Institutional and semi-institutional features of journalistic interview are considered. Specifically the communicative roles and status of the speakers are investigated. The use of institutionally and conversationally framed questions is analyzed.*

Інтерес до вивчення певного типу тексту зумовлює необхідність виявити й описати його структурні, семантичні, прагматичні особливості та дискурсні характеристики. Лінгвістичні дослідження останніх років характеризуються зростанням інтересу дослідників до розгляду дискурсу, який ґрунтується на безпосередній взаємодії його учасників (face-to-face discourse type), що зумовлює актуальність розгляду текстів-інтерв'ю в пресі (journalistic interviews).

Цей дискурс неодноразово привертав увагу дослідників: проблеми мовленнєвої взаємодії комунікантів, їх мовленнєві стратегії, роль питально-відповідних послідовностей у конструюванні змісту дискурсу, мовний портрет особистості, прагма-аргументативні особливості запитань тощо досліджувалися у прагмалінгвістичному, аргументативному, етнографічному аспектах у різних діалогічних дискурсах. Інтерес до дискурсу такого типу пов'язується з розглядом функціонування мови в її відношенні до різноманітних сфер соціального, матеріального й духовного життя. Об'єктом лінгвістичного дослідження були неофіційні розмови (casual talks) [49], діалог лікаря та пацієнта [40], соціологічне інтерв'ю (views-eliciting research interview) [45], політичне інтерв'ю (дебати) [51], інтерв'ю у суді з метою отримання захисного ордеру (protective order interview) [50], взаємодія у суді, інтерв'ю в інформаційних випусках новин [18; 23; 24; 25; 47], ток-шоу [28; 30; 31; 32; 33; 48], радіоінтерв'ю [4], телеінтерв'ю [9; 38], друковані версії телеінтерв'ю [41].

Інтерв'ю в пресі вже досліджувалося, зокрема, інтерв'ю як метод отримання інформації [12], як портрет мовної особистості [5], жанрові [7; 11; 12] та структурно-композиційні особливості тексту-інтерв'ю [1].

Інституційні особливості текстів-інтерв'ю не потрапляли дотепер у коло лінгвістичних досліджень.

**Актуальність** теми визначається спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на вивчення тексту та дискурсу в комунікативно-прагматичному аспектах. **Предметом** аналізу статті є дискурсні характеристики текстів-інтерв'ю. **Мета** статті розкрити специфіку тексту-інтерв'ю сучасної англомовної преси як типу дискурсу та описати його інституційні особливості.

**Матеріалом** дослідження слугували діалогічні тексти-інтерв'ю, надруковані в 90-х роках ХХ століття у Financial Times, The Guardian, The Wall Street Journal Europe, Newsweek, People, Time.

Дискурс є частиною соціальної практики [34: 213]. Інтерв'ю в пресі – це частина визнаного соціального інституту, який визначає для даної соціальної сфери умови дії актів висловлювання. Під інститутами створення та розповсюдження дискурсів розуміють будь-який організм, що накладає обмеження на дію функції висловлювання, а саме: статус комунікантів, типи змісту того, що може і не може бути сказане, а також обставини акту висловлювання, що є законними для тієї чи іншої позиції [10: 552].

Тексти-інтерв'ю, як правило, мають діалогічну форму. Діалогічний дискурс характеризують як інституційний, неінституційний або напівінституційний [33: 978]. Інституційний дискурс визначається як розмова певної особи з представником якоїсь установи (медичної, юридичної, урядової тощо) [14], або як мова, що використовується для специфічних соціальних або інституційних цілей [39: 225]. Інакше кажучи, дискурс – це взаємодія та дія у суспільстві, оскільки мовці взаємодіють як особистості, представники соціальних категорій, груп, професій й/або культур [34: 213]. В інституційному дискурсі комунікативна поведінка мовців визначається їх інституційними ролями та завданнями [19: 111]. До типово інституційного дискурсу зараховують судовий дискурс, інтерв'ю у випусках новин, політичні інтерв'ю (дебати).

Неінституційний (розмовний) тип дискурсу, наприклад, бесіда, не регламентується правилами. Ролі мовців у такому типі дискурсу неінституційні. На відміну від інституційного дискурсу, який є цілеспрямованим діалогом, неінституційний дискурс характеризується спонтанністю [34: 220].

Напівінституційний (semi-institutional) дискурс – тип дискурсу, що має подвійну природу: інституційну й розмовну. Прикладом напівінституційного дискурсу є ток-шоу [33: 978; 34: 218].

Ознакою, що дозволяє віднести дискурс до певного типу, є розподіл та закріплення комунікативних ролей за комунікантами. Інтерв'ю у пресі (журналістське інтерв'ю) вважають інституційним дискурсом [46; 29: 1]. Аналіз фактичного матеріалу, дозволив дійти висновку про те, що даний тип дискурсу виявляє риси як інституційного, так і розмовного дискурсу. Про інституційний характер даного дискурсу свідчить систематичне чергування мовленнєвих ходів комунікантів, яке відбиває особливе закріплення мовленнєвих ходів за комунікантами та розподіл ролей між ними. У текстах-інтерв'ю, як і в типово інституційному дискурсі, мовленнєві ходи комунікантів регулюються ролями, що приписуються їм інституційно, а саме: роль того, хто питає, звичайно, приписується авторові тексту (роль інтерв'юера), а роль того, хто відповідає (роль респондента) – його співрозмовнику. Для інтерв'ю характерна жорстка фіксація комунікативних ролей [11: 112].

Цей дискурс характеризується нерівними комунікативними статусами мовців. Під комунікативним статусом розуміють комунікативні права й обов'язки учасників мовленнєвої взаємодії. У тексті-інтерв'ю комунікативні статуси мовців є заданими, тобто визначеними ще до початку мовленнєвої взаємодії [8: 41-42], але не фіксованими, тобто вони не залишаються незмінними протягом усієї мовленнєвої взаємодії.

Оскільки з ініціальними репліками пов'язана ініціатива – “вони програмують відповідь”, тобто перший мовець формує іншого, в інтерв'ю діалог відбувається “в інтересах” інтерв'юера. У ньому ініціатором є інтерв'юер. Тому роль лідера не співпадає з роллю комунікативно головного співрозмовника (респондента): лідирує інтерв'юер (споживач, який шукає знань), проте активною мовленнєвою діяльністю займається респондент (володар знань) [3: 649-650]. Саме інтерв'юер має право задавати питання. Інакше кажучи, ініціююча

сторона має привілей, оскільки їй дозволено ініціювати і закривати послідовність реплік і, таким чином, обирати і вводити тему дискурсу [51: 93].

Текст-інтерв'ю *'Be True to What You Are'* (Newsweek 25.10.1999), що містить інформацію про розмову кореспондента Newsweek та Б.Бхутто – приклад інституційного дискурсу. Текст має форму діалогу, що містить репліки інтерв'юера (набрані жирним шрифтом) і репліки респондента (звичайним шрифтом). Даний текст характеризується систематичним чергуванням мовленнєвих ходів комунікантів: кореспондент – Б.Бхутто, кореспондент – Б.Бхутто і т.д. За кореспондентом закріплена інституційна роль інтерв'юера: особи, що задає питання (усі мовленнєві ходи кореспондента є запитом про інформацію). За Б. Бхутто закріплена інституційна роль респондента (усі мовленнєві ходи Б.Бхутто є відповіддю на запит журналіста).

Аналіз фактичного матеріалу свідчить, що незважаючи на свою інституційну природу, тексти-інтерв'ю іноді виявляють риси неінституційного дискурсу. Так, іноді респондент сам ініціює запитання (відбувається обмін ролями між комунікантами), наприклад:

**Q: *Your passport says "actor/winemaker." That must work with women.***

*A: Do you have a problem, love?*

**Q: *A little. You've recorded some albums, so your passport should say "actor/winemaker/singer."***

*A: Will I be successful with you if I add "singer"?*

**Q: *Avec moi?! No!***

*A: I thought you were gay. I don't know who told me that.*

**Q: *No. No. No. Not that you're not a very attractive man*** (Time 16.03.1998).

У вищенаведеному прикладі комунікант (Q), якому приписується комунікативна роль інтерв'юера, повідомляє інформацію про співрозмовника, супроводжуючи її власним коментарем, що є непрямим запитом інформації про те, чи не допомагає запис у паспорті респондента у його стосунках з жінками (*Your passport says "actor/winemaker." That must work with women*). Другий комунікант (A), якому приписується комунікативна роль респондента, сам ініціює запитання (*Do you have a problem, love?*). На запит респондента про те, чи в інтерв'юера проблеми з жінками, інтерв'юер відповідає позитивно (*A little*) та ініціює нову тему (*You've recorded some albums, so your passport should say "actor/winemaker/singer"*). Цей мовленнєвий хід інтерв'юера є також непрямим запитом інформації. Респондент знову відхиляє запит інформації, запитуючи, чи буде він мати успіх в інтерв'юера, якщо додасть до запису у паспорті "співак" (*Will I be successful with you if I add "singer"?*). Мовленнєвий хід інтерв'юера включає перепитування "*Avec moi?!*" та негативну відповідь на запит респондента.

Таким чином, цей текст-інтерв'ю виявляє таку рису неінституційного дискурсу як обмін ролями між комунікантами, що призвело до того, що інтерв'юер втратив контроль над темою. Наведемо інший приклад обміну ролями між учасниками комунікації в інтерв'ю:

*Suddenly he asked: "Is it difficult doing interviews like this? You publicise my opinions. Words. It means I have to think before I say something."... "How are you going to make this article readable?" he asked when he returned* (Financial Times 20/21.02.1999).

У даному випадку респондент (*he*) ініціює запитання про те, чи важко брати такі інтерв'ю, та про те, як інтерв'юер збирається зробити цю статтю читабельною, що зближує даний текст-інтерв'ю з бесідою.

Таким чином, в інтерв'ю обмін ролями між комунікантами свідчить про наявність рис неінституційного дискурсу.

Іншою ознакою, що дає підставу для типології дискурсу, є питально-відповідна стратегія, а саме: використання стандартних і нестандартних запитань. Так, про інституційну природу дискурсу свідчить відносно передбачуваний спосіб надання інформації – шляхом використання стандартних запитань. **Стандартними запитаннями** (*institutionally framed questions*) вважаються такі запитання, що потребують інформативної відповіді (вербалізованої або невербалізованої). До **нестандартних** (*conversationally framed questions* [34: 221]) зараховують запитання, які вимагають не інформативної відповіді, а відповіді-дозволу, відповіді-прийняття пропозиції тощо або ніякої відповіді (наприклад, жест) [15; 16;

17; 21; 22; 26; 27; 35; 36; 37; 435; 44]. Текст-інтерв'ю включає як стандартні, так і нестандартні запитання, наприклад:

*Me: "Do you ever drink at lunch-time?"*

*Him: "No" (Financial Times 20/21.02.1999).*

У поданому прикладі мовленнєвий хід інтерв'юера є стандартним запитанням, що вимагає інформативної відповіді (information elicitation). Як свідчать наукові дослідження [33: 978], у типово інституційних дискурсах, таких як інтерв'ю в інформаційних випусках новин, судовий дискурс, стандартні запитання кількісно переважають нестандартні.

Тексти-інтерв'ю сучасної англomовної преси виявляють різний ступінь інституційності, про що свідчить використання нестандартних запитань. У тексти-інтерв'ю можуть використовуватися такі нестандартні запитання як риторичні, експозитивні та запитання-відлуння. **Риторичні запитання** використовуються для створення аргументу і впливу на суспільну думку, частково завдяки захисту й/або наступу на певні точки зору, а частково завдяки намаганням досягти єдиної домовленості, а не перемоги, нав'язуючи певну думку [33: 980], наприклад:

***Did you talk about Chechnya?***

*We mostly discussed the bilateral Ukraine-Russian relationship, but we also talked about Chechnya. Russia is deeply concerned about its territorial integrity. How would other countries respond to aggression such as the virtual attack by the Chechens on Russians in Dagestan? The war in Chechnya is about terrorism – which has no boundaries. Yeltsin recently invited the Organization of the Islamic Conference and the Organization for Security and Cooperation in Europe to help find a solution to the conflict. I understand it is the wish of President Yeltsin to cooperate with the world (Newsweek 20.12.1999).*

Підкреслене риторичне запитання виступає як аргумент на підтримку певної точки зору, і, безумовно, розраховане вплинути на суспільну думку. Риторичне запитання можна сприймати як непряме ствердження, що *"other countries would respond to aggression such as the virtual attack by the Chechens on Russians in Dagestan the way Russia does"*. Це нестандартне запитання, що потребує не відповіді, а погодження співрозмовника з поглядами респондента. Розглянемо інший приклад використання такого типу запитань:

***Was IMF reform a threat to the New Economic Policy [an affirmative-action program for Malays]?***

*Yes. When they start saying you must have no discrimination, you must do away with subsidies, you must not help anybody to come up, then all this work that we have done to give indigenous people a share will be undone. In fact, it is undone. Most of them have now collapsed. The IMF and currency traders have done all that. Am I supposed to be thankful? Others cannot say it because they borrow from the IMF. Their mouths are shut. They have no freedom (Newsweek 30.08.1999).*

У цьому випадку підкреслене риторичне запитання є аргументом, спрямованим проти певної точки зору, і може розглядатися як непряме ствердження: *"I am not supposed to be thankful"*. Це – нестандартне запитання, що не потребує ніякої відповіді. Воно розраховане на погодження співрозмовника з поглядом мовця на це питання.

Іншим видом нестандартних запитань, що включає текст-інтерв'ю є **експозитивні запитання** (expository questions). Експозитивні запитання, як і риторичні, не вимагають відповіді від співрозмовника, оскільки мовець сам дає відповідь на це запитання [33: 980]. Таким чином, експозитивні запитання "вводять інформацію", наприклад:

***Time: What about the criticism we all hear that Britain needlessly provoked China by unilaterally imposing electoral arrangements, derailing the "through-train"?***

***Patten: One of the interesting aspects of dealing with China is that the vocabulary gets reversed. I mean, who behaved badly? Britain, trying to live up to its obligations under the Joint Declaration [the 1984 Sino-British agreement on the future of Hong Kong], or China, which was prepared to kick the table over rather than have a free election? So the prediction that standing up for Hong Kong would wreck the place was wrong***

*(Time 09.06.1997).*

У наведеному вище тексті мовленнєвий хід респондента містить експозитивне запитання: *I mean, who behaved badly?* Відповіддю на нього є риторичне запитання: *Britain,*



*trying to live up to its obligations under the Joint Declaration [the 1984 Sino-British agreement on the future of Hong Kong], or China, which was prepared to kick the table over rather than have a free election?* Респондент сам відповідає на своє запитання. Таким чином, експозитивне запитання вводить аргумент респондента, виражений риторичним запитанням.

Інший вид нестандартних запитань – **запитання-відлуння** (перепитування), що визначаються як несумісні зі стандартними правилами утворення запитань у англійській мові, оскільки залежать від контекстних чинників і відлунюють речення-стимули [42]. Питання-відлуння віддзеркалюють чи повторюють цілком або частково попереднє висловлювання з метою викликати повторення або роз'яснення його форми, яка не була почута або неправильно сприйнята, або для того, щоб охарактеризувати чи піддати сумніву попереднє висловлювання [6: 98, 33: 980]. Запитання-відлуння також передає подив, недовіру тощо до попереднього висловлювання [20; 2: 11]. У текстах-інтерв'ю такі запитання зустрічаються у репліках інтерв'юера, наприклад:

*So for the first six months I wasn't freaked out when I could have been because things were really scary.*

**Scary?**

*Like my first job, for French Marie Claire. We went to Morocco for a week, and it rained every day. So I spent the whole time on the phone with my boyfriend. I didn't know that I would have to pay for my phone bill. I didn't have any money* (Newsweek 03.03.1997).

У цьому випадку підкреслене питання частково відлунює попереднє речення-стимул, виражає подив інтерв'юера і може бути охарактеризоване як таке, що вимагає уточнення. Розглянемо інший приклад використання запитання-відлуння:

***Year ago you seemed out to save the world. "The End of the Game" had a messianic tone.***

*More like messy.*

**From messianic to messy?**

*We're living in a disintegrating world, and people are not making the right calls about it. We're entering the age of density and stress from overcrowding and squeezing. It's the like the elephant metaphor.*

**Which is?**

*When elephants are starving to death they band together, totally immobilized with the horrors. Our existence in Japan, India, China – I'll even venture to say Great Britain and New York – is the same. What you've seen with the people in Rwanda and Zaire is exactly what happened to the elephants in Tsavo 25 years ago. Density and stress. That's our fate* (Newsweek 02.12.1996).

У поданому прикладі ініціальний мовленнєвий хід інтерв'юера має характер запити інформації, а саме: інтерв'юера цікавить коментар респондента стосовно його твору. Відповідь на нього послугувала стимулом для запитання-відлуння *From messianic to messy?*, яке можна розглядати як запит аргументу, доводу на підтвердження думки респондента. Відповідь на це запитання, у свою чергу, стимулювала запитання-відлуння *Which is?*, яке вимагає роз'яснення.

Отже, текст-інтерв'ю є інституційним дискурсом, що характеризується такими рисами інституційного дискурсу, як систематичне чергування мовленнєвих ходів комунікантів, яке відбиває особливу закріпленість мовленнєвих ходів за комунікантами; особливе закріплення інституційних ролей за учасниками комунікації; їх нерівний комунікативний статус; використання стандартних запитань як способу надання інформації. Можливість обміну ролями між комунікантами, використання таких нестандартних запитань як риторичні, експозитивні та запитання-відлуння є рисами неінституційності, але це не відміння інституційної природи інтерв'ю.

**БІБЛІОГРАФІЯ**

1. Ананьєва Н.А. Структурно-композиционные особенности текста печатного интервью как формы массовой коммуникации // Стилистические аспекты устной и письменной коммуникации: Сб. науч. тр. – М.: Гос. пед. ин-т ин. яз. им. М.Горька. – 1987. – Вып. 286. – С. 4-12.
2. Артеменко А.І. Дискурсивна модель питань-перепитів // Проблеми семантики слова, речення та тексту: Зб. наук. ст. – К.: КДЛУ. – 2000. – Вип. 3. – С. 9-11.
3. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – 2-е изд., испр. – М.: Языки русской культуры, 1999. – I-XV, 896 с.

4. Архипов А.Ф. Синтаксические особенности речевого жанра радиointервью (на материале радиовещания ГДР): Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / Моск. гос. пед. ин-т ин. яз. им. М.Тореза. – М., 1974. – 29 с.
5. Лавринович В.Э. Политический текст и внутренний мир его автора // Текст в гуманитарном знании: Материалы межвуз. науч. конф., 22-24 апреля 1997 г. – М.: Российск. гос. гуман. ун-т. – 1997. – С. 305-309.
6. Лич Д., Свартивк Я. Коммуникативная грамматика английского языка: Пособие для учителя. На англ. яз. – М.: Просвещение, 1983. – 304 с.
7. Мальцевич Р.В. Проблема типологизации жанров публицистики // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. – Сер. 4. Філологія, Журналістыка, Педагогіка. – 2000. – № 3. – С. 74-79.
8. Почепцов О.Г. Коммуникативный статус как параметр молвенневоі взаємодії // Мовознавство. – 1989. – № 4. – С. 40-45.
9. Прожогина И.М. Речевая инерция в спонтанной устной речи (на материале телеинтервью): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.02. – К., 1998. – 253 с.
10. Серю П. Анализ дискурса во Французской школе: дискурс и интердискурс // Семиотика: Антология / Сост. Ю.С.Степанов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга. – 2001. – С. 549-562.
11. Сыченков В.В. Интервью-портрет в системе современных публицистических жанров // Вестник Москов. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2000. – № 2. – С. 108-114.
12. Тищенко В.М. Интервью в газете: теория и практика развития жанра: Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.01.10 / Моск. гос. ун-т им. М.В.Ломоносова. – М., 1980. – 23 с.
13. Шумилина Т.В. Интервью в журналистике (Основы метода получения сведений для произведений различных жанров): Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.01.10 / Моск. гос. ун-т им. М.В.Ломоносова. – М., 1973. – 28 с.
14. Agar M. Institutional discourse // Text. – 1985. – Vol. 5, № 3. – P. 147-168.
15. Baumert M. Classification of English question-answer structures // Journal of Pragmatics. – 1977. – Vol. 9, № 1. – P. 85-92.
16. Borillo A. La négation et la demande de confirmation // Langue française. – 1979. – Vol. 44, № 1. – P. 27-41.
17. Bublitz W. Conducive yes-no questions in English // Linguistics. – 1981. – Vol. 19. – P. 851-870.
18. Clayman S. Reformulating the question: A device for answering/not answering questions in news interviews and press conferences // Text. – 1993. – Vol. 13, № 1. – P. 19-88.
19. Drew P., Sorjonen M.-L. Institutional dialogue // Discourse as Social Interaction, Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction / Ed. by T.A.van Dijk. – London: Sage. – 1997. – Vol. 2. – P. 92-118.
20. Dumitrescu D. Rhetorical vs. nonrhetorical allo-repetition: The case of Romanian interrogatives // Journal of Pragmatics. – 1996. – Vol. 28, № 3. – P. 321-354.
21. Fries U. On a typology of answers // Proceeding of the Twelfth International Congress of Linguists / Ed. by W.U.Dressler, W.Meid. – Innsbruck: Bcvar. – 1978. – P. 528-532.
22. Goffman E. Replies and responses // Language in Society. – 1976. – Vol. 5, № 1. – P. 257-313.
23. Greatbatch D. Aspects of topical organisation in news interviews: The use of agenda shifting procedures by interviewees // Media, Culture and Society. – 1986. – № 8. – P. 441-455.
24. Greatbatch D. A turn-taking system for British news interviews // Language in Society. – 1988. – Vol. 17, № 3. – P. 401-430.
25. Greatbatch D. On the management of disagreement between news interviewees // Talk at Work: Interaction in Institutional Settings / Ed. by P.Drew and J.Heritage. – Cambridge: Cambridge University Press. – 1992. – P. 268-301.
26. Grewendorf G. Answering as decision making: A new way of doing pragmatics // Possibilities and Limitations of Pragmatics / Ed. by H.Parret, M.Sbisà, J.Verschueren. – Amsterdam: Benjamins. – 1981. – P. 263-284.
27. Grewendorf G. What answers can be given? // Questions and Answers / Ed. by F.Kiefer. – Dordrecht: Reidel. – 1983. – P. 45-84.
28. Gruber H. Disagreeing: Sequential placement and internal structure of disagreements in conflict episodes // Text. – 1998. – Vol. 18, № 4. – P. 467-503.
29. Heritage J., Roth A.L. Grammar and institution: Questions and questioning in the broadcast news interview // Research on Language and Social Interaction. – 1995. – Vol. 28, № 1. – P. 1-60.
30. Hutchby I. The organization of talk on talk radio // Broadcast Talk / Ed. by P.Scannell. – London: Sage. – 1991. – P. 119-137.
31. Hutchby I. Aspects of recipient design in expert advice-giving on call-in radio // Discourse Processes. – 1995. – Vol. 19, № 2. – P. 219-238.
32. Hutchby I. Power in discourse: The case of arguments on a British talk radio show // Discourse and Society. – 1996. – Vol. 7, № 4. – P. 481-498.
33. Ilie C. Question-response argumentation in talk shows // Journal of Pragmatics. – 1999. – Vol. 31, № 8. – P. 975-999.
34. Ilie C. Semi-institutional discourse: The case of talk shows // Journal of Pragmatics. – 2001. – Vol. 33, № 2. – P. 209-254.
35. Jackson S., Jacobs S. Structure of conversational argument: Pragmatic bases for the enthymeme // The Quarterly Journal of Speech. – 1980. – Vol. 66, № 2. – P. 251-265.
36. Jacobs S. The management of disagreement in conversation // Argumentation: Across the Lines of Discipline / Ed. by F.van Eemeren, R.Grootendorst, J.A.Blair and Ch.A.Willard. – Dordrecht: Foris. – 1987. – P. 229-239.
37. Kiefer F. On the pragmatics of answers // Questions and Questioning / Ed. by M.Meyer. – Berlin: Walter de Gruyter. – 1988. – P. 255-279.
38. Macaulay M. Tough talk: Indirectness and gender in requests for information // Journal of Pragmatics. – 2001. – Vol. 33, № 2. – P. 293-316.
39. McHoul A. Discourse // Concise Encyclopedia of Pragmatics / Ed. by J.L.Mey. – Amsterdam: Elsevier. – 1998. – P. 225-236.
40. Mishler E.G. The interactional production of narrative accounts // The Construction of Professional Discourse / Ed. by B.-L.Gunnarsson, P.Linell and B.Nordberg. – London and New York: Longman. – 1997. – P. 223-244.
41. O'Connell D.C., Kowal S. Orality and literacy in public discourse: An interview of Hannah Arendt // Journal of Pragmatics. – 1998. – Vol. 30, № 5. – P. 543-564.
42. Parker F., Pickeral J. Echo questions in English // American Speech. – 1985. – Vol. 60, № 4. – P. 337-347.
43. Petty R.E., Cacioppo J.T., Heesacker M. Effects of rhetorical questions on persuasion: A cognitive response analysis // Journal of Personality and Social Psychology. – 1981. – Vol. 40, № 3. – P. 432-440.
44. Poggi I., Castelfranchi C., Parisi D. Answers, replies and reactions // Possibilities and Limitations of Pragmatics / Ed. by H.Parret, M.Sbisà, J.Verschueren. – Amsterdam: Benjamins. – 1981. – P. 569-591.
45. Rapley M., Antaki Ch. "What do you think about...?" Generating views in an interview // Text. – 1998. – Vol. 18, № 4. – P. 587-608.
46. Redeker, G. (n.d./2000). *Discourse and communication* [WWW document]. URL <http://odur.let.rug.nl/~redeker/index.htm> (23 жовтня 2001).
47. Roth A.L. Social epistemology in broadcast news interviews // Language in Society. – 2002. – Vol. 31, № 3. – P. 355-381.

48. Scannell P. Introduction: The relevance of talk // Broadcast Talk / Ed. by P.Scannell. – London: Sage. – 1991. – P. 1-13.  
 49. Tannen D. Talking Voices: Repetition, Dialogue and Imagery in Conversational Discourse. – New York: Cambridge University Press, 1992. – 240 p.  
 50. Trinch Sh. L., Berk-Seligson S. Narrating in protective order interviews: A source of interactional trouble // Language in Society. – 2002. – Vol. 31, № 3. – P. 383-418.  
 51. Ushchyna V. Interactional organization of dominance in political interview // Pragmatics and Beyond: Abstracts the Second USSE Conference, 28-29 May, 2001. – Kharkiv: Vasyl Karazin National University of Kharkiv. – 2001. – P. 92-94.

**ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА**

**Ганна Апалат** – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри практики германських мов Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* лінгвістика текстів – комунікативно-прагматичний та лінгво-когнітивний аспекти.

**ФУНКЦІОНАЛЬНО-КОГНІТИВНІ ФАКТОРИ  
 КОМУНІКАТИВНОЇ ІНТЕРФЕРЕНЦІЇ  
 (В КОНТЕКСТІ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОДІЇ  
 ІЗ ПРИСУТНІМ СТОРОННІМ РЕЦИПІЄНТОМ)**

**Наталія ВОРОНЦОВА ( Кременець, Україна )**

*У статті розглядається когнітивно-семантична природа категорії комунікативної інтерференції, що кваліфікується через функціонально-когнітивні фактори, актуалізовані в контексті комунікативної події із присутнім стороннім реципієнтом.*

*The article reveals cognitive and semantic backgrounds of the category of communicative interference identified with the help of functional and cognitive factors actualized within a communicative event with a side-recipient present in it.*

Об'єктом нашого наукового інтересу є лінгвокогнітивні особливості спілкування в умовах присутності СР як одного із малодосліджених аспектів комунікативної дійсності, репрезентованих антропоцентричною тріадою: „Мовець – Адресат – Сторонній реципієнт (далі – СР)”. У центрі нашої уваги – кореляція зазначених антропоцентричних складових в різних структурних єднаннях, дискурсивних контекстах, топікальній локалізації, а також в конкретній текстовій прагматиці.

Актуальним є дослідження природи мовленнєвої інтерференції як комунікативно-діяльного явища з урахуванням фактору присутності учасника-спостерігача, а також виявлення сутності стороннього реципієнта у прагматиці цього комунікативного феномену.

Проблема стороннього учасника вербальної взаємодії як суб'єкта комунікації піднімалась у працях Г. Кларка [6: 332-371], Г. Брауна та Г. Юла [5: 10], статтях Г. Почепцова [4] та Н. Арутюнової [1], в яких вказано на доцільність розмежування ролей в позиції реципієнтів вербального інтеракту на безпосередніх адресатів та всіх потенціальних сторонніх слухачів.

**Постановка проблеми.** Ми стверджуємо, що присутність СР (спостерігача) при розгортанні комунікативної події за участю співрозмовників (активних реагентів) призводить до маніпуляцій різними аспектами отриманої інформації у ментальному просторі СР, до інтеракції ментальних просторів співрозмовників і, в кінцевому результаті, до мовленнєвого реагування СР на подію – акту його комунікативної інтерференції.

**Метою** даної статті є визначення комунікативної та когнітивної природи категорії інтерференції через аналіз функціонально-когнітивних факторів, що засвідчують її ефективність у спілкуванні, в контексті комунікативної події із присутнім стороннім реципієнтом.

В результаті дослідження прикладів, що представлені фрагментами художнього діалогічного дискурсу, які подані автором від імені спостерігача (СР) нами було виявлено, що одним із проявів комунікативної сутності СР є здійснення ним вербального реагування на комунікативну подію, за якою він спостерігає, а також встановлено фактори комунікативної інтерференції СР у вербальну інтеракцію. Ці фактори поділені нами на дві групи: когнітивно-семантичні (інтерпретаційні) та функціонально-комунікативні (реакційні).

Розглянемо *когнітивно-семантичні фактори*, що обумовлюють здійснення комунікативної інтерференції СР у вербальну інтеракцію між співрозмовниками. Інтродуктивним етапом для здійснення стороннім реципієнтом комунікативної інтерференції

є: по-перше, *фактор перцепції* (слухове сприйняття) стороннім реципієнтом мовленнєво-діяльного процесу, що відбувається між співрозмовниками; по-друге, *фактор інтерпретаційної обробки* предмету думки активних реагентів. Ці фактори у сукупності конвертують у комунікативно-когнітивну стратегію, за допомогою якої у ментальному світі СР виформовуються концепти, пов'язані з поточною комунікативною подією. Стратегії сприйняття включають ідентифікацію когнітивно-семантичних маркерів, за допомогою яких здійснюватиметься інтерпретація СР-том предмету думки співрозмовників. До числа таких маркерів належать дейктичні елементи, повтори лексичних елементів, семантичні репрезентативи топікального поля, просодичні ознаки мовлення активних реагентів), які сигналізують про виконання активними реагентами мовленнєво-розумових дій. Під час рецепції стороннім реципієнтом розмови між активними реагентами сигнали, ідентифіковані у загальному контексті (лінгвальні і паралінгвальні) та передбачення у зв'язку з цим контекстом (активізовані за відповідними схемами), використовуються для визначення комунікативних намірів співрозмовників. СР здійснює ретроспективну, поточну та перспективну оцінки ситуації вербальної інтеракції. Це забезпечує входження його у топікальне поле інтеракції, та можливість адекватного розуміння ним змісту комунікативної взаємодії, за якою він спостерігає. СР, в результаті інтерпретації мовленнєвих ходів інтерактантів, повинен встановлювати предмет думки обох активних реагентів, які в динаміці усного вербального контакту виступають як взаємоузгодженні комунікативно-концептуальні сутності, оскільки мовець і адресат, знаходячись в рамках спільного інтерактивного простору та спільного топікального поля взаємодіють між собою, дотримуючись правил кооперативного співробітництва. Це дає підстави для припущення, що в процесі комунікативної взаємодії предмети думок активних реагентів переплітаються між собою (взаємодоповнюються), інтегруючись у сукупний комунікативно-когнітивний продукт (позначимо його як *ІІДі* – інтегрований предмет думки інтерактантів), утворюючи концептуально-топікальну єдність інваріантного типу. Це означає, що дана єдність не є сумарною єдністю, а утворює інтегративне ціле, яке актуалізується як дещо відмінне від предметів думок кожного із співрозмовників, проте, діє в рамках єдиного комунікативного контексту. Під *інтерпретацією ІІДі* ми розуміємо здійснення стороннім реципієнтом когнітивно-семантичного сприйняття дискурсу (в даному випадку – вербальної інтеракції між активними реагентами) та його референційної прив'язки до реальності з метою встановлення та засвоєння вмонтованої в ньому смислової концепції його продуцентів (активних реагентів). СР у процесі сприйняття розмови комунікантів намагається вивести пряме послівне відображення висловлювань мовців в єдину внутрішню репрезентацію, яка у своїй найбільш повній формі відповідає тому, що ми називаємо розумінням ІІДі. Даний процес навряд чи може бути описаний лише в мовних термінах, так як повинен вмщувати у собі умовиведення, зроблені стороннім реципієнтом на основі нелінгвістичних даних. Звідси, сама по собі дана модель не є ні синтаксичною, ні семантичною репрезентацією [2: 93], а являє собою нову концептуальну сутність, хоча для її відбудови можуть використовуватись як синтаксичні, так і семантичні аспекти отриманих висловлювань [3: 9].

Наведемо приклад, що свідчить про адекватність встановлення стороннім реципієнтом ІІДі в результаті інтерпретації висловлювань активних реагентів (AP1, AP2): *Mr. McDermott "Which elevator is this?" "Number four." So he stepped into the elevator. There were two hotel employers in it talking lively about their daily routine. AP1 "586 – that's old Mr. Wells. We moved him from a corner room a couple of days ago. Somebody else had 586 and raised a fuss." [...] AP2 "What's about 355? Have you served it yet? The manager told you to hurry to 355." CP "It's my room. Would you please make the delivery a bit later, say, in an hour?"* [BS, 306]

Комуніканти AP1 і AP2, які є працівниками готелю, піднімаючись ліфтом, обговорюють замовлення в номери клієнтів. Присутній при розмові чоловік, що проживає в готелі, відіграє роль стороннього реципієнта (СР), оскільки він не бере безпосередньої участі у обговоренні, а займає позицію спостерігача, знаходячись у тому самому ліфті що й працівники готелю. При називанні готельних номерів, комуніканти використовують числівникові засоби номінації, такі як 586-ий, 355-ий. Через деякий час, СР, зрозумівши, що мова йдеться про номер його кімнати, втручається у розмову із проханням (*Would you please*

*make the delivery a bit later, say, in an hour?*). У цій ситуації об'єктивно-пропозиційне значення висловлення, що формулюється у запитанні про цифри (*What's about 355?*), знаходить адекватну інтерпретацію стороннім реципієнтом як запитання про обслуговування його готельного номера. Отже, інтерпретація стороннім реципієнтом змісту запитання відбулась із врахуванням ним прагматичного контексту взаємодії, в результаті успішно проведених операцій ідентифікації комунікативного контексту і знань стороннім реципієнтом світу, релевантного даній інтерактивній схемі (ідентифікації відповідного фрейму – професійна розмова між працівниками готелю). Інтродуктивний етап комунікативної інтерференції СР, таким чином, імплікуються сегментом комунікативної взаємодії реагентів АР1 та АР2, тобто, рецептивно-інтерпретаційна стратегія стороннього реципієнта (СР) не вербалізується, однак, вона, як інгерентна сутність, існує і стає очевидною лише в момент здійснення ним вербальної інтерференції. Це означає, що когнітивно-семантичні фактори здатні породжувати функціонально-комунікативні фактори, що проявляються через акт вербальної інтерференції СР-та.

Втручання СР-та у інтеракцію виступає як вербальна реакція на його внутрішній стан, його переживання, в яких переважають фактори або емоційного або раціонального характеру, тобто саме по собі втручання є не лише комунікативним але й вольовим актом. Інтерференція актуалізується через наступні прийоми:

**а) експліцитно-вербальні** прийоми прохання слова (метакомунікативні ходи), ціль яких – пом'якшити або нейтралізувати можливу негативну реакцію співрозмовників на порушення системи чергування мовленнєвих ходів активних реагентів. Вдаючись до таких експліцитних прийомів СР визнає „соціально-етикетну неправомірність своєї комунікативної дії” [4: 34]. До таких експліцитних прийомів взяття слова відносяться метакомунікативні ходи типу *Excuse me for intruding (into your conversation) ...; I'm sorry to interrupt ...; I've just overheard that...; I couldn't help overhearing what you were just saying...* та ін. Наведемо приклади використання стороннім реципієнтом даного прийому: СР *"I overheard a word now and again in your talk with Mme. de Grandlieu," cried the friend of the family, "and it made me anxious to put in a word of my own. – I have won, Mr.le Comte," he added, turning to his opponent.* (АР1) *"I shall throw you ever and go to your niece's assistance."* (АР2) *"See what it is to have an attorney's ears!" exclaimed the Vicomtesse.* [НВГ]

Отже, *метакомунікативний хід* є тактичним засобом здійснення стороннім реципієнтом комунікативної інтерференції, який використовується з метою пом'якшення негативної реакції активних реагентів на втручання.

**б) експліцитно-невербальні** (кінесичні) прийоми, такі як мімічні засоби (встановлення візуального контакту, жестикуляція), емоційні засоби (напр. усмішка, сміх), які передують вербальному втручанням.

Експліцитно-невербальні прийоми інтерференції СР у комунікативну подію – це втручання у комунікативну інтеракцію, що здійснюється як реакція СР-та на комунікативну подію, яка не знаходить вербального вираження, а представлена позалінгвальним компонентом. Експліцитно-невербальні прийоми інтерференції, водночас є прийомами комунікативного реагування, оскільки виражаючи (навіть у невербальний спосіб) своє відношення до комунікативної події СР тим самим здійснює акт комунікативної інтерференції в цю подію.

Розглянемо приклад, який ілюструє випадок інтерференції СР-та за допомогою експліцитно-невербальних прийомів, а саме, *засобів проксемії та кінесики* – зміною пози та спрямованості погляду: АР1 *"I shall be glad to hear, sir, how you have arrived at the knowledge of my name."* АР2 *"Shall we say, Captain, that I have arrived at it by instinct?"* His face, as he made that reply, alarmed Mrs.Presty (СР). She cast a look at him, partly of entreaty, partly of warning. (експліцитно-невербальна інтерференція за допомогою кінесики) *No effect was produced by the look. He continued in a tone of ironical compliment: АР2 "You must pay a penalty of being a public character. Your marriage is announced in the newspapers."*[...] Mrs.Presty suddenly got up. (експліцитно-невербальна інтерференція за допомогою проксемії) *With an inscrutable face that told no tales, she advanced to the door. [...]. Opening the door she turned round to the two men,* (експліцитно-невербальна інтерференція за допомогою проксемії) *with*

*the magnificent impudence of manner. CP* "I'm sorry to interrupt this interesting conversation," (вербальна інтерференція) *she said, "but I have stupidly forgotten one of my domestic duties. [...]" [WCE]*

Як бачимо, місіс Престі (*Mrs. Presty*) у даній події знаходиться на позиції спостерігача (CP) розмови між двома чоловіками (AP1, AP2), про що свідчить відсутність мовленнєвих ходів з її боку. Проте, на певному етапі вона втручається у розмову застосовуючи кінесичний засіб – візуальний контакт (*She cast a look at him, partly of entreaty, partly of warning*), спрямовуючи погляд на одного із співрозмовників, згодом кінесичний прийом її інтерференції доповнюється засобом проксемії – зміною пози (*she turned round to the two men with the magnificent impudence of manner*), чим дає зрозуміти співрозмовникам, що їй ця розмова неприємна. І вже після цього CP втручається у розмову, виступивши із відповідним мовленнєвим ходом прохання слова (метакомунікативне висловлення) ("*I'm sorry to interrupt this interesting conversation*"). У даній ситуації експліцитно-невербальний прийом інтерференції передує вербальному втручанням.

Отже, невербальний комунікативний хід є одним із прийомів комунікативного реагування CP-та на комунікативну інтеракцію активних реагентів, який забезпечує його приєднання до мовленнєвого контакту з можливістю подальшого переходу на вербальний рівень спілкування та здійснюється як експліцитно-невербальна реакція на почуте.

Проведений нами кількісний аналіз даних засвідчує, що із 150 розглянутих фрагментів інтеракцій, які є випадками комунікативної інтерференції стороннього реципієнта, у 63 випадках, що складає 42%, експліцитно-невербальні прийоми інтерференції переростали у вербальне реагування, у решті випадків – 87 фрагментах, що складає 58%, його експліцитно-невербальні прийоми інтерференції так і не перейшли на вербальний рівень. Даний факт, на нашу думку, пояснюється несхвальною соціальною установкою на акт втручання у розмову особи, яка не входить до складу співрозмовників та визнанням соціально-етикетної неправомірності такої комунікативної дії.

Досить ілюстративним у плані інтерференції є наступний приклад: "*...But before he [Adolph] could signal the waiter, Earl Wilson of the New York Post came in and spotted us. His round face broke into a smile. AP* "Adolph, AP JeriLee, what are you two cooking up?" "You've got a scoop, AP Earl. I'm putting on JeriLee's new play" AP "What kind of part are you playing this time, JeriLee?"

"*She is not acting in this one, Earl*", Fannon (CP) said. "*She wrote in.*" AP Earl whistled enthusiastically. "*That is a scoop.*" He smiled at me [Jeri Lee]. AP "Did you have any help from your ex?" "*Walter had nothing to do with it,*" Fannon (CP) said quickly." JeriLee was a writer before she was an actress. *She only went into acting because Walter wanted her to do his play*". [HRL, 165]

У даному прикладі до розмови Адольфа (*Adolph*), Ерла Уілсона (*Earl Wilson*) та ДжеріЛі (*JeriLee*) під'єднується ще один присутній – Фаннон (*Fannon*), який знаходиться в кафе в компанії Адольфа, Ерла та ДжеріЛі, отже – перебуває у статусі учасника комунікативної групи, хоча активно спілкуються між собою лише Адольф, ДжеріЛі та Ерл, що видно із номінації адресатності в їх репліках. Мовленнєва поведінка стороннього актанта (*Fannon*), як бачимо, характеризується тим, що він наполегливо намагається не дозволити одному із співрозмовників (*Earl Wilson*) відтіснити себе за межі комунікативної групи і сам дає відповіді на запитання, адресовані не йому, а ДжеріЛі. Таким чином, спостерігається порушення системи переходу мовленнєвих ходів і здійснення CP-том інтерференції на правах мовця.

**Висновки та перспективи.** Отже, одним із проявів комунікативної природи стороннього реципієнта є когнітивно-комунікативний процес маніпуляції ним у своєму ментальному просторі різними аспектами інформації, отриманої в ході спостереження за розмовою активних реагентів. Цей процес супроводжується інтеракцією ментальних просторів співрозмовників та їх інтеграції у сукупний когнітивно-комунікативний продукт – ПДі, інтерпретація якого CP-том в кінцевому результаті призводить до його мовленнєвого реагування на подію – акту комунікативної інтерференції. Реалізація комунікативної інтерференції здійснюється з ініціативи CP-та з метою саморепрезентації та реалізації

реактивної комунікативної стратегії. Комунікативна інтерференція актуалізується через *експліцитно-вербальні* прийоми (за допомогою метакомунікативних фраз взяття слова) та *експліцитно-невербальні* прийоми, представлені засобами кінесики, проксемії та емоційними засобами (напр. усмішка, сміх). Експліцитно-невербальні прийоми як правило передують вербальному втручанням.

В перспективі слід проаналізувати залежність використання СР-том експліцитно-вербальних та невербальних прийомів інтерференції від фактору соціального дистанціювання, який поєднує соціальну, психологічну, когнітивну та інтелектуальну дистанцію між ним та співрозмовниками.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арутюнова Н. Д. Стратегия и тактика речевого поведения / Н. Д. Арутюнова // Прагматические аспекты изучения предложения и текста. – К. : Научная мысль, 1983. – С. 4–11.
2. Бирвиш М. Насколько линейно упорядоченной является языковая обработка? / Манфред Бирвиш // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XXIII : когнитивные аспекты языка / [сост. и вступ. ст. В. В. Петрова и В. И. Герасимова]. – М.: Прогресс, 1988. – С. 93–153.
3. Булатецька Л. І. Інтерпретація предмета думки мовця та умови її комунікативної синтагматики / Л. І. Булатецька // Науковий Вісник ВДУ : романо-германська філологія. – 1997.– № 5. – С. 8–10.
4. Почепцов Г. Г. Слушатель и его роль в актах речевого общения / Г. Г. Почепцов // Языковое общение : единицы и регулятивы : [межвуз. сборн. научн. тр. / редкол. : И. П. Сусов (отв. ред.)]. – Калинин : Калининск. ун-т, 1987. – С. 26–38.
5. Brown G. Discourse Analysis / Gillian Brown, George Yule. – Cambridge : Cambridge University Press, 1983. – 288 p.
6. Clark H. Hearers and Speech Acts / Herbert H. Clark, Thomas B. Carlson // Language.–1982.–Vol. 58. – № 2.–P. 332–371.

#### СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

- BS : Best Sellers / from Reader's Digest Condensed Books. – N.Y. : The Reader's Digest Association. – 1966. – 503 p.  
 HBG : Honore de Balzac. Gobseck. Treasures of World Literature, 2001 [Deluxe Edition] CD-ROM : TOB „Мультитрейд”.  
 HRL : Robbins H. The Lonely Lady / H. Robbins. – N.Y. : Pocket Books, 1977. – 421 p.  
 WCE : Wilkie Collins. The Evil Genius. Treasures of World Literature, 2001 [Deluxe Edition] CD-ROM : TOB „Мультитрейд”.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Наталія Воронцова** – кандидат філологічних наук, завідувач кафедри англійської філології Кременецького обласного гуманітарно-педагогічного інституту імені Тараса Шевченка

*Наукові інтереси:* лінгвістична прагматика, лінгвокогнітологія.

## ДИСКУРС ЯК ЕЛЕМЕНТ ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧОЇ МЕТАМОВИ

Інна ЛВИЦЬКА (Кіровоград, Україна)

*У статті розглянуто концепцію дискурсу як лінгвістичного та літературознавчого поняття, як елементу літературознавчої метамови. Кінцева мета цієї розвідки розмежувати лінгвістичне та літературознавче визначення дискурсу та окреслити шляхи їх взаємодії в літературознавстві.*

*The article dwells on the concept of discourse as a linguistic and literary notion, as the element of the literary meta-language. The ultimate aim of this research is to specify the linguistic and literary definitions of discourse and to define the ways of their interaction.*

Визначення поняття "дискурс" являє суттєві складнощі, адже, завдяки історичному розвитку теорії дискурсу, воно опинилося на зіткненні цілого ряду наукових дисциплін, серед яких лінгвістика, антропологія, літературознавство, етнографія, соціологія, соціолінгвістика, філософія, психолінгвістика, когнітивна психологія та ін. Тим не менш, саме завдяки зусиллям різних наук, теорія дискурсу «обросла» силою силенною значень, що дає нам підстави стверджувати про початок формування достатньо самостійної галузі міждисциплінарного знання, що тяжіє до інтеграції з іншими науками [3: 7-10].

Саме міждисциплінарний характер «дискурсу» пояснює надзвичайну увагу науковців різних сфер до нього. Термін "дискурс" виявився полісемантичним та вживався авторами в значеннях практично омонімічних. Але дослідження теорії дискурсу вимагає, в першу чергу, визначення предмета дослідження.

Проаналізувавши визначення поняття «дискурс», помічаємо, що найбільш виразно виокремлюються три основних типи вживання терміну «дискурс» (або три макророзуміння):

- суто лінгвістичне вживання (З. Харріс);
- популярно-публіцистичне вживання (М. Фуко, А. Греймас, Ж. Дерріда, Ю. Крістева, М. Пешо та ін.);

- філософсько-соціологічне вживання (Хабермас, цикл соціолінгвістичних досліджень Р. Водак та її колеги з Інституту мовознавства Віденського університету).

Всі три перелічені макророзуміння дискурсу та їх підвиди-різновиди існують паралельно, вступаючи у перманентні взаємодії. Сходяться у синтезі за потреби інтеграційного тлумачення поняття та розпадаються в аналіз за необхідності глибокого детального дослідження.

Показово, що маючи тісний споріднений зв'язок з лінгвістикою тексту, виступаючи синонімом до поняття «літературний стиль», поняття «дискурсу», як таке, не дістало чіткого літературознавчого тлумачення. Очевидним лишається факт перспективності встановлення літературознавчої сутності даного поняття в міждисциплінарному поєднанні, тобто прослідкувавши взаємодії лінгвістики, соціології та літературознавства. Зазначимо, що у цьому огляді ми згадаємо та проаналізуємо лише ті твердження лінгвістів, які стосуються літературознавчого розуміння поняття дискурсу.

Своєю появою поняття "дискурс" та "аналіз дискурсу" завдячують З. Харрису, автору дистрибутивного методу, який у 50-ті роки використав ці поняття для дистрибутивного аналізу не лише окремих речень, але й текстів, розглядаючи їх в контексті супровідної соціокультурної ситуації. У французькій лінгвістичній традиції терміном "дискурс" позначали мову та мовлення взагалі. Згодом "дискурс" почали асоціювати з "лінгвістикою тексту", маючи на увазі вивчення закономірностей формування та функціонування текстів.

Зокрема, на початку 70-х років термін "дискурс" часто вживається як синонім поняття "функціональний стиль", а в словнику термінів з лінгвістики тексту Т.М. Ніколаєвої (1978 р.) зафіксовано саме такі версії тлумачення "дискурсу": "зв'язний текст; усно-розмовна форма тексту; діалог; група висловлювань, зв'язаних між собою за змістом; мовленнєве творення як даність – письмова або усна" [8]. Звідси і походять такі назви як «дискурс Чехова» (стиль Чехова), «дискурс модернізму» (стиль модернізму) та ін.

На думку дослідниці І.Б. Штерн, сприйняття дискурсу як суто "текстової" категорії було зумовлене чотирма тогочасними тенденціями лінгвістики. Першою серед них було намагання вивести синтаксис за межі речення, що і було втілено, наприклад, в макросинтаксисі ван Дейка та в синтаксисі тексту В. Дреслера, одного з засновників лінгвістики тексту. Другою ж, на думку дослідниці, були успіхи у вивченні мовної прагматики, теорії мовленнєвих актів. Трактатування мовлення як соціальної дії стало третьою тенденцією, яка сприяла розумінню дискурсу як суто текстової категорії. Четвертим же моментом було, як ми уже згадували вище, прагнення до інтеграції гуманітарних досліджень, що в свою чергу вимагало дезінтеграції заради розвитку різних сфер лінгвістики як такої [11:87-88].

Проте уже в кінці 70-х та на початку 80-х років ХХ століття поняття "текст" та "дискурс" нарешті розмежовуються. Поняття "текст" починає усвідомлюватися як статичний об'єкт, а поняття "дискурс" – як спосіб його актуалізації в певних ментальних та прагматичних умовах [4].

Проте, збільшується кількість визначень дискурсу в яких останній розуміється як певний текст, утворений з комунікативних одиниць мови – речень та їх об'єднань у більші єдності, які знаходяться у безперервному смисловому зв'язку, що дозволяє сприймати його (тобто текст) як цілісне утворення [див. 3:8].

Дослідниця Ірена Белерт, в свою чергу, теж вважає дискурс «зв'язним текстом», розуміння якого вона виклала у праці «Про одну умову зв'язного тексту» (1978) [2:172].

Враховуючи змістовий аспект, «дискурсом» є «будь-який текст (або частина тексту), в якому є прояви одного й того ж конкретного мотиву» [6:149-171].

В цьому значенні поняття дискурс прирівнюється до поняття «дискурсивного тексту», а останній, в свою чергу є одиницею як літературознавства, так і лінгвістики.

Розмежовуючи поняття «дискурс» та «текст», сучасні дослідники акцентують, що текст як мовний матеріал не завжди являє собою когерентне мовлення, тобто дискурс.

Одну з найбільш відомих та конструктивних програм дослідження дискурсу було викладено спочатку в статті Т. ван Дейка, а потім і в книзі Т. ван Дейка та В. Кінча «Стратегії сприйняття дискурсу» (1978 та 1983 роки). Ця програма розглядає дискурс як складне



когнітивне утворення, аналіз якого потребує структур для репрезентації знань, закладених у дискурс або ініційованих дискурсом, а також структур для репрезентації його концептуальної організації.

На думку ван Дейка, в основі ситуаційних моделей лежать не абстрактні знання про стереотипні події та ситуації – на відміну від ментальних моделей, сценаріїв, фреймів - а особисті знання учасників комунікації, адресатів тексту. Ці особисті знання акумулюють попередній індивідуальний досвід, наміри та настанови, почуття та емоції.

Ван Дейк вважає, що людина розуміє текст тоді, коли вона ідентифікує ситуацію, про яку йдеться в тексті, у власному, суб'єктивному внутрішньому світі, на базі власного, суб'єктивного досвіду, за допомогою власних, суб'єктивних моделей явищ та ситуацій. Цим пояснюються й індивідуальні, і групові розбіжності в опрацюванні соціальної інформації, що ілюструються Ван Дейком на матеріалі дискурсу новин у пресі, а також на моделях сприйняття «етнічного дискурсу» (інформації про міжетнічні конфлікти, формування сукупного «образу етнічних меншин») звичайною, пересічною людиною в умовах цілеспрямованого впливу мас-медіа на читачів [11].

Таким чином, текст є категорією більш загальною, а дискурс – більш конкретною. Обидві ці категорії характеризуються спільними властивостями завершеності, цільності, когерентності. Але не **кожен текст є дискурсом, проте, кожен дискурс завжди є текстом.**

Теорія дискурсу розмежувала з лінгвістикою тексту всі питання, які стосуються сутнісних властивостей тексту як мовної одиниці вищого рівня, а також питання структури дискурсу, елементів дискурсу та способів його сегментації [1].

Дискурсний аналіз, в свою чергу, розглядає такі питання:

- теорія мовленнєвих актів;
- соціолінгвістика взаємодій;
- етнографія комунікації;
- прагматика;
- аналіз розмов;
- варіативний аналіз (en: Variation analysis).

Першим, хто закріпив за терміном "дискурс" нове значення, а саме: "мовлення, невід'ємне від того, хто говорить", або "мовлення плюс той, хто говорить", був Е. Бенвеніст. А вже у 80-90-ті роки трактування дискурсу як складної комунікативної події, що включає, поряд з текстом, і екстралінгвістичні фактори (знання про світ, думки, настанови, цілі адресата) стає панівним. Водночас виникає проблема спеціальних методів дослідження дискурсу.

У 90-ті роки ХХ сторіччя структурно-орієнтована парадигма дослідження дискурсу (до речі, анітрохи не втративши своєї актуальності) поступається місцем новій парадигмі, яка тлумачить дискурс, за образним висловлюванням Ю.С. Степанова, як "мову в мові", що дозволяє створювати в мові будь-які "можливі (альтернативні) світи". Звідси Ю.С. Степанов виводить ще одну узагальнюючу гіпотезу: чи не є дискурс завжди, в тому числі і в наш час, виразом певної міфології?

За Ю.С. Степановим, дискурс описує фрагменти історії закритих систем, а в межах кожної закритої системи, тобто дискурсу, існують свої факти та причини, що не є релевантними для інших дискурсів.

Ю.С. Степанов конкретизує та роз'яснює поняття "дискурс" у цьому контексті як спеціальне використання мови для виразу особливої ментальності, деякої особливої ідеології. Свою концепцію дискурсу як «мови в мові» Ю.С. Степанов ілюструє докладним аналізом відомої роботи франко-швейцарського лінгвіста та культуролога Патрика Серіо «Аналіз радянського політичного дискурсу».

Отже, сучасний науковий підхід розглядає дискурс як одну з найважливіших форм життєвої практики людини та визначає його як певне складне комунікативне явище, яке крім тексту включає екстралінгвістичні фактори (знання про світ, думки, установки, цілі адресата), які є необхідними для розуміння тексту.

Для створення літературознавчого визначення поняття дискурсу, на думку російського дослідника Ю. Руднева, цікавими є три з восьми значень слова «дискурсу», наведені Патриком Серіо в книзі «Квадратура смисла»:

1) «мовлення» у розумінні Соссюра, тобто будь-який конкретний вислів;  
2) в межах теорії висловлювання або прагматики – вплив висловлювання на адресата та його внесок у «висловлювану» ситуацію (що передбачає суб'єкта висловлювання, адресата, момент та певне місце висловлювання);

3) позначення системи обмежень, які накладаються на необмежену кількість висловлювань в силу певної соціальної або ідеологічної позиції (наприклад: "феміністичний дискурс", "адміністративний дискурс") [9: 26].

Звернімось до визначення словника термінів лінгвістики тексту: «Дискурс (франц. discours, англ. discourse) – це: 1) зв'язний текст; 2) усно-розмовна форма тексту; 3) діалог; 4) група висловлювань, пов'язаних між собою за смыслом; 5) мовленнєвий витвір як даність – в письмовій або усній формі» [8: 479].

Акцентуючи «мовленнєвий аспект» дискурсу, французькі дослідники Гійому, Мальдідьє, вслід за Бенвеністом, приходять висновку, що «дискурс не є простою сумою фраз, при народженні дискурсу відбувається розрив з граматичною будовою мови» [5: 124]. Цей розрив полягає у процесі своєрідного «присвоєння мовлення мовцем» у процесі комунікативного акту. Таким чином, дискурс – це певний емпіричний об'єкт, який містить формальні елементи «присвоєного мовлення» [5: 124].

Цей процес «присвоєння» є підтвердженням того, що дискурс може трактуватися як **індивідуальний над-мовний код** (тобто набір формальних елементів), який підпорядковує собі (аж до розриву) граматичну структуру мови. Аби зрозуміти (розкодувати) цей дискурс, читачу/лінгвісту необхідно прикласти певних зусиль, спрямованих на «підключення» до коду дискурсу.

Третє значення дискурсу за П. Серіо можна звести до двох основних положень, важливих для літературознавчого розуміння:

1) слова змінюють свій зміст залежно від мовця [5: 142];  
2) ці зміни призводять до звуження діапазону значень, через певну систему установок мовця, його ідеологію (що особливо важливо для літературознавчого розуміння дискурсу).

Врахувавши літературознавче значення поняття «дискурсу» на зіткненні лінгвістичних координат, Ю. Руднев пропонує своє визначення «дискурсу» як літературознавчої категорії: «Дискурс – певний вимір тексту у вигляді ланцюга/комплексу висловлювань (тобто певний процес та результат мовленнєвого (комунікативного) акту), який передбачає внутрішні синтагматичні та парадигматичні відношення між системотворчими формальними елементами та виявляє прагматичні ідеологічні установки суб'єкта висловлювання, які обмежують потенційну невичерпність значень тексту».

Поняття дискурсу як елементу метамови літератури найбільш повно розкрито у представників структуралізму, зокрема в роботах Цветана Тодорова. Дослідник Тодоров пише: «В літературознавчих дослідженнях правила, які властиві дискурсу, зазвичай розглядаються в розділі «жанри» (іноді «стилі» або «модуси» і т.п.) [10: 367].

Проте, ми не можемо ставити знаку рівності між цими поняттями. Адже у літературознавстві дискурс розуміють «як сукупність висловлювань, що стосуються певної проблематики, розглядаються у взаємних зв'язках із цією проблематикою, а також у взаємозв'язках між собою» [7: 148].

В межах різних літературознавчих дискурсів інколи виокремлюють так звані **архетексти**, або конститутивні дискурси, які окреслюють і визначають дискурси похідні чи вторинні. Такими архетекстами, на думку Е. Касперського, є для християн Біблія, для філософів – діалоги Платона, в українській літературі – твори Т. Шевченка, І. Франка [7: 148-149].

Теорія літературознавчого дискурсу, як правило, керується думкою, що незважаючи на велику кількість різновидів дискурсу, у всіх них діють спільні засади і правила, спрямовані на пошук взаєморозуміння людей між собою. А це, в свою чергу, провокує дослідження дискурсу поза етнічними, расовими, часовими та просторовими межами.

Цей факт кардинально змінює тлумачення дискурсу як метамови за Ю.Руднєвим, який вважає, що кожна нова дискусійна парадигма накладає певний ряд обмежень, які максимально обумовлюють кожен звук, не тільки слово, що мислиться як протиположність «вільної побудови» Романа Якобсона.

Отже, підсумовуючи вище зазначене, можна зробити наступні висновки: поняття «дискурс» як і текст характеризуються параметрами завершеності, цільності, зв'язності та ін. (тобто усіма властивостями тексту); дискурс в літературознавстві розглядається одночасно як процес (в ширшому розумінні з урахуванням взаємовпливів соціокультурних, екстралінгвістичних та комунікативно-ситуативних факторів); як результат, представлений у вигляді фіксованого тексту. Використовуючи літературознавче твердження про необмеженість літературознавчого дискурсу, ми прийшли до висновку про **розширення**, а не обмеження дискурсивних парадигм, які накладаються на певний текст, що обумовлюється самою специфікою і природою дискурсу (його спрямованістю до універсалізму, міждисциплінарністю його дослідження тощо). Саме цей напрямок дослідження «дискурсу» як елементу літературознавчої метамови ми вважаємо найбільш перспективним з наукової точки зору.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бабаян В.Н., Круглова С.Л. Теория дискурса в системе наук о языке. (WWW URL) <http://www.uspu.yar.ru>.
2. Беллерт И. Об одном условии связности текста // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. VIII. Лингвистика текста. – М.: Прогресс, 1978. – С. 172.
3. Борботько В. Г. Элементы теории дискурса. Грозный, 1981.
4. Ван Дейк Т. А. (1998). К определению дискурса. [WWW-документ] URL <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>.
5. Гийому Ж. Мальдидье Д. О новых приемах интерпретации, или проблема смысла с точки зрения анализа дискурса // Квадратура смысла. – М., 1999. – С. 124-136.
6. Кох В. А. Предварительный набросок дискурсивного анализа семантического типа // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. VIII. Лингвистика текста. – М.: Прогресс, 1978. – С. 149-171.
7. Лексикон загального та порівняльного літературознавства. – Чернівці: Золоті литаври, 2001. – 636 с.
8. Николаева Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики текста // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. VIII. Лингвистика текста. – М.: Прогресс, 1978.
9. Серио П. Как читают тексты во Франции // Квадратура смысла. – М., 1999. – С. 12-53.
10. Тодоров Ц. Понятие литературы // Семиотика. – М., 1983. – С. 355-369. [http://www.zheltydom.narod.ru/literature/txt/discours\\_jr.htm](http://www.zheltydom.narod.ru/literature/txt/discours_jr.htm).
11. Штерн І.Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики. Енциклопедичний словник для фахівців з теоретичних гуманітарних дисциплін та гуманітарної інформатики. – К.: «АртЕк», 1998. – 336 с. (Трансформація гуманітарної освіти в Україні).

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Інна Лівницька** – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри практики германських мов Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* компаративістика, художній переклад, текст, дискурс.

## **КОНЦЕПТУАЛЬНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ СТАТЕЙ З АНГЛОМОВНИХ НАУКОВИХ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ (ПРОФЕСІЙНИХ) ЖУРНАЛІВ**

**Олег ЄРЧЕНКО ( Львів, Україна )**

*Проаналізовано статті з американських медичних журналів з метою виділити всі рубрики та вивчити їх особливості в дискурсивній, структурно-семантичній та риторичній будові. З'ясовано причини винесення/не винесення анотацій до журнальних статей та висвітлено призначення та загальну специфіку прагматичного припису. Зроблено висновок про різну специфіку і типологію статей та їх приналежність до єдиного професійного типу медичних журналів.*

*The articles from American medical journals have been analyzed, with the aim to differentiate all the sections and study their specific features in the structure and semantics of their discourse. The reasons for inclusion/not inclusion of abstract to the journal articles has been assessed and general peculiarities of pragmatic purpose have been asserted. The conclusion has been made about different types of articles, despite their reference to the common professional type of medical journals. It is claimed that the types of article discourse in various sections differ in their paradigmatic contextuality, but strict classification is observed in the articles included into this or that section of the given journals.*

В основі будь-якого професіоналізму лежать ґрунтовні знання з тієї сфери, у якій доводиться працювати. Професійна комунікація через періодичні видання є найважливішим засобом спілкування між науковцями.

В наш час ринок все більше визначає характер та напрям освітянських процесів, іншомовна компетенція є необхідним компонентом повноцінної професійної діяльності

спеціаліста, що є одним із положень Болонського процесу. Іноземна мова дає ключі до одержання інформації та допомагає ширше використовувати та поширювати результати наукових пошуків, обмінюватись інформацією. Тому знання щодо організації наукової інформації, відбору необхідного матеріалу за фахом є важливим компонентом при читанні англomовних журналів.

Ієрархія англomовних медичних журналів формується, виходячи з прагматично-функціональних та формальних параметрів статей, які в них публікуються. Згідно з цим, статус даних журналів умовно класифікується трьома видами – професійним, напів-/квазіпрофесійним («гібридним») та науково-популярним. На основі комплексного застосування вищезгаданих методів нами здійснено відбір ряду типових медичних журналів найвищого типу ієрархії (професійних/вузькоспеціалізованих), що публікуються в США.

В англomовних спеціалізованих (професійних) журналах існує цілий ряд статей різної структури, мотивації, адресації та величини. Усі вони розподілені в різних розділах (рубриках) того чи іншого періодичного видання. У журналі *The American Journal of Anesthesiology (AJA)*, наприклад, ми виділили сім таких розділів: *Guest Editorial, a Review Paper, an Original Study, a Case Report, Issues in Airway Management, Web Site Reviews, Abstracts*. У *The Journal of Thoracic and Cardiovascular Surgery (JTCS)* ми виявили статті з *Editorials*, а також такі, що діляться на окремі види галузі. Журнал *The Journal of American Medical Association (JAMA)* надає в середньому аж 22 розділи, *The New England Journal of Medicine (NEJM)* – 8, *Mayo Clinic Proceedings (MCP)* – 11.

Хоча об'єктом наших досліджень були статті, до яких долучено анотації (тому що саме анотація є важливим ключем до пошуку інформації), нашим першочерговим завданням було виділити всі рубрики та вивчити їх особливості в дискурсивній, структурно-семантичній та риторичній побудові статей, що у них вміщені. Це пояснюється необхідністю в диференційному аналізі усіх типів рубрик для з'ясування причин винесення чи не винесення анотацій до їхніх статей у світлі природи та характеристик цих статей.

За основу при такому аналізі ми пропонуємо взяти журнал *JAMA*, що найповніше представляє всю різноманітність рубрик, і до цієї характеристики додати порівняльний аналіз рубрик інших журналів (тотожних, аналогічних чи специфічних).

Центральною фігурою журналу *JAMA* є «кластер» під назвою *Reports of Original Data*. Під терміном «кластер» ми розуміємо сукупність різних секцій у науковому журналі, об'єднаних спільною прагматичною настановою статей, що у них вміщуються, яка відображається у їх дискурсивній структурно-семантичній та риторичній побудові.

У цьому кластері секцій вміщено науково-експериментальні статті, що несуть повідомлення від першоджерел про певні дослідження в медичній галузі. Суб'єкти цього кластеру є стрижнем медичної та наукової комунікації. Ключовими аспектами контролю за якістю і прогресом у науковій та медичній сфері є критична оцінка та реплікація (копіювання) результатів таких повідомлень. Клінічне застосування таких досліджень має найбільшу вагу для практичної медицини, як зазначається в *American Medical Association Manual of Style* [ 3 ]. Американські медичні журнали загалом категоризують повідомлення від першоджерел про певні дослідження під секційними назвами *Original Articles, Original Contributions*, або *Original Reports (JAMA), Original Articles* та *Special Article* зі статтями аналогічної структури, призначення та формату у журналі *NEJM, Original Articles* у журналі *MCP*, так само як і журнал *JTCS*, що дотримується такого ж формату статей цього кластеру з єдиною специфікою представлення описів-повідомлень виключно про окремі галузі медицини: торокальну та серцево-судинну хірургію.

Ці титульні назви секцій роблять акцентацію на результатах останніх (нових) досліджень, які автори виносять як об'єкт комунікації. Ще однією секцією (рубрикою) з подібним призначенням є *Brief Reports*. Вона несе у своїх комунікативних парадигмах аналогічне функціональне навантаження, однак відрізняється від споріднених секцій об'ємом, тобто більшою стислістю (компресією) інформації, що подається. За аналогією даної секції можна виділити рубрику *An Original Study* в журналі *AJA*, що відповідає всім параметрам рубрики *Brief Reports* в журналі *JAMA*, причому інші види секцій даного кластеру тут не включаються.

Окремим видом даного кластеру є секція, що пропонує виклад про дослідження, в основному питань фізіології чи патології, під назвами *Research Reports/ Clinical Investigations*. Ця секція присутня виключно в журналі *JAMA*, оскільки останній не обмежується вузькоспеціалізованою тематикою лише з однієї галузі, як, наприклад, *Cell Growth and Differentiation (CGD)*, журнал з молекулярної біології під егідою Американської Асоціації Досліджень Раку (*American Association for Cancer Research*).

І, нарешті, ті повідомлення, які інформують про попередні результати, включаються в окрему рубрику кластеру під назвою *Preliminary Communications*. Таку секцію нами було виявлено виключно в журналі *JAMA*, в той час як інші журнали такої секції окремо не виділяють.

Хоча на даному етапі нашого дослідження ми не ставимо собі за мету проводити детальніший аналіз статей секцій чи кластерів, які ми виявили, а лише висвітлити їх завдання/призначення та загальну специфіку прагматичного припису, однак тут вважаємо за необхідне попередньо зазначити, що статті рубрик даного кластеру дотримуються традиційного (встановленого) формату і, відповідно, композиційної структури під умовною назвою *IMRAD (Introduction, Methods, Results and Discussion)* [3 : 3].

Такий формат може позначатись і зміненим акронімом до *AIMRAD (Acknowledgements, Introduction, Methods, Results and Discussion)* при акцентації ролі анотації як елемента мегатексту цього типу статті, «роль якої значно зросла в добу розширення інформаційного поля та електронних баз даних» [3 : 3].

Підсумовуючи огляд кластеру *Reports of Original Data*, слід зазначити, що практично у всіх вищезгаданих журналах ми виявили відповідні рубрики, хоча, можливо, найближче до секційної диференційованості та типологізації журналу *JAMA* стоять *MCP* та *NEJM*. Щодо *JTCS* та *CGD*, то така диференційованість рубрик проявляється у меншій мірі, що пояснюється частково вужчою спеціалізацією останніх і політикою редакторів (редколегій) цих журналів стосовно вмісту публікацій. Це стосується не лише секцій даного кластеру, але й усіх інших секцій і кластерів цих журналів.

Попри це, даний кластер все ж представлено в *JAMA* ширше, ніж в інших споріднених журналах, і в ньому спостерігається т.зв. «секційна градація», тобто експліцитність представленої інформації та диверсифікація внутрішньої структури статей звужується від рубрики до рубрики: від їх максимальної представленості у тих секціях, де повідомляється про останні здобутки в тій чи іншій галузі медицини самим адресантом, який подає на розгляд читача (адресата) власну (чи як член команди, що проводить клінічне дослідження), статтю, до більшої компресованості подаваної інформації з тим же об'ємом контекстуального поля або звуженням його до окремих галузей медицини у проміжних секціях кластеру.

Згідно з градацією, яку ми умовно проводимо, секції *Original Articles*, *Original Contributions* та *Original Reports* в журналі *JAMA*, разом з вищевказаними аналогічними секціями інших журналів, займають її найвищий ступінь, а секції *Brief Reports*, *Research Reports/Clinical Investigations* та *Preliminary Communications* з варіаціями в назві – нижчий.

Окремою й не менш обширною секцією медичних спеціалізованих журналів виступає рубрика *Review Articles*. Для нашого опису та секційної класифікації ми приймаємо саме цю назву як універсальну, що не суперечить секційним назвам інших журналів: *A Review Paper (AJA)*, *Review(s)* та *Concise Reviews for Clinicians (MCP)* та *Review Article (NEJM)*. Оглядові статті, що вміщуються до неї, на противагу до рубрик кластеру *Reports of Original Data*, ставлять за мету співставити та підсумувати певну наявну (доступну) інформацію на ту чи іншу тему. Статті розраховані на те, щоб адресат оцінював повідомлення, які вони несуть, як дороговкази для себе при прийнятті клінічних рішень, тому вони мають велике практичне значення для спеціалістів у галузі медицини.

Аналізуючи статті цієї рубрики, ми виділили їх певні спільні особливості (попри певну індивідуальну специфіку залежно від періодичного видання, де вони вміщуються), а саме: (1) системність оглядів, що проводяться; (2) практична відсутність надмірного впливу поглядів та застережень з боку авторів; (3) специфікація тих методів, які адресатові потрібно знайти й

вибрати; (4) підсумування інформації з метою мінімізувати упередження з боку адресата та небезпеку випустити важливі дані.

Деякі оглядові статті застосовують мета-аналіз, тобто ряд статистичних засобів, що поєднують кількісні результати незалежних одне від одного клінічних досліджень.

Вимогою з боку Американської Медичної Асоціації щодо форми статей цієї рубрики є представлення та аргументація тих методів, що використовуються автором при здійсненні огляду. При спільності характеристик цих статей на екстралінгвістичному рівні їх текстуальна структуризація різниться, залежно від вимог того чи іншого журналу. Тут ми не спостерігаємо жодного дотримання певного уніфікованого формату статті, який залежить від конкретної теми та учасників дослідження, при слідуванні загальним вимогам щодо науковості та професійності стилю та способу подання інформації.

Важливим елементом оглядової статті, як і статей кластеру *Reports of Original Data*, є анотація. Лише в *NEJM* анотація до цих статей не додається. Однак, про особливості її в цьому контексті тут мова не йтиме.

У журналі *JAMA* (як і в інших американських журналах, за певними винятками (напр., *CGD* та *JTCS*)) окремим кластером виступають т.зв. «описові» статті (*Descriptive Articles*), які вміщено в рубрики *Case Reports*, *Clinical Observations*, *Special Articles* чи *Special Communications (JAMA)*, *Case Reports* та *Special Article (MCP)*, *Special Article*, *Case Records* та *Sounding Board (NEJM)*. Як бачимо, в *JAMA*, знову ж, представлено найбільше секцій цього кластеру. Маючи схожість з рубриками та статтями кластеру *Reports of Original Data*, вони, однак, містять описи чи спостереження автора з неповною (або імпліцитною) систематизацією матеріалу про його дослідження. З метою досягнення відповідності стилю свого письмового твору науковому спеціалізованому медичному журналу, їх автори здійснюють власний опис в контексті теми статті для стимулювання ходу дослідження або проводять необхідне окреслення тем, що представляють особливий інтерес для читачів журналу. З тієї причини, що наукова цінність простих повідомлень про клінічний випадок є доволі обмеженою, чимало медичних журналів (практично всі, які ми розглядаємо) схильні вміщувати їх у рубриці *Letters to the Editor* та публікувати лише у разі проведення автором унікального спостереження, що заслуговує на системне дослідження. У ряді медичних журналів (напр., *JAMA*, *NEJM*) такі повідомлення про клінічні випадки служать освітнім цілям. У цьому контексті вони, зазвичай, публікуються як комбінований матеріал з описом клінічного випадку та оглядом основних питань, піднятих під час дослідження цього випадку.

У структурному плані статті цієї рубрики не мають усталених норм щодо стандарту формату. Цікаво, що навіть до такого типу статей деякі журнали додають коротку неструктуровану анотацію (*MCP*, *JAMA*).

Ряд американських медичних спеціалізованих журналів часто вміщують рекомендації для діагностики, лікування та профілактики різних розладів/захворювань, розроблених урядовими та приватними медичними організаціями США. Такі рекомендації стосуються відповідних клінічних рішень і розробляються, як правило, групою експертів після їх оцінки доступних прикладів таких розладів/захворювань. Для цих рекомендацій у журналі *JAMA* виділяється спеціальна рубрика «*Clinical Practice Guidelines and Consensus Statements*», що розбивається на дві підрубрики залежно від контексту, в якому створюється та чи інша рекомендація: «*Consensus Statements*» вміщує рекомендації, прийняті внаслідок консенсусу групи спеціалістів на певній нараді, конференції, тощо, та «*Clinical Practice Guidelines*», вказівки щодо клінічної практики (які деколи називають «параметрами практики»), розроблені в контексті поточної ситуації. Публікації цього типу в обов'язковому порядку вказують ім'я спонсора та експертів-учасників, подають опис-аргументацію в підтримку даної рекомендації, а також спосіб, за допомогою якого було зроблено висновки щодо її змісту. І в цьому випадку подекуди долучаються структуровані анотації.

Щодо інших журналів, то які-небудь окремі рубрики для рекомендацій ми не виявили.

Наступною рубрикою, яку ми виділили окремим кластером, є т.зв. «*Articles of Opinion*», де висвітлюються погляди редактора або політика журналу. Автором таких коротких есе (статей від редактора/редакції) є сам редактор, член редколегії або запрошений спеціально

для цього автор. Специфікою даних статей є коментування змісту певної статті чи статей, опублікованих у тому ж номері журналу, з включенням додаткового контексту та погляду автора стосовно висновків, зроблених у статті, що коментується.

Окрім того, статті від редакції можуть використовувати й окрему тему для розгляду читачів. При цьому слід зазначити, що якщо, наприклад, газетні передовиці, зазвичай, анонімні, тобто без вказівки на адресата, і, звідси, з певним стильовим оформленням такої статті, то в медичному журналі у зв'язку з підвищеною увагою щодо авторської відповідальності в медичних виданнях, додавання імені редактора/автора стало загальною практикою і нормою.

Цей кластер поділяється на декілька секцій під назвами *Commentary*, *Sounding Board*, *Viewpoint* чи *Controversies (JAMA)*, *Editorial (MCP)*, *Editorials* та *Sounding Board (NEJM)*, *Editorial* (з додавання теми) (*JTCS*), *Guest Editorial (AJA)*, залежно від суб'єктивного підходу адресанта до висвітлення певного питання та риторичну спрямованість самої статті. Це особливо стосується журналу *JAMA*, де таких секцій аж чотири. Їх цільовий припис видно за самими назвами секцій (напр., у секції *Commentary* проводиться коментар питання, що розглядається, секція *Viewpoint* розрахована на статті з висвітленням суб'єктивного погляду на певне питання, а в *Controversies* здебільшого публікуються розмірковування адресанта над певним питанням чи ситуацією та їх аналіз в контексті протиріч, які виникають серед науковців у плані їх розуміння та/чи інтерпретації.

Уже згадана нами в цьому огляді секція «*Letters to the Editor*» часто виступає під назвою «*Correspondence*». Ця секція виникла в журнальних виданнях відповідно до рекомендацій Міжнародного Комітету Редакторів Медичних Журналів (*International Committee of Medical Journal Editors*), у яких зазначено, що листи до редакції «є важливим та суттєвим аспектом огляду опублікованих попередньо статей», і вважається за доцільне, щоб біомедичні журнали «вміщували секцію з коментарями, запитаннями або критичними зауваженнями до статей, які ці журнали публікували, з можливістю подальшої реакції у відповідь з боку авторів цих статей» [7 : 927-934]. Листи, які містять коментарі до статей, що публікувались у тому ж журналі, та реакція на них авторів самих статей покликані забезпечувати активну і важливу взаємодію між адресантом та адресатом і є ще одним свідченням діалогічності характеру наукової письмової комунікації в галузі медицини.

Іншим видом листів, які вміщуються у дану секцію, є такі, що повідомляють дані про певне дослідження від першоджерела, займаються описом проблеми, повідомляють про конкретний клінічний випадок або ж виражають погляд на певне питання.

Важливими у публікаціях журналів (*JAMA*, *NEJM*, *MCP*) є огляди книг, періодичних видань та нових засобів комунікації (наприклад, веб-сайтів). Рубрика під аналогічною назвою «*Reviews of Books, Journals, and New Media*» розрахована на адресата, який має на меті знайти опис нової письмової (та іншої) продукції та оцінку її якості співвідносно до аналогічних наявних видів продукції. Форма і спосіб подання інформації у таких статтях базуються на описі та характеристиці певної проблеми, причому вони можуть розширювати контекст піднятого питання. У цій рубриці адресат має змогу використовувати довільне стилістичне, тематичне та риторичне оформлення повідомлення (воно може бути індивідуальне чи довільне) при здійсненні критичного огляду.

І, нарешті, серед публікацій, що вміщено у журнали, ми виділили ще одну групу, яка не підпадає під жодну з вищезазначених секційних категорій. Прикладами таких публікацій є рубрики «*A Piece of My Mind in JAMA*», «*News Articles*», «*Reports on Conferences*», «*Poetry*», «*Obituaries*» та «*Articles based on Clinical Photographs*», «*JAMA 100 Years Ago*», «*Classified Advertising and Announcements*», тощо, (*JAMA*), «*Events of Interest*», «*Announcements*» (*JTCS*), секції «*New AJA Board Member*», «*CME Test*», «*Career/Professional Opportunities*», тощо в кластері «*Announcements*» (*AJA*), «*Business Information*», «*Historical Profiles of Mayo Clinic*», «*Meetings Scheduled*», «*Professional Opportunities*», тощо (*MCP*), «*Notices*» (*NEJM*), «*Instructions for Authors*» (*CGD*). Поява таких публікацій у журналах спорадична і їх розгляд не входить у сферу наших досліджень з вищезгаданих причин.

На основі здійсненого нами огляду ми можемо зробити попередні висновки щодо типології американських професійних медичних журналів на основі їх секційної структурованості.

По-перше, взяті нами на розгляд журнали виявляють різну специфіку і типологію попри їх приналежність до єдиного, професійного типу медичних журналів.

Якщо в журналах *JAMA*, *NEJM* та *MCP* секції представлено у ширшому об'ємі, причому в них ми виділили ряд кластерів, які об'єднують секції з однаковим цільовим приписом, що пояснюється ширшим обсягом питань, які в них розглядаються, тобто їх багатогалузевістю, то журнали *CGD*, *AJA* та *JTCS*, в силу своєї вузькоспеціалізованої природи мають більш одноманітну секційну диверсифікацію.

По-друге, у секціях та кластерах даних журналів представлено статті різного призначення, стилю, риторичної спрямованості різних цільових приписів, тем, змістів, причин, з яких вони створюються, тощо. Іншими словами, типи дискурсу статей в різних секціях різняться в плані їхньої парадигматичної контекстуальності.

По-третє, спостерігається чітка класифікаційна оформленість статей, які вміщуються у ту чи іншу секцію даних журналів.

Слідом за В.Н.Акентьевою [1 : 42, 147] та С.М. Юдіною [2 : 44], ми виділяємо тут статті з різними композиційно-мовленнєвими формами за типом змісту: повідомлення (оповідь), опис, розмірковування. Згідно з цими мовознавцями, внутрішній логічний зміст цих форм у загальних рисах визначає характер викладу, за яким виділяються науково-теоретичні, науково-експериментальні та оглядові статті. Згідно з С.М. Юдіною, в основі логічного змісту науково-теоретичної статті лежить композиційно-мовленнєва форма «розмірковування», науково-експериментальної – «опис», оглядової статті – «повідомлення».

В основі структури першого типу текстів лежать причинно-наслідкові відношення, другого типу текстів – просторові відношення між об'єктами, їх опис за допомогою кількісно-якісних характеристик. Третій тип текстів – оглядові статті – відображають часову послідовність дій, подій [2:44]. Проте, на основі прагматико-функціонального аналізу секцій наукових медичних спеціалізованих журналів ми виявили, що дана класифікація не дозволяє у повній мірі типологізувати статті тієї чи іншої секції. Ми пояснюємо це тим, що медична журнальна періодика представлена статтями з ширшим і більш розгалуженим полем, де композиційно-мовленнєві форми «розмірковування», «опису» та «повідомлення» притаманні не лише виключно одному окремому типові статті. Вони можуть бути присутні частково або повністю разом в окремих видах статей.

Проведений докладний аналіз основних секцій та кластерів на основі когнітивно-прагматичного підходу показує, що їх диференціація зумовлена різною мотивацією, адресацією, структурою та величиною.

У кластері «*Reports of Original Data*» представлено статті-звіти від першоджерел про вузькоспеціалізовані дослідження в галузі медицини, що є стрижнем медичної та наукової комунікації, виходячи з їх основного призначення – клінічне застосування результатів, представлених у них. Рубрики даного кластеру мають свою специфіку і градацію, залежно від періодичного видання, в якому вони вміщені, та приписів адресанта щодо теми, яка висувається. Статті даного кластеру дотримуються уніфікованого (стереотипного) формату і композиційної структури згідно з вимогами редколегії того чи іншого журналу чи організації, якій журнал підпорядкований. Важливим елементом мегатексту статей даного кластеру, як і кластеру «*Descriptive Articles*» та секції «*Review Articles*» є анотація.

Секція «*Review Articles*» представлена оглядовими статтями, мета яких співставлення та підсумування інформації на певну медичну тему, розрахованих на оцінку та подальше клінічне застосування адресатом повідомлень, у них вміщених. Спостерігається варіативність назви секції, залежно від журналу, так само як і текстуальна структуризація оглядових статей при спільності їх характеристик на екстралінгвістичному рівні.

У більшості журналах окремим кластером виступають описові статті, що вміщуються в різні рубрики різних журналів, найбільша кількість яких представлена в журналі *JAMA*. Цей тип характеризується вміщенням описів та/чи спостережень адресанта з теми дослідження з неповною (/імпліцитною) систематизацією подаваного матеріалу. Статті цієї рубрики не



мають ustalених норм щодо стандарту формату. Ряд медичних журналів (MCP, JAMA) додають в мегатекст статей цієї секції анотацію.

Інші рубрики згаданих журналів містять статті виключно без анотацій. В секції «*Articles of Opinion*» висвітлюються погляди редактора чи політики того чи іншого журналу у формі коротких есе, причому автором може бути сам редактор, член редколегії або спеціально для цього запрошений автор. Специфікою статей секції є коментар з включенням додаткового контексту та погляду автора стосовно висновків у коментованій ним статті. На відміну від інших друкованих одиниць, наприклад газетних передовиць, специфіка галузі медицини вимагає додавання імені автора такого типу статті. Секція «*Letters to the Editor*» є свідомим комунікативним скерованим науковою медичною періодикою на діалог між адресантом та адресатом, статті якої покликані забезпечувати активну взаємодію між ними. В окремих журналах, а саме тих, які не зосереджуються на вузькоспеціалізованій тематиці, включено секцію оглядів нових книжкових, журнальних та комп'ютерних видань, що базуються на описі й характеристиці нової письмової продукції. Всі інші секційні категорії представлені у відібраних нами журналах спорадично і не представляли інтересу для нашого дослідження.

Здійснений нами огляд типологізує американські професійні медичні журнали на основі їх секційної структурованості, відводячи їх до єдиного професійного типу медичних журналів попри різну специфіку представленого в них матеріалу. Ті журнали, де висвітлюється ширший обсяг питань з різних галузей медицини, мають розгалуженішу секційну диверсифікацію у порівнянні з вузькоспеціалізованими журналами. Типи дискурсу статей в різних секціях відрізняються в плані їх парадигматичної контекстуальності, однак спостерігається чітка класифікаційна оформленість статей тієї чи іншої рубрики.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Аментьева В.Н. Типологические характеристики научных статей и некоторые трудности их понимания // Текст как важнейшая единица коммуникации (в диахронии и синхронии). К., 1984. – С.137-142.
2. Юдина С.М. Способы выражения личного дейксиса в английском научно-техническом тексте: Дис... канд.филол. наук. – К., 1994.
3. AMAMS - American Medical Association manual of style: a guide for authors and editors. – 9<sup>th</sup> ed. // Cheryl Iverson (chair) ... [et al.] – Williams and Wilkins, 1998. – 660 p.
4. AJA – The American Journal of Anesthesiology // Years 1991 – 1999.
5. CGD – Cell Growth and Differentiation // Years 1991 – 1999.
6. JAMA – The Journal of American Medical Association // Years 1991 – 1999.
7. International Committee of Medical Journal Editors Uniform requirements for manuscripts submitted to biometrical journals // JAMA, vol. 277, 1997. – Pp.927 – 934.
8. JTCS – The Journal of Thoracic and Cardiovascular Surgery // Years 1991 – 1999.
9. MCP – Mayo Clinic Proceedings // Years 1991 – 1999.
10. NEJM – The New England Journal of Medicine // Years 1991 – 1999.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА:

**Олег Єрченко** – здобувач кафедри іноземних мов для гуманітарних факультетів Львівського національного університету імені Івана Франка.

*Наукові інтереси:* академічне письмо, ESP (англійська мова для спеціальних цілей), дискурсні студії, семантика.

## **МАНІПУЛЯТИВНА ФУНКЦІЯ СЕМАНТИЧНИХ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ**

**Наталя МОЛОДЧА (Харків, Україна)**

*У статті розглянуто маніпулятивний потенціал семантичних okazіоналізмів, проаналізовано специфічні семантичні компоненти інновацій, актуалізація яких в політичних текстах забезпечує сугестивний ефект.*

*Manipulative potential of semantic nonce words is considered in the present article. Specific semantic components of innovations which provide for suggestive effect in political discourse are analyzed.*

Функціоналізм є магістральним напрямком сучасного мовознавства, в рамках якого мовні явища аналізуються з точки зору виконуваних ними функцій [10; 13; 2]. На сьогоднішній день недостатньо вивчені функціональні характеристики семантичних okazіоналізмів – інновацій, що поєднують узуальну форму з okazіональним значенням (подальше CO). Серед функцій okazіонального слова більшою мірою увагу дослідників привертають номінативно-пізнавальна, комунікативна і прагматична. У цій роботі ми хотіли

б розглянути СО як засіб реалізації маніпулятивного впливу. Її **актуальність**, таким чином, обумовлена відсутністю як подібних досліджень у вітчизняній лінгвістиці, так і єдиної універсальної теорії маніпулятивного впливу, загальноприйнятої дефініції маніпулювання (вербальної маніпуляції), розробленого понятійного апарату розглядання цього феномену.

**Об'єктом** дослідження виступає маніпулятивна функція СО, а **предметом** аналізу є засоби її репрезентації в політичному дискурсі США. Як матеріал дослідження нами вибрані СО біблійного походження (СО-біблеїзми), широке використання яких у різноманітних сферах комунікації сучасних американців в широкому сенсі обумовлено християнсько-протестантською традицією. **Мета** роботи полягає в спробі виявити маніпулятивний потенціал СО-біблеїзмів.

Сучасний етап розвитку суспільства відзначений все більш інтенсивним використанням маніпулятивних технологій в різних дискурсах, що обумовлено рядом факторів, пов'язаних з глибинними і глобальними трансформаціями культури і суспільства. Серед найбільш поширених маніпулятивних засобів вербального характеру виділяють помилкову аналогію, багатозначність, непрямі мовні акти, пресупозиції і багато других [11; 3; 12; 15; 4. Одним з маловивчених, а втім, досить ефективних маніпулятивних засобів, що використовуються у медійних і політичних дискурсах, виступають СО-біблеїзми, що виділяються як одиниці біблійного походження, які отримують оказіональне значення у певному контексті [6; 7].

В присутніх визначеннях мовного маніпулювання підкреслюються ті чи інші аспекти даного феномену. Існують, між тим, обов'язкові фактори, що дозволяють диференціювати маніпулятивну функцію. До них належать такі, як: (а) елементи мовної системи; (б) прихований (тобто не усвідомлюваний адресатом) вплив [3; 5, 16, 12, 19]; (в) наявність стратегії, прийомів [12; 28: 276-277], спрямованих на досягнення (г) перлокутивного ефекту [13; 3; 19]; (д) наявність бажань, установки адресанта [13, 14]. Маніпуляція закладена в асиметрії між планом вираження і планом змісту: послідовність фонем (графем) у мовленні наділяється неузуальним значенням, яке актуалізується в результаті певної установки адресата і обумовлено такою внутрішньою властивістю одиниці, як нечіткість, розмитість меж поняття, що лежить в основі лексичного значення оказіоналізму [18; 2].

Стратегія маніпулятивної мовленнєвої поведінки адресанта будується з урахуванням когнітивно-концептуальної системи адресата. Оскільки реальна система уявлень реципієнта нетотожна системі уявлень адресанта, що втілює приховані наміри, то останньому необхідно перекодувати фрагменти політичної дійсності, пов'язані з персоналіями та ідеологією, в уявлення (коди) реципієнта. Психологія людини така, що вона краще сприймає знайоме і зрозуміле, «рідне» [15; 17; 7]. «Рідні» або архетипічні образи містяться у свідомості індивіда і складають національно-культурний фон нації, а також представляють собою елементи колективного несвідомого [16]. Архетипові образи можуть бути представлені у вигляді архаїчних установок, що визначають світогляд, світовідчуття і світорозуміння, менталітет народу. Матеріалом для архетипових образів служать зорові, слухові, тактильні, смакові та нюхові подання, які формують потужний стимулятор емоційно-оціночної реакції [14].

Значна частка архетипових («рідних») образів у колективній свідомості американців належить образам біблійного походження, а конкретно, образам, властивим протестантській системі цінностей. Біблеїзми міцно увійшли до системи газетних штампів і постійно присутні в побутовому спілкуванні, у мовленні популярних ведучих, журналістів, артистів і таке інше. Свідченням обізнаності американців у релігійній (християнській) сфері є результати опитування, проведеного *Pew Research Council* у 2008 році, згідно з яким 85% американців вважають себе християнами, прихожанами церкви. До прикладів архетипових образів можна віднести *church, pastor, priest, Messiah, Jesus* та інші. «Чужими» для американців можуть стати, наприклад, ортодоксальні поняття *icon, patriarch, Synod* які, незважаючи на їх приналежність до атрибутів християнської віри, не відображають архетипових реалій американської культури. На думку антрополога Леві-Стросу, чужі образи несуть потенційну загрозу сталому порядку і тому не використовуються в текстах пропаганди [16]. Водночас національно-культурні образи не викликають бажання придивитися, підозрювати поганого, досліджувати, чекаючи підступу.

Метод використання СО-біблеїзмів в маніпулятивних цілях може бути представлений наступним чином: проникаючи в глибинні сфери психіки, архетиповий (біблійний) образ вивільняє свій енергетичний потенціал, який діє самостійно, схиляючи реципієнта до сприйняття інформації, яка репрезентується. Так, для характеристики 44-ого американського президента Барака Обама використовується біблійний образ *Messiah*, що дозволяє налаштувати свідомість виборців на прийняття кандидата: **IS BARACK OBAMA THE MESSIAH?** "... *A light will shine through that window, a beam of light will come down upon you, you will experience an epiphany ... and you will suddenly realize that you must go to the polls and vote for Obama.* Безумовно, кандидат не є істинним месією, який сховався з небес, але для того, щоб він і його програма були прийняті суспільством, пропагандистами використовується архетиповий образ в якості ключа до підсвідомості реципієнта, який знижує рівень критичності при сприйнятті пропагованої персоналії та приховує те, що може отримати неоднозначну оцінку в середовищі виборців (наприклад, специфічні політичні установки, деталі з минулого та ін.).

У наступному прикладі *The Gospel according to Clinton* неусвідомлюване нав'язування рецепторів нової ідеї відбувається за рахунок актуалізації широко відомого в даній культурі поняття *gospel*, що належить національно-культурній системі уявлень, яке нейтралізує, заспокоює на мить свідомість реципієнта. Відомо, що у середнього громадянина немає ні часу, ні бажання розбиратися в істинності політичних гасел, мотивів політичних лідерів, тому відбираються біблійні образи, які сприяють некритичному сприйманню пропагованих ідей поміж американців. Важливим фактором у перцепції пропагованої ідеї є формування у свідомості адресата емоційної асоціації між пропагованим об'єктом та архетиповим образом. Завдяки енергетиці архетипового образу, пропагований об'єкт набуває цінності в очах реципієнта.

Актуалізація архетипового образу в семантичному плані СО в політичному дискурсі сприяє реалізації тактичного маніпулятивного принципу: не давати вичерпної характеристики об'єкта номінації, приховувати справжні мотиви та світоглядні установки політика. Ця здатність СО реалізується завдяки асиметрії і дифузності понять, які дозволяють кільком ознакам водночас складати зміст однієї одиниці [1: 158]. Особливо ефективними у реалізації даного принципу є біблеїзми *gospel*, *New Testament*, *New Covenant*, що мають об'ємну понятійну частину. У прикладах *The Gospel according to Gore. While Clinton's gospel was one of "permissiveness" Vice President Al Gore's gospel was pure paganism. While Clinton's gospel was one of "permissiveness" Vice President Al Gore's Gospel Was Pure paganism. In The Gospel According to Oprah, Nelson presents her as the symbol and catalyst for a new American religion; Bill Clinton's 'New Covenant': Re-Visioning an Old Vision (Kevin W. Dean <http://cas.bethel.edu/dept/comm/nfa/journal/vol10no2-3.pdf>)* вказані біблеїзми, приймаючи оказіональне значення «філософія, ідеологія, програма», насправді, лише частково відображають досить об'ємне поняття: «соціально-політична програма кандидата в президенти, (яка складається з безліч пунктів)». Маніпулятивний ефект здійснюється за рахунок передачі в СО-біблеїзмів часткового сенсу – важливі деталі пропагованої ідеї залишаються поза мовної фіксації, приховуються від реципієнта, однак, залишаючись ланками асоціативного ланцюжка, що становить сигніфікат одиниці.

СО-біблеїзми з об'ємним сигніфікатом, як показує наша вибірка, вживаються з початку пропагандистського тексту, зокрема, у заголовках. Зустрівшись з одиницею *New Covenant* у заголовку *What is the significance of Clinton's "New Covenant"?* реципієнт може не зовсім чітко уявляти собі, яке значення приписує СО автор. Навіть якщо справжні мотиви і ідеї автора встановлюються адресатом в процесі розгортання контексту, архетиповий образ робить свій вплив. Актуалізація біблійного образу формує у реципієнта першу і практично непохитну оцінку, т.зв. «імпринтинг, міцно відображеного образу в мозку, який перетворюється на стійку поведінкову програму», нейтралізуючи сприймання важливої для виборця інформації [12: 11]. Здається, що експлуатація архетипових образів типа *new covenant*, які згідні нейтралізувати перцепцію прагматичної філософії Клінтона *If it feels good, do it!* (роби так, як хочеться) і його ліберальних ідей про дозвіл абортів або заохочення гомосексуальних

меншин, сприяла підтримці кандидата та його ідей консервативними американцями на виборах.

Особливе значення має вибір архетипового образу в СО, що реалізує маніпулятивну установку. Як показує наша вибірка, до найбільш ефективних відносяться позитивні образи героїв Біблії (більше 60 онимів з оцінкою «+» з 90 біблійних онимів). У прикладі *The Moses of Italian Unity: Mazzini and Nationalism as Political Religion* італійський лідер руху об'єднання партій з неоднозначною репутацією називається Моїсеєм для поліпшення іміджу серед виборців. Завдяки енергетиці архетипового образу, встановлюється міцна «емоційна зв'язка» між даними образом і пропагованою персоналією [19].

Нерідко щоб притягнути увагу до політиків вищого рангу у СО-біблеїзмах актуалізується не просто позитивний архетиповий образ – навмисно висувається ідеалізований, недосяжний образ (perfect and idealized). Так, Опру Уїнфрі і Барака Обаму нерідко ототожнюють з Богом, Ісусом Христом: Who Does Oprah Think She Is? GOD?!; Newsweek: Obama is God and Great Teacher; Obama Messiah Watch: Is Obama Jesus Christ?. Маніпуляція в даних випадках реалізується за рахунок висування ідеалізованого образу, який притягує увагу реципієнта, паралельно блокуючи (відключаючи) *ratio* свідомості, діючи на емоційний рівень свідомості індивіду.

З метою популяризації відомих фігур у політичному дискурсі використовуються також есхатологічні негативні образи: *Is Prince Harry Antichrist?*; *Is Oprah the Antichrist? We think maybe*; *Is Barack Hussein Obama the antichrist? We think maybe*; *Is Barack Hussein Obama the antichrist?* образи майбутнього з негативними конотаціями зачаровують і здатні притягувати ту частину суспільства, яка менш консервативна в питаннях віри. Відповідно, образи з позитивними конотаціями залучають для більш консервативного населення Америки.

Використання таких потужних образів, таким чином, сприяє досягненню сугестивного ефекту (ефекту навіювання), при якому знижується рівень критичності при сприйнятті пропагованою інформації завдяки тому, що реципієнт не залучає механізми аналізу та оцінки. Ефект навіювання тим сильніший, чим вище в очах реципієнта авторитет пропагованої особистості [8: 85; 9]. Шляхом навіювання викликаються відчуття прийняття, довіри без активної участі особи, без логічної переробки сприйманого.

Сформулюємо **висновок**: СО біблійного походження виявляються досить ефективним маніпулятивним засобом і можуть бути використані з метою збільшення авторитету політичної фігури і прийняття установок лідера. Маніпулятивна функція СО-біблеїзмів реалізується за рахунок: (а) актуалізації архетипового («рідного» для реципієнтів) образу, який забезпечує прийняття інформації, яка проходить повз свідомість реципієнтів; (б) здатності СО-біблеїзмів приховувати справжні філософію політика та його мотиви; (в) використання позитивних образів, ідеалізованих, недосяжних, а також негативних есхатологічних образів, які блокують логічні установки свідомості людини і впливають на емоційний стан адресата. **Перспективу** дослідження може становити проблема функціонування СО в рекламних текстах.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Алефиренко Н.Ф. Спорные проблемы семантики: Монография. – М.: Гнозис, 2005. – 326 с.
2. Бацевич Ф. Смысл: сущность и сферы влияния в мові // Вісник Львів. ун-ту. Серія філол. 2004. – Вип. 34. – Ч. 1. – С. 346–353.
3. Беляева И.В. Феномен речевой манипуляции: лингвоюридические аспекты. Автореф. дис. докт. фил. наук. Ростов-на-Дону, 2009.
4. Василькова В.В. Мифотехнологии в рекламе [ideashistory.org.ru/pdfs/13vasilkova2.pdf](http://ideashistory.org.ru/pdfs/13vasilkova2.pdf) [Электронный ресурс].
5. Власов А. И. Политические манипуляции: История практики средств массовой информации в США. М., 1982.
6. Гак В.Г. Особенности библейских фразеологизмов в русском языке (в сопоставлении с французскими библейскими фразеологизмами) / В. Г. Гак // Вопросы языкознания: сборник научных статей. – 1997. – №5. – С. 55–65.
7. Горбачевский И. Слово или образ // Креатив, № 1/2005. – С. 85.
8. Грайс Г. Значение говорящего, значение предложения и значение слова // Философия языка. М., 2004. – С. 75–98.
9. Денисюк Е.В. Феномен манипуляции: речедеятельностная интерпретация // Культурно-речевая ситуация в современной России: вопросы образовательных технологий: Тез. докл. и сообщ. всероссийск. науч.- метод. конф., Екатеринбург, 19–21 марта 2000 г. / Под ред. И. Т. Вепревой. Екатеринбург, 2000.
10. Денисенко С.Н. Функціоналізм – одна із найважливіших парагмальних рис лінгвістики кінця ХХ – початку ХХІ ст. / С.Н. Денисенко // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна. – Харків: Константа, 2000. – № 471. – С. 68–76.
11. Джугенхаймер Дональд У. Основы рекламного дела. – Самара, 1996.
12. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М., 1997.

13. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка: учеб. пособ. для ин-тов и фак-тов иностр. яз. / В.И. Заботкина. – М.: Высшая школа, 1989. – 126 с.
14. Леонтьев А.А. Психолінгвістическіе особенности языка СМИ [Текст] / А.А. Леонтьев // Язык средств массовой информации. Учебное пособие для вузов - М.: Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 168.
15. Лотман Ю. М., Успенский Б. А. «Изгой» и «изгойничество» как социально – психологическая позиция в русской культуре преимущественно допетровского периода: («Свое» и «чужое» в истории русской культуры) // Труды по знаковым системам. Вып. XV. Тарту, 1982.
16. Мокшанцев Р.И. <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/72221> [Электронный ресурс] «Импринтинг». Психология рекламы». 2001.
17. Попова Е.С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте. Известия Уральского государственного университета. – Екатеринбург, 2002. – № 24. – С. 276 – 288.
18. Телия В.Н. Вторичная номинация и ее виды. // Языковая номинация. Виды наименований. – М., 1977. – С. 129 – 221.
19. Шеркович К. Реклама и психология // Проблемы теории и практики управления. – М., 2003. – № 3.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Наталія Молодча** – старший викладач англійської мови Харківського гуманітарного університету “Народна Українська академія”.

*Наукові інтереси:* функціональний і психолінгвістичний ракурси дослідження семантичних оказіоналізмів.

## **РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТІВ МИСТЕЦТВО І КІТЧ У СУЧАСНОМУ МИСТЕЦТВОЗНАВЧОМУ ДИСКУРСІ В ПРОЦЕСІ МЕТАФОРІЗАЦІЇ**

**Любов НАГНИБІДА (Хмельницький, Україна)**

*У статті розглянуто метафори у мистецтвознавчому дискурсі, які беруть участь у концептуальному відображенні реалій і тенденцій сучасного світу через мову мистецтва та виявлено основні подібні й відмінні риси між концептами «мистецтво» і «кітч» завдяки їх реалізації у метафорах.*

*The article dwells upon the metaphors in art discourse as the means of conceptual realization of the modern art tendencies in the language of art. It also stresses upon the differences and similarities between the concepts ‘art’ and ‘kitsch’ realized in discourse via metaphors.*

Із розвитком сучасних лінгвістичних напрямків, зокрема когнітивної лінгвістики, провадиться дослідження метафор як безумовного й необхідного інструменту пізнання. Традиційно метафору досліджують прихильники лінгвістичної теорії метафори Е.С. Азнаурова, В.Н. Телія, В.Г. Гак, та ін. [1; 8; 6], приділяють увагу стилістичному аспекту вивчення метафори І.Р. Гальперин [8], її семантиці, механізму метафоричного переносу Н.Д. Арутюнова, М. Блек та ін. [3; 4]. Погляд на метафору лише як поетичний виразний засіб є застарілим і неодноразово піддавався критиці, зокрема в межах когнітивної лінгвістики, Дж. Лакоффом, М. Джонсоном [9].

Центральним об’єктом лінгвістичних досліджень, спрямованих на багатоаспектний аналіз метафори виступає текст [5; 7] як елемент дискурсу, як продукт і результат діяльності індивідів, як одиниця, що несе естетичне, когнітивне, інформаційне та соціальне навантаження.

**Актуальним** вважаємо дослідження метафор у мистецтвознавчому дискурсі, які беруть участь у концептуальному відображенні реалій і тенденцій сучасного світу через мову мистецтва. Концепти, реалізовані авторами в творах мистецтва можуть інтерпретуватися в критичній літературі мистецтвознавчого характеру завдяки використанню метафор.

**Метою** статті є виявлення засобів реалізації концептів *мистецтво* і *кітч* у сучасному мистецтвознавчому дискурсі.

Мистецтвознавчий простір вміщує в своїй поняттєвій системі концепти, які різняться за понятійним, предметним, образним, асоціативним, символічним і ціннісно-оцінним складниками [2: 35] й поділяє концепти на пізнавальні (логічні) та художні, естетично обумовлені. Суб’єктивний характер художніх концептів наділяє їх здатністю множинності шляхів розвитку змісту. У свою чергу структура художніх концептів розгортається на основі механізмів асоціативності й підпорядкована змісту концепту, що має суб’єктивний характер. Таким чином, художні концепти являють собою згорнуті структуровані процеси в системі змісту концепту з множинністю шляхів його (змісту) розгортання в межах певної пізнавальної моделі.

Концепт *мистецтво* належить до художніх та лінгвокультурних концептів, оскільки належить до мовної та культурної сфер та внаслідок асоціативних зв’язків, що виникають в контексті мистецтва, бере участь в утворенні й розгортанні змісту інших художніх концептів.

У межах своєї структури та внаслідок різноманітних мовних реалізацій у мистецтвознавчих метафорах концепт *мистецтво* наділений розвиненим образним та ціннісним складниками, при виділенні яких беруться до уваги як індивідуальні, так і національні особливості утворення, реалізації, та сприйняття реалій сучасного життя, емоцій, відношень відображених у творах мистецтва.

У роз'ясненні сутності й характеристикі напрямків сучасного мистецтва серед існуючих мовних засобів метафорі відводиться роль першої скрипки, що прослідковується на основі аналізу енциклопедичних текстів мистецтвознавчої тематики, де мовна метафора є їх резидентом. Мовні метафори є лінгвістичною реалізацією концептуальних метафор мови мистецтва, іншими словами лінгвістичною експлікацією концептів мистецтва, що сприймаються на рівні когнітивних структур свідомості й експлікуються в мовних іменникових, прикметникових та дієслівних метафорах, у яких, в свою чергу, реалізуються ціннісний та оцінний компоненти концепту *мистецтво* й інших концептів мистецтва як основні прояви їх модальності. Іменникові, прикметникові, дієслівні метафори є невід'ємною частиною сучасних мистецтвознавчих текстів, в яких подаються визначення й опис основних характеристик сучасних напрямків мистецтва. Завдяки своїй інформативній компактності та концептуальній інформативності в метафорах на рівні когнітивних структур втілені основні риси концептів сучасного мистецтва й мистецтва взагалі.

Серед основних рис сучасного мистецтва виділяємо наступні:

1. Сучасне мистецтво є **протестом і запереченням вже існуючого**, в якому втілюється перехід від старих цінностей до нових і в результаті якого утворюються нові напрямки й течії мистецтва: *a loathing of everything old; anti-art; non-colours; opposition to art; pop as a reaction to the ideas of abstract expressionism; a counter to abstract expressionism; a reaction against abstract expressionism; a reaction against the conceptual art; ignore the particulars of appearance; reject the art market and high art; reject individualism in art; reject individualism in art; reject art.*

2. Сучасне мистецтво є **креативним**, у постійному творчому пошуку, **трансформує** об'єкти матеріального і духовного світу перетворюючи їх на твори мистецтва та їх елементи, в ньому творчо перетворюються реалії сучасного життя й відбувається їх перевтілення: *triumph of humanity over nature; to create the shallow space; sought to express; pop removes the materials from its context; postminimalism attempts to develop and go beyond; to transform the perception of a space.*

3. Сучасне мистецтво **еклектичне** й тяжіє до поєднання традиційно несумісних об'єктів матеріального й духовного характеру: *scales in colour; relationship between positive and negative elements; rectangles of colour; consistency of form and process; a bridge to postmodern art practices; post-impressionism fuses with pointillism; the surfaces intersect; the background and objects interpenetrate; new plastic art; flat, solid colour; paradoxical neologism.*

4. Мистецтво є **комунікативним** за своєю сутністю й передає мистецькі «повідомлення» адресанта адресату: *information on the canvas; to communicate meaning; aesthetic was articulated through...; advocated pure abstraction; art conveys a message; question art; articulate disagreement with generally supposed notion; anti-artworks voice a question; to transfer the information to the canvas; challenged a question.*

5. **Агресивний** й **екстремальний** характер сучасного мистецтва виражено в наступних метафорах: *wild beasts; expansion upon ideas; to fight the beautiful art; public was outraged by social realism; brushstrokes and action are in favour of; revolutionized painting and sculpture; strong colour; wild brushwork; strident colour; an extreme development; a revolutionary movement; rough and violently emotional.*

6. Митці завдяки своїм творам намагаються **вплинути на свідомість і почуття** реципієнтів, втягуючи їх у комунікативний процес мистецтва, змусити «домалювати» в свідомості окремі образи: *sense of depth; a sensation of bright colours; the abstraction of form and colour; a sense of social consciousness; radical and influential movement; spiritual harmony and order; increasingly abstract structures.*

7. Мистецтво – **жива** й подекуди **егоцентрична істота**: *orphism aimed to; to rely on forms and colour; take on a pure, formalist aesthetic; exaggerated ego encouraged by romanticism.*

8. Для багатьох напрямків сучасного мистецтва характерним є **повернення** до вже колись існуючих і забутих напрямків і тенденцій у мистецтві: *a reduction to the essentials of form and colour; principles were rooted in cubism; to borrow image, sound, objects, forms or styles from art history.*

9. Сучасне мистецтво має **динамічний і активний** характер: *action painting; moved toward an abstraction; plastic art should find its expression in...; busy feel; rhythmic colour forms; advancing and reducing hues; energetic action painting.*

10. Сучасне мистецтво **емоційне й експресивне**: *the expression and significance of colours in painting; a celebration of anti-art; sense of depth; a passionate loathing; the technological triumph of humanity over nature.*

11. **Банальне** й спрощене для розуміння, що полягає у **відсутності** суттєвого **змістового наповнення й прикрашання**: *banal colour; shallow ambiguous space; plastic art; new plastic idea; unvarnished pictures of life's struggles; absurdist contrast; banal or kitschy elements of culture.*

12. Сучасне мистецтво **задовольняє потреби споживачів** (реципієнтів) та **підлаштовує** під них об'єкти мистецтва: *readymades; to adopt, borrow, recycle or sample aspects of visual culture; visual commodities of popular culture; mass culture.*

13. Сучасне мистецтво **провокативне**: *a challenge to the currently existing definition of art; challenged a question; concepts and ideas involved in the work; to challenge notions of individual creativity; stripped down artwork.*

14. **Іронічне**: *irony in artwork; social and political protest edged with satire.*

Зважаючи на кількісний склад метафор у представленні змістового потенціалу концепту *мистецтво* в його сучасній інтерпретації в основних семантичних блоках можна зробити висновки, що найсуттєвішими ознаками мистецтва, втіленого в сучасних артефактах є **протест, креативність, еkleктика, комунікативність, агресивність й екстремальність**. Серед додаткових якостей мистецтва можна виділити **чуттєвість, динамічність, егоцентричність, емоційність, банальність, провокативність, масовість і комерційність, іронічність**. Сучасне мистецтво є протестом і запереченням з одного боку реалій сучасного життя, реакцією на суспільні, політичні, культурні події націй і світу, а з іншого – відкидання попередніх мистецьких напрямків, намагання створити нове, вразити, вплинути на свідомість реципієнтів. Орієнтованість мистецтва на масового споживача, реципієнта «наївного рівня» ерудиції [5] сприяє виникненню таких жанрово всепроникних мистецьких напрямків, як Pop-art, Anti-art й сприяє виробленню споживацького ставлення до мистецтва як у митців, так і реципієнтів мистецьких повідомлень. Мистецтво як знакова комунікативна система несе вагомий комунікативний заряд, передає мистецькі повідомлення в межах особливої мови – мови мистецтва, що підтверджують метафори: *information on the canvas; to communicate meaning; art conveys a message; question art; articulate disagreement with generally supposed notion; anti-artworks voice a question; to transfer the information to the canvas.*

Основний художній потенціал у текстах із визначеннями й характеристиками напрямків і течій мистецтва 20-21 століття безумовно сконцентровано в метафорах, які перевершують інші мовні засоби за кількістю, яскравістю створюваних образів, інформативною компактністю, здатністю виражати змістовий потенціал концептів мистецтва.

Важливим концептом мистецтва в контексті культурного життя сучасного суспільства є концепт *кітч*: *kitsch as an aesthetic, and perhaps aesthetic-ethical, concept, ...kitsch is best (or at least, better) understood in terms of the visual arts, and in terms of music.*

Змістовий потенціал концепту *мистецтво* перетинається зі змістовим потенціалом концепту *кітч*. В конструюванні й інтерпретації понятійного й інших складників концепту *кітч* важливе місце відводиться метафорі: *kitsch the opposite of art, is it "bad art", "anti-art", "sentimentalism or mawkishness"*.

Серед основних рис концепту *кітч*, представлених метафорично виділяємо наступні:

1. *Кітч* – є сутністю **протилежною мистецтву**, нижчою за мистецтво: *bad art; anti-art; a threat to culture; not participating in the development of art; kitsch as a sort of anti-aesthetic; the formal structure of the artwork.*

2. Концепт *кітч* асоціюється з **банальністю, відсутністю смаку, вульгарністю**: *an inferior, tasteless copy; superficial appearances of art; unsubstantial and gaudy works; pretentious and shallow works; aesthetically pretentious; poor taste; trite and crass art-items; junk, shallow; tasteless; vulgar; tacky; appealed to the crass tastes; the absolute denial of shit; corny; patently ludicrous; images in such a tawdry fashion.*

3. *Кітч* як **антиморальність, зло**: *morally dubious; the evil within the value-system of art.*

4. Артефакти в межах поняття *кітч* вирізняються **відсутністю креативності, копіюванням** творів мистецтва: *superficial imitation; an inferior, tasteless copy; worthless imitation of art; imitate the superficial appearances of art; uncreative; aping, however clumsily, the features of the cultural habits; sacrificed aesthetic life to a pantomime of aesthetic life; a type of false consciousness; adopting formulas that seek to imitate art; incorporate images from popular culture; quoting imagery.*

5. *Кітч* на відміну від мистецтва **антидинамічний** за характером вираження, **відсутність виклику**: *art given to a passive population; art that is non-challenging and formally incoherent; having its focus directed at the past; to label anything seen as being in poor taste.*

6. **Комерційність** асоційована з бажанням задовольнити потреби споживача: *cheap mass-produced objects; to pander to popular demand; commercial purposes of works; works that are calculated to have popular appeal; mass-produced art-items; mass consumption; marketable pictures and sketches; culture industry; art controlled and formulated by the needs of the market; people who keep art for themselves.*

7. **Популярність і масовість**: *to pander to popular demand; works that are calculated to have popular appeal; mass-produced art-items; mass consumption; popular; culture industry; art giving the audience leisure and something to watch or observe; excluding individualism; availability of artifacts; highly visible and audible.*

8. **Дешевість** (як в значенні собівартості так і в значенні художньо-естетичної цінності) виражено в наступних метафорах: *worthless imitation of art; cheap collectable objects; aesthetically impoverished object of shoddy production.*

9. **Низька якість** артефактів: *low quality; a slapping together work of art.*

10. Тяжіння до **прикрашання** й зображення **краси**: *beauty instead of truth; offering a sanitized view of the world.*

11. **Сентиментальність** артефактів: *sentimental; sentimentalism or mawkishness; gay sensibility; serious sentimentality; camp sentimentality.*

12. *Кітч* асоціюється із **іронічністю**: *enjoyable irony; kitsch is parody of catharsis and a parody of aesthetic experience; ironic appreciation.*

13. **Помпезність і яскравість** артефактів *кітч*: *glamorous; theatrical; drama; signaling class status.*

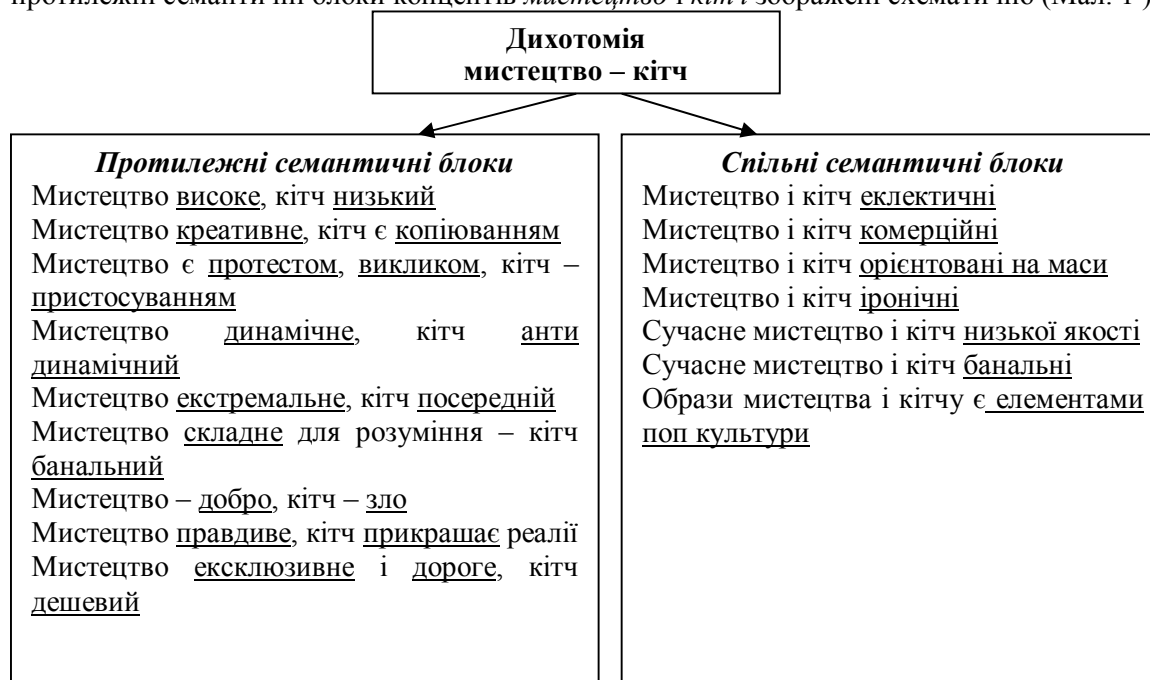
14. **Гіперболізованість** образів, форм, почуттів: *particularly dated or inappropriately serious; camp (exaggerated) sentimentality.*

15. **Еклектичність**, тяжіння до поєднання протилежних або несумісних понять і образів в артефактів: *serious sentimentality.*

На основі віднесення метафор до окремих семантичних блоків концептів *мистецтво* і *кітч* можна зробити висновок, що в семантичних інваріантах обох концептів є як відмінні, так і спільні риси. З одного боку, семантичний інваріант концепту *кітч* представлено блоками, що виражають значення протилежне до змістового наповнення концепту *мистецтво*: мистецтво високе, кітч низький; мистецтво креативне, кітч є копіюванням; мистецтво є протестом, викликом, кітч – пристосуванням; мистецтво динамічне, кітч анти динамічний; мистецтво екстремальне, кітч посередній; мистецтво складне для розуміння – кітч банальний; мистецтво – добро, кітч – зло; мистецтво правдиве, кітч прикрашає реалії; мистецтво ексклюзивне і дороге, кітч дешевий, а з іншого понятійний, ціннісний і оцінний складники концептів реалізованих у сучасних артефактах перетинаються в наступних семантичних блоках: мистецтво і кітч еклектичні; мистецтво і кітч комерційні; мистецтво і кітч орієнтовані на маси; мистецтво і кітч іронічні; мистецтво і кітч низької якості; мистецтво і кітч банальні; образи мистецтва і кітч є елементами поп культури.



В контексті сучасної культури концепти *мистецтво* й *кітч* взаємозалежать один від одного, їх зміст найкраще розкривається в опоземах, представлених метафорами, які реалізують змістовий компонент концептів: *Broch called kitsch "the evil within the value-system of art" – that is, if true art is "good", kitsch is "evil"*. Найяскравіше спільні риси сучасного мистецтва і кітчу реалізуються в контексті таких напрямків як Pop-art, Anti-art, Dadaism, Happening, Postmodernism: *Much of pop art attempted to incorporate images from popular culture and kitsch. With the emergence of postmodernism in the 1980s, the borders between kitsch and high art again became blurred. Contrarily for Adorno, art is supposed to be subjective, challenging, and oriented against the oppressiveness of the power structure of kitsch.* Спільні і протилежні семантичні блоки концептів *мистецтво* і *кітч* зображені схематично (Мал. 1):



**Мал. 1.** Спільні і протилежні семантичні блоки дихотомії **мистецтво - кітч**

Концепт *кітч* глибоко вкорінився в сучасному культурологічному дискурсі. Проникаючи в такі жанри мистецтва, як живопис, скульптура, архітектура, музика, кіно, театр, література, він сприяє поширенню еталонів масової і поп культури в мистецтві, замінюючи не лише ціннісні й оцінні складники в змістовому вираженні концепту *мистецтво*, а й його понятійний складник, в цілому змінює значення концепту *мистецтво* на рівні його лексичного, семантичного й когнітивного представлення, руйнуючи традиційне ставлення до мистецтва як у самих митців так і в реципієнтів творів мистецтва. На відміну від мистецтва в його традиційній інтерпретації сучасне мистецтво і кітч мають все більше спільних рис і з часом існує загроза об'єднання як змістового навантаження концептів так і сучасного мистецтва й кітчу в цілому.

Сучасні митці ставлять перед собою завдання, які скоріше перекликаються зі змістовим наповненням концепту *кітч* ніж зі змістовим наповненням концепту *мистецтво* в його традиційній інтерпретації вираженій в словникових дефініціях. Спрямованість на маси, комерційність творів мистецтва призводить до їх низької якості, намагання задовольнити потреби пересічних споживачів, вразити їх. Серед перспектив подальших досліджень є дослідження метафор у заголовках творів мистецтва.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Азнаурова Э.С. Прагматика художественного слова / Э. С. Азнаурова. – Ташкент: ФАН, 1988. – 119 с.
2. Аскольдов-Алексеев С.А. Концепт и слово / С. А. Аскольдов-Алексеев // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. -1997.-с. 28-35.
3. Арутюнова Н.Д. Теория метафоры / Нина Давидовна Арутюнова. – М.: Прогресс, 1990. – 236с.
4. Блэк М. Метафора / Макс Блэк // Теория метафоры. – М., 1990. – с. 153 – 172.
5. Воробьева О.П. Текстовые категории и фактор адресата / Воробьева Ольга Петровна. – К.: Вища школа, 1993. – 200 с.

6. Гак В.Г. К типологии лингвистических номинаций / Владимир Григорьевич Гак // Языковая номинация. Общие вопросы. – 1977. – С. 230 – 293.
7. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / Илья Романович Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 138, [1] с.
8. Телия В.Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте / Вероника Николаевна Телия. – М.: Наука, 1988. – С. 26 – 52.
9. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by* / George Lakoff, Mark Johnson. – Chicago; London: The University of Chicago, 1980. – 256 p.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Любов Нагнибіда** – аспірант кафедри германської філології Київського міжнародного університету (м. Київ) та старший викладач кафедри практики іноземної мови і методики викладання Хмельницького національного університету.  
*Наукові інтереси:* когнітивна лінгвістика, стилістика англійської мови.

**КОММУНИКАТИВНЫЙ ПАРАДОКС БЛОГОВ**

**Ирина ПОЖИДАЕВА (Киев, Украина)**

*У даній статті досліджуються жанрові характеристики класичного щоденника та блогу, визначаються їхні параметри на основі ряду синтезованих показників*

*This article deals with genre characteristics of classical diary and blog. It also defines their parameters based on the number of synthesized indicators.*

**Постановка проблемы и актуальность исследования.** Последние годы развития интернет-коммуникации отмечены всевозможными жанровыми новациями, одной из которых стало появление он-лайн дневников – блогов. Интернет-коммуникация осуществляется в многомерной виртуальной среде, и именно коммуникативно-прагматические особенности данной среды обуславливают модификацию традиционных жанров.

**Анализ последних достижений и публикаций.** Проблема соотношенности жанров дневника и блога в современной лингвистике еще мало изучена. К наиболее известным работам в этом направлении можно отнести исследования Е.Н. Галичкиной, Е.И. Горошко, В.В. Дементьева, Л.Ф. Компанцевой, К.Ф. Седова, Ф.О. Смирнова, С.В. Титовой и др.

**Цель нашей статьи:** исследовать и сопоставить жанровые характеристики дневника и блога. **Задачи статьи:** проанализировать модификацию коммуникативных задач *дневника и блога*; выявить характеристики дневника и блога на основе анализа синтезированных параметров жанра.

**Изложение основного материала.** Понятие *речевой жанр* является базовым для нашего исследования. При сопоставлении жанров дневника и блога мы будем опираться на синтезированные параметры, предложенные разными учеными и объединенные нами в алгоритм исследования: коммуникативная цель жанра, концепция автора, концепция адресата, фактор коммуникативного будущего, ситуацию общения, оппозиция *информативная – фатическая* речь, дискурсивность.

Жанр дневника может быть определен как «литературно-бытовой жанр; в литературе – форма повествования от первого лица, которая ведется в виде повседневных, как правило, датированных записей. Дневник как литературный жанр отличается предельная искренность, откровенность высказывания, это всегда фиксация только что случившегося и перечувствованного [7: 98].

**Блог** является сетевым дневником и отличается от традиционного дневника тем, что он существует в Интернете, является публичным и доступным пользователям. Это определяет и отличия блогговых записей от дневниковых: блоги обычно предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором.

Классический дневник и блог выполняют ряд коммуникативных задач:

- психологическую – снятие эмоционального напряжения в результате письменной рационализации;
- исповедальную – реализует стремление поделиться с самым сокровенным;
- культурно-игровую – дневник часто излишество, прихоть, подражание «книжным барышням» (в случае написания классического дневника) и дань моде (в случае ведения блога). И дневник и блог можно вести, а можно и не вести, он необязателен, как любая игра;

- творческую – в дневнике и в блоге автор вынужден излагать события в литературной или квазилитературной форме. Стиль дневника так или иначе организуется в виде определенного жанрового формата (рассказа, размышлений, исповеди и др.) с определенным сюжетом;

- аутокогнитивную – перечитывая собственные записи, автор начинает лучше понимать себя, логику своих чувств, мыслей, действий;

- мемуарно-архивную – дневник выступает как культурный механизм сохранения памяти о событиях индивидуальной и общественной жизни. Цель их можно определить как мемориально-назидательную – потомки должны помнить об авторе и эпохе и использовать это знание для совершенствования себя и окружающих;

- коммуникативную – возможность прочтения записей желаемым реципиентом. В случае с классическим дневником, автор сознательно или бессознательно надеется найти понимание у будущего читателя, в случае ведения блога, автор стремится найти отклик у большего количества читателей;

- литературную – возможность донести до читателя свои произведения.

Существуют специфические коммуникативные функции блогов, которые не свойственны дневникам:

- экономические – возможность реализовывать задачи, связанные с получением прибыли;

- политические – возможность завоевания власти, изменения социально-статусных характеристик и др.;

- ПР-функции – презентация и продвижение личности или организации.

Эти новые функции определяются принципиальной открытостью жанра блога и иллюкутивной установкой его авторов и читателей на полилог.

Проведем сопоставительный анализ жанров классического дневника и блога на основании синтезированных параметров:

**Коммуникативная цель жанра.** По мнению В.В.Дементьева «основанием идентификации РЖ считаются цели: есть новая цель – есть новый РЖ» [3: 117]. Когнитивно-прагматическая цель написания классического дневника – реализация потребности языковой личности в автокоммуникации. Написание блогов преследует диаметрально противоположные интенции. Это: обмен мнениями «здесь и сейчас», обсуждение какой-либо проблемы, вовлечение в полилог новых участников, оперативность получения информации, коммуникация с известными людьми, решение нравственно-философских проблем (к примеру, обобщение опыта, научная консолидация, возможность поделиться личным опытом). Главное отличие блога от классического дневника состоит в установке автора блога на поиск единомышленников, людей, разделяющих его жизненную позицию. «А ко мне надясь Янукович приходил. Ну. Прямо конкретно надом. Надо же. Дожили»<sup>5</sup> [блог Т.Коробовой, – <http://durdum.in.ua/ru/>]. Автор проявляет коммуникативную компетентность и создает текст, на который потенциальный адресат захотел бы, так или иначе, отреагировать. Речевые стратегии блоггеров нацелены, прежде всего, на привлечение как можно большего количества посетителей, без которых существование блога становится, по существу, бесцельным; поддержание обратной связи, активизация ответной реакции, т.е. коммуникативно-прагматическая организация полилога. Все уровни организации блогов (грамматический, лексико-семантический, коммуникативно-прагматический) подчинены этой коммуникативной задаче.

**Концепция автора.** Ключевой фигурой коммуникации является говорящее (или пишущее лицо), за каждым текстом стоит образ автора, творца, языковой личности. Речевое поведение и речевые поступки – параметры, определяющие автора дневников и блогов. «С точки зрения социально значимой языковой коммуникации, речевое поведение – это не столько языковая часть поведения вообще, сколько образ человека» [4: 1] и именно речевое поведение дает основание судить о когнитивно-прагматических характеристиках автора.

<sup>5</sup> Здесь и далее сохраняется орфография и пунктуация оригинала.

Иллокутивная установка авторов блогов направлена на привлечение как можно большего количества пользователей Интернета к контенту. Выделим лингвистические параметры-характеристики языковой личности – автора блога: лингвистическая и коммуникативная компетенция (способность создать аттрактивный контент, владение эпистолярным жанром, информационная наполненность и др.), оперативность. В качестве примера можно привести блог С. Тигипко: информативность и оперативность компенсируют отсутствие эмоциональной насыщенности. *«На вопрос, не являюсь ли я техническим кандидатом Тимошенко или Януковича, я отвечал уже неоднократно - не являюсь. Но в последнее время мне сообщают о повышенной активности на эту тему, поэтому, я полагаю, нелишним будет окончательно расставить точки над "і"»* [<http://tigipko.livejournal.com/>].

Типологию языковых личностей автора, представленных в жанре и дневника, и блога, можно провести по ряду параметров.

1. С лингвокультурологических позиций, языковые личности авторов могут быть разделены на носителей повседневного или элитарного сознания. Критерием данной типологии является качество контента, созданного языковой личностью;

2. По коммуникативно-прагматическим параметрам (коммуникативная цель, интенциональность, особенности речевого поведения и др.) языковые личности – авторов дневников и блогов можно разделить на следующие категории. К первому типу относятся авторы, создающие «повседневный» контент, описывающие события жизни. К примеру, знаменитый блоггер Джулия Оллисон [<http://julia.nonsociety.com/>] повествует о своей повседневной жизни через хронологическую подборку информации. Ко второму типу относятся «политики», которые ведут дневники с тайной целью «рассказать всю правду», оправдать себя или расчитаться с врагами в глазах потомства. *«Ще невідомо, хто виграс вибори, а всі учасники процесу вже ділять хто до кого і ким піде працювати. Вже шукають тепле місце в теплому кріслі. І дивіться, які всі розумні, всі ж хочуть бути прем'єром»* [блог А.Яценюка. – <http://arseniy2010.livejournal.com/>]. К третьей категории относятся «люди искусства», в том числе писатели, для которых дневник является возможностью опубликовать свои произведения. *«У меня пока нет никакой четкой концепции, как блог должен выглядеть. И сейчас моя цель формулируется очень просто: здесь я буду писать свои рассказы. А кто-то будет их читать. И все. Приятного чтения»* [блог Е.Тимашева. – <http://www.prozaik.com.ua/>]

3. С социолингвистических позиций, дневники можно классифицировать по следующим параметрам: возраст автора (детские дневники, юношеские (дневники влюбленных), старческие предсмертные и др.)

4. С литературоведческих позиций дневники условно можно разделить на «сюжетные», дневники, описывающие религиозный или просто мистический опыт (дневники Э.Сведенборга), дневники путешествия, одиночного заключения, наркотического «полета» и др.

**Концепция адресата.** Если говорить о сознательно постулированном адресате дневников, то очевидно, что вариантов может быть только два: адресатом является или сам автор дневника или другие реципиенты. По нашему мнению, концепция адресованности является значимой в определении характеристик, определяющих трансформацию жанра дневника в жанр блога. Адресатом классического дневника чаще всего был сам автор. «Дневники-свидетельства» написаны для других. Некоторые дневники велись не только для себя или потомков, но и для современников. Например, отрывки из дневников прошлого века – Михаила Кузмина и Франца Кафки – авторы зачитывали вслух друзьям. Классик «дневникового жанра» А. Вяземский публиковал выдержки из своих записных книжек.

Дневник характеризовался строгой регулярностью и отсутствием установки на ответ. Содержание ответных писем никак не влияло на событийную структуру дневника. Коммуникативная задача автора – давать одностороннюю информацию, без учета установок на коммуникацию со стороны адресата.

Адресатом блога является неограниченное количество пользователей, контент создается таким образом, чтобы привлечь большее количество коммуникантов. Виртуальная среда

бытования блога, а именно реализация его в структуре гипертекста, интерактивность, совместное формирование контента определяют «особое положение» адресата.

**Фактор коммуникативного будущего.** Блогосфера – динамичная эволюционирующая структура. Основными тенденциями развития блогосферы являются следующие тенденции:

- формирование социальных сетей и сетевых интернет-сообществ. *«Сегодня новые средства ведения сетевого дневника обеспечивают ту же степень социализации, а может быть, даже куда большую, чем блоги. Сайты микроблогов типа Twitter позволяют поделиться своими мыслями и ссылками с окружающими, познакомиться с их собственными, в любой момент присоединиться к бесконечной беседе или выйти из нее»* [<http://rss.net.ua/2009/09>]. Основными характеристиками речевого Интернет-сообщества являются: симметрия речевого поведения, наличие коллективного языкового сознания, общие культурные шаблоны, «игра словом и игра со словом», высокая степень доверия между участниками коммуникации;

- превращение блогосферы в интернет-СМИ. Контент блогов не регламентируется. В них можно публиковать записи личного характера, статьи профессионального содержания, новости и др. Возможность введения цензуры и закрытия блогов по причинам отнесения их к СМИ уже всерьез заботят блоггеров: *«Допустим, негодный власти блог, отщепенец блогосферы, не выражающий официального мнения Кремля, будет определен как интернет-СМИ. Он должен будет пройти регистрацию, которую (по понятным причинам) не пройдет и будет закрыт на законных уже основаниях (а что будет с блоггером?)... Интернет превратится в управляемый мир, в котором домен будут регистрировать только “на своих”...»* [<http://blog.artnn.ru>];

**Ситуация общения.** Параметры ситуации общения определяются общим временным, социальным и др. контекстами. Можно говорить об оппозиции *закрытость, интимность* классического дневника – *открытость* контента блога; наличию нравственных и социальных табу дневника – их отсутствию в блогах; отсутствию правил ведения дневников – наличию правил ведения блогов [примеры инструкций по ведению блогов см.: <http://www.mybiz.ru/>, <http://www.myseo.su> и др.], поскольку *«Блогосфера – проекция общества в виртуальном мире с реальными законами»* [<http://www.myseo.su>].

Интернет-дневники состоят из постов, каждый из которых содержит дату и время публикации, а также ссылки на страницы с фотографиями, комментариями и именем автора. Но в отличие от бытового дневника, представляющего собой систему записей, связанных с определенной датой, записи блогов разных пользователей возникают в ленте новостей и по прошествии времени замещаются другими; временные промежутки, в реальности существующие между ними, не могут быть отражены в режиме он-лайн.

**Оппозиция узус/норма в коммуникативной организации РЖ (аспект, разработанный К.В. Кожевниковой [5]).** Нормой традиционного эпистолярного жанра и жанра блога является отрывочный, фрагментарный характер, необработанность повествования, стилистическая непродуманность фразы. Жанровая специфика дневников заключается в том, что в них отсутствует единый сюжет и общий идейный замысел. Размышления автора находят свое отражение в дневнике, в результате чего последний получает некоторую условную завершенность. Блоги могут содержать как посты (записи, характеризующиеся сюжетом и идейной завершенностью), а также записи в режиме «потока сознания».

**Информативность и фатика.** Важнейшим принципом разделения жанров являются выявленные Т.Г. Винокур, а вслед за ней и В.В. Дементьевым, для всего пространства речевого поведения полюса информатики и фатики. Информатики, по мнению Т.Г. Винокур, включает в себя общение, имеющее целью сообщить о чем-либо. Под фатикой исследователь понимает коммуникацию, имеющую целью само общение [2]. Оппозиция «информационная – фатическая» речь, по мнению Т.Г. Винокур, является основополагающей для включающихся в нее вариантов речевого поведения. «Эта оппозиция определяет сам факт порождения высказывания, интенцию субъектов вступить в речевое общение» [6: 205].

Классические дневники, представляя собой монологические письменные высказывания, по определению, в большинстве случаев, не несли фатическую нагрузку. В условиях

социальных ограничений на свободное мышление, табуированные темы, закрытости, дневник был возможностью поделиться информацией, которой с кем-то делиться запрещено. При написании дневника акт коммуникации осуществляется в виде автокоммуникации. Как отмечает М.Ю. Лотман, случай, когда субъект передает сообщение себе самому, то есть тому, кому уже и так все известно, представляется парадоксальным. Здесь речь идет о приращении информации, ее трансформации, при этом вводится не новая информация, а новые коды, ибо тот, кто получает, и тот, кто передает, совмещаются в одном лице. В процессе такой автокоммуникации происходит переформирование самой личности, что связано с определенными функциями – от необходимости ощутить свое бытие до осознания самого себя и автотерапии [8: 163].

В блогах присутствуют компоненты и фатической, и информативной речи, ибо для интернет-коммуникации речевое поведение является одним из важнейших параметров, формирующих имидж личности, коммуникативно-прагматические установки того или иного сетевого сообщества. Речевое поведение – важная статусная характеристика личности в Сети.

Необходимо отметить, что важнейшим отличием эпистолярного жанра от жанра блога является концепт дискурсивности. Дискурс – это текст, «погруженный в жизнь» [1]. Поэтому «термин *дискурс*, в отличие от термина *текст*, не применяется к древним и другим текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно» [там же]. Поэтому мы можем говорить о тексте эпистолярного наследия и о дискурсе блога.

**Выводы.** Основными параметрами жанра дневника являются закрытость, интимность, конфиденциальность; письменная зафиксированность в виде текста; наследование культурных традиций; не всегда предусмотрено тиражирование; значим параметр адресованности – дневник авторы обычно адресуют себе, современникам или потомкам. Основными характеристиками жанра блога, которые обусловлены особенностями виртуального пространства, являются: доступность большому количеству читателей; фиксированность в виде текста в виртуальном пространстве; инновационность; интерактивность, интертекстуальность, контекстуальность; предусмотрено тиражирование; адресность – у дневника есть автор или несколько авторов; адресованность большому количеству читателей; взаимодействие устной и письменной речи.

**Перспективы дальнейших исследований.** Информационные технологии принести значительные изменения в нашу жизнь. Коммуникативные возможности виртуальной среды изменяют лингвистический и когнитивно-прагматический статусы языковой личности. Автором текста может стать любой пользователь Интернета. Мы полагаем, что дальнейшее развитие блогосферы даст начало новым жанровым форматам и, соответственно, новый материал для дальнейших исследований.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Сов. энцикл., 1990. – С.136-137
2. Винокур Т.Г. Информативная и фатическая речь как обнаружение разных коммуникативных намерений говорящего и слушающего // Русский язык в его функционировании: Коммуникативно-прагматический аспект. – М.: Наука, 1993. – С. 5-28
3. Дементьев В.В. Изучение речевых жанров: обзор работ в современной русистике // Вопр. языкознания. – 1997. – №1. – С. 109–121
4. Долинин К. А. Интерпретация текста. – М.: Просвещение, 1985. – 197 с.
5. Кожевникова К.В. Об аспектах связности и тексте как целом // Синтаксис текста. – М.: Наука, 1979. – С.49-67
6. Компанцева Л.Ф. Интернет-лингвистика когнитивно-прагматические и лингвокультурологические подходы: Монография. – Луганск: Знание, 2008. – 528 с.
7. Литературно-энциклопедический словарь / Под. общ. ред. В.М. Кожевникова и П.А. Николаева. - М.: Советская энциклопедия, 1987, 347 с.
8. Лотман Ю.М. Автокоммуникация: “Я” и “Другой” как адресаты (О двух моделях коммуникации в системе культуры) // Лотман Ю. М. Семиосфера. – С.-Петербург: Искусство-СПБ, 2000. – С.159-165.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ірина Пожидаєва** – старший викладач Міжнародного науково-технічного університету імені академіка Юрія Бугая, аспірант Горлівського державного педагогічного інституту іноземних мов.  
*Наукові інтереси:* психолінгвістика.

## МОВЛЕННЄВІ АКТИ НЕГАТИВНОЇ РЕАКЦІЇ ЯК ЧИННИКИ КОНФЛІКТУ

Наталія РЯБОКІНЬ (Полтава, Україна)

*У даному лінгвістичному дослідженні розглянуто мовленнєві акти негативної реакції як чинники конфлікту в єдності їх лексико-граматичної структури і прагматичної спрямованості. Було проаналізовано два різновиди мовленнєвих актів негативної реакції – незгода та заборона. Увагу зосереджено на стереотипних та нестереотипних формулах та їх семантико-прагматичних особливостях у конфліктних ситуаціях.*

*This linguistic research describes speech acts of negative reaction as the causes of conflict with their lexico-grammatical structure and pragmatic orientation. Two kinds of speech acts of negative reaction were analyzed namely discord and prohibition. The attention was focused on stereotype and non-stereotype formulae and their semantico-pragmatic peculiarities in conflict situations.*

Комунікативна лінгвістика на сучасному етапі досліджує особливості мовленнєвої поведінки комунікантів [6] у різних ситуаціях спілкування: як у сприятливих [1; 9], так і в конфліктних [3; 5; 7; 11; 12; 13; 17; 23; 25 та ін.].

Щодо конфлікту, то йдеться перш за все про соціальний, культурний, міжнародний та комунікативний конфлікти, які, кожен окремо або в сукупності, порушують гармонійне життя людей.

Так, у спілкуванні кожен хоче почути згоду у відповідь, але часто очікування не виправдовуються, а категорична незгода (заборона) і взагалі є чинником конфлікту. У нашій статті ми зосередимо увагу на конфліктних ситуаціях та конфліктах між різними поколіннями людей, між чоловіками та жінками та мовній індикації негепозитивних висловлювань (мовленнєві акти згоди, незгоди, відмови, заборони) у їх структурі. Об'єктом дослідження виступатимуть діалогічні єдності, другою реплікою яких є акти негативної реакції, а предметом – мовні індикатори інтенційних смислів незгоди, заборони, як чинники конфлікту.

Мета розвідки полягатиме в комунікативно-прагматичному аналізі індикаторів мовленнєвих актів негативної реакції як чинників конфлікту.

Для досягнення вказаної мети необхідно розв'язати такі завдання: 1) з'ясувати суть понять конфлікту, конфліктної ситуації; 2) виокремити засоби вираження мовленнєвих актів негативної реакції у структурі конфліктного спілкування; 3) встановити й описати мовні індикатори інтенційних смислів незгоди, відмови, заборони і їх роль як чинників конфлікту.

Насамперед з'ясуємо поняття конфлікту і конфліктної ситуації. Як засвідчують дослідники, першоджерелом конфлікту або умовою його виникнення вважається конфліктна ситуація – тобто ситуація „прихованого або відкритого протиборства двох чи декількох учасників, кожне з яких переслідує свої цілі, мотиви або засоби вирішення проблеми, що має особисту значущість для кожного з її учасників” [16: 245]. Конфліктна ситуація, що вимагає вирішення, передбачає існування кількох обов'язкових елементів: 1) учасників конфлікту – двох або більше, які переслідують несхожі або протилежні цілі; 2) об'єкт конфлікту (конкретне явище, причина, стан справ, навколо якого розгортається суперечка); 3) рушійну силу – інцидент (факт зіткнення протилежних сил). Розходження людей у поглядах, розбіжність сприйняття й оцінок тих чи інших подій дуже часто призводить до спірної ситуації. Якщо дана ситуація становить перешкоду для досягнення поставленої мети хоча б одного з учасників взаємодії, то виникає конфліктна ситуація. Будь-якому конфліктові передують спірна ситуація, але не кожна спірна ситуація веде до конфлікту. Якщо спірна ситуація позитивно вирішується без шкоди учасникам спілкування, то вона вичерпується і не переходить у конфліктну ситуацію. Невирішення спірних питань призводить до конфліктної ситуації, нагромадження яких – до конфлікту. При цьому необхідним є зовнішній вплив, поштовх або інцидент.

Щодо класифікації конфліктів, то дана проблема здавна цікавила дослідників [19; 15; 21; 24; 20 та ін.] і залишається актуальною і зараз. У своїй роботі ми будемо керуватися класифікацією американських авторів Д. Гелрігела, Д. Склокума, Р. Вуджена, С. Бренінга: 1) конфлікт цілей, у якому відбито несумісність бажаних для сторін цілей або очікуваних результатів; 2) конфлікт уявлень, у якому вступають у суперечку протилежні уявлення та

думки сторін; 3) конфлікт емоцій; 4) конфлікт процедур, який відбувається в результаті співставлення різних поглядів на те, як вирішити те чи інше виробниче питання [8: 383]. Саме в їхній класифікації є ті типи конфліктів (цілей, уявлень, емоцій), які найчастіше зустрічаються в діалогах художніх творів.

Донедавна існувала думка, що конфлікт виконує тільки негативну функцію і асоціюється з усілякими негараздами, суперечками, ворожістю, боротьбою і не має позитивних ознак. Однак тепер конфлікт можна визначити як джерело творчої енергії, якою слід управляти, тобто спрямовувати її у бажане русло. „Але найголовнішою позитивною функцією конфлікту є його власна здатність стримати ситуацію конфлікту або ж запобігти їй, чи загалом уникнути” [17: 49].

Саме цю позитивну функцію забезпечує конфліктам процес ефективної комунікації, яка передбачає адекватний вибір стратегій і тактик спілкування [2: 37-56; 4: 21-48]. Розглянемо докладніше сутність стратегій і тактик комунікативної поведінки учасників спілкування в ситуаціях конфлікту. Традиційно стратегії розглядаються [9: 27-39] як мистецтво керівництва, що засновується на правильних прогнозах мети спілкування, а тактики – як прийом або способи досягнення цієї мети. Отже, стратегія поведінки в конфлікті – загальна орієнтація, направленість поведінки учасників конфлікту, а тактика – сукупність засобів і прийомів впливу на учасників конфлікту, за допомогою яких реалізується стратегія поведінки. За Є.В. Ключевим, комунікативні стратегії співвідносяться з теоретичними ходами, запланованими завчасно і реалізованими мовцем, а тактики – із практичними цілями спілкування [14: 18-19].

Виходячи з наведених тверджень, можна зазначити, що планування мовленнєвої поведінки – це найважливіший етап процесу взаємодії, у якому слухач є не пасивним, а, навпаки, активно інтерпретує мовлення співрозмовника, реалізуючи власну стратегічну лінію поведінки. А володіння стратегіями і тактиками входить у прагматичну компетенцію мовця: якщо він компетентний в мові та мовленні, в використанні аксіом і правил спілкування, то його стратегії і тактики характеризуються різноманітністю і гнучкістю і обов'язковим є успішне досягнення мети [26: 71].

У конфліктних ситуаціях спілкування комуніканти часто дотримуються різних комунікативних стратегій. Вибір стратегій залежить від багатьох чинників, серед яких головне місце займають психологічні установки на досягнення своїх власних цілей і / або цілей партнера. За А.В. Корольовою, у конфліктній ситуації наявні такі різновиди психологічних установок: 1) проти партнера; 2) ігнорування партнера; 3) конструктивність партнера. З огляду на ці різновиди виділяються три типи стратегічної мовленнєвої лінії: 1) конфронтаційна; 2) нейтральна; 3) кооперативна [17: 51].

Конфронтаційна стратегія мовленнєвої поведінки демонструє установку проти партнера по комунікації. До конфронтації призводять найбільш гострі форми конфліктів, і вона реалізується в прихованій або відкритій боротьбі сторін, що мають різні інтереси й абсолютно несумісні цілі. У психології така стратегія визначається як „боротьба” – „виняткова спрямованість на власні інтереси та нехтування інтересами партнера та його цілями” [10: 204]. Учасник конфлікту використовує усі можливі засоби, щоб досягти бажаного. Така стратегія поведінки, за рахунок тиску на партнера та наполегливості, може забезпечити мовцю можливість тактичної перемоги, але викликає негативну реакцію у співрозмовника і поступово призводить до ускладнення стосунків між ними.

Розглянемо конфліктну ситуацію між Хіврею (кума) та Цибулею (кум) і чинники, що її породжують. Об'єктом їхньої суперечки є заробіток, у якому зацікавленні обидві сторони. Але Цибуля виявився моторніший і перший дав згоду на пропозицію.

Цибуля: *Згода, парубче?*

Хівря: *Що?.. Так я незгодна!.. Ви чого це куме, нам дорогу переходите? Який ви в чорта після цього кум?*

Цибуля: *Та я що... Я нічого.*

Хівря: *Як це нічого? Хапає у нас з рота заробіток і – нічого! Хоч би очей в сірка позичили. Самі ж бачите: копачі у нас на квартирі, я їм їсти варю.*

Богдан: *Годі вам! Так тому й бути – обох беремо на роботу!*



Хівря: *Обох?! Так би й казав! (Лагідно до Цибулі). Вибачайте, кумцю! Доброго вам ранку!*

Цибуля: *І вам, кумасю! (В. Минко).*

Протиборство інтересів та зацікавленість в об'єкті конфлікту (заробіток) видно в першій же репліці Хіврі. Вона відразу вступає в боротьбу, застосовуючи експліцитну незгоду **я незгодна**, посилену часткою **так** та окличною інтонацією. Незгода виражена в категоричній формі та підкріплена лайливими словами (*чорта*) веде до конфлікту. Але кум, незважаючи на те, що він прекрасно розуміє, що від нього вимагають і що він винен у даній ситуації, вдає повне нерозуміння і виправдовується. Чим ще більше розлючує, і так ображену, Хіврю. На відмовки Цибулі Хівря, яку переповнюють емоції, виплескує їх в низці запитань та окличних речень, що виражають незгоду. Як-питання використовує, щоб виразити свою незгоду з позицією та словами кума і виражає обурення його нерозумінню. Потім вона аргументує свою незгоду, поступово заспокоюючись, адже починає вживати неокличні речення і цим сподівається привернути кума на свій бік.

Конфліктна ситуація вирішується позитивно на користь обох зацікавлених сторін, завдяки третій особі – роботодавцю (Богдану). Саме він, для того, щоб припинити дану суперечку, вирішує узяти їх обох на роботу. Немає об'єкта конфлікту – немає самого конфлікту. Кум і кума задоволені, але для повного виходу із ситуації, яка склалася, необхідно перепросити один в одного. Все ж таки не чужі люди. Першою почала Хівря, яка застосовує пестливі, лагідні звертання до Цибулі, щоб підлеститися до нього і налаштувати на позитивні емоції. Це їй цілком вдається, адже кум відповідає їй взаємністю, і вони досягають згоди. Під час спілкування Хівря та Цибуля змінювали свої мовленнєві тактики через різні причини – під впливом реакції адресата та під впливом ситуації.

При нейтральній стратегії мовленнєвої поведінки один (або кожний) із партнерів спілкування ігнорує та уникає спілкування із партнером по комунікації. За В.С. Дудченком, в основі цієї стратегії – відмова брати участь у конфлікті [13: 46]. Ця лінія поведінки може бути доречна, якщо предмет розбіжностей не представляє для людини великої цінності: „– *Я так і знала: уже тин рубає! – А що ж рубати? Хату починати, чи як? – Що хоч рубай. Ти хазяїн, ти в сьому голова!*” (В. Минко); або за відсутністю умов для вирішення на даний момент: „– *Я тебе прошу, Жанеку! – Не хочу какао. – Тоді сметанки. З тортом. – Не хочу. Нічого не хочу. – На ось гроші, тільки попоїж! – Не хочу. – На карбованця!.. Благаю! – Не хочу, не хочу, не хочу! (Тікає в сад.)*” (В. Минко).

У першій репліці ми спостерігаємо незгоду сина на пропозицію матері і єдиний аргумент – його небажання. Мати вирішує змінити предмет прохання (какао на сметанку та торт), сподіваючись таким чином досягти своєї мети – нагодувати сина. Але і цього разу терпить невдачу, син конкретизує та посилює повтором (*не хочу, не хочу*) свою відмову і говорить, що нічого не хоче їсти. Коли вмовляння не подіяли, вона застосовує підкуп, який підкріплює благанням (*Благаю!*). І знову незгода, але виражена в менш категоричній формі, однією реплікою та без аргументів. Син можливо і погодився б, але небажання їсти перемагає над бажанням отримати гроші. А от благання матері його обурюють і повертають в негативно-емоційне становище протистояння. Яке виражається за допомогою досить сильних стратегій непогодження, зокрема повторів (*Не хочу, не хочу, не хочу*) та окличної інтонації. І, розуміючи, що ця суперечка не завершиться ніколи або він повинен буде погодитися на пропозицію матері, вирішує втекти – цим виграв. Адже прохання матері залишається не вирішеним, а син досягає того, чого прагнув – не поїв. Ця конфліктна ситуація не вирішується, а вичерпується. Адже „вирішення конфлікту – це результат сумісної діяльності сторін, який характеризується припиненням протиборства і вирішенням проблемної ситуації, що переросла у конфлікт” [27: 95]. А завершення – це його закінчення, припинення з будь-яких причин. Суперечка закінчується за рахунок відсутності одного з комунікантів, у даному випадку – сина, і без досягнення згоди.

Цілком слушно зазначає О.В. Фадеєва, що комунікативною метою батьків є зміна напрямку й способу дій дитини відповідно до власних уявлень та інтересів; мета дитини зводиться до відстоювання свого права на власні рішення, що йдуть врозріз з інтересами батьків [25: 10].

Іноді такі конфліктні ситуації між батьками і дітьми можуть вирішуватися на користь перших за рахунок застосування ними сили: „– *А що ти їси? Хліб? Чорний хліб! Та в тебе ж і так перекислотність шлунка.. Кинь, одразу кинь! – Але смачно! – Кинь, кажу! (Вириває хліб і кидає на землю)*” (В. Минко).

Перші репліки незгоди виражені питаннями, за допомогою яких мати хоче розібратися в ситуації і одночасно пояснити сину причину суперечки. Виконавши все це, вона переходить до конкретних категоричних дій – забороняє синові їсти чорний хліб у зв'язку з його хворобою. Заборона виражена імпліцитно окличним реченням у формі наказу та посилена повтором (*кинь*). Син не погоджується з її аргументами і наводить власні, зазначаючи з докором, що хліб – смачний. Мати, будучи переконаною у правильності своїх вимог, вирішує цю конфліктну ситуацію шляхом силового втручання (забирає хліб). Конфліктна ситуація розв'язується і завершується на користь матері і здоров'ю сина, внаслідок ураження його бажань. Під час таких конфліктних ситуацій типовим для батьків є використання наказу, заборони, погрози тощо для досягнення власної мети. Діти ж звертаються до оборонних прийомів – вираження докору.

Кооперативна стратегія мовленнєвої поведінки характеризується направленістю на партнера по спілкуванню, а не проти нього. Комуніканти намагаються знайти такий шлях вирішення проблеми, який би задовольнив обидві сторони конфлікту. Характерним є прагнення досягнути максимально можливого у задоволенні як власних інтересів, так і прагнень опонентів: „– *Йому вже двадцять, а він ні гудзик до штанів, ні до шинелі хлястик... Ех, не я йому батько! – Ради всього. Тихше... Почує! – Хай чує і хай знає: я таки буду його батьком! – Іди... Благаю! – Іду... Будь здорова!*” (В. Минко).

Об'єкт їхнього конфлікту – неналежне виховання сина. Арсен, який починає цю суперечку, висловлює свою незгоду, щодо належного виховання сина Марти і водночас звертає її увагу на те, що він згоден їй допомогти. Щоб не загострювати ситуацію, Марта не висловлює ні згоди ні незгоди та не захищає сина, а намагається заспокоїти Арсена і запобігти тому, щоб син почув їх. Ігнорування Марти обурює Арсена, адже його репліка потребує конкретної позитивної або негативної відповіді, якої він так і не почув. Тому він не припиняє, а навпаки воліє, щоб син не лише почув, а й знав про свої недоліки. Непогодження на прохання Марти Арсен підсилює погрозою (*я таки буду його батьком*). Марта, розуміючи, що ця ситуація може привести до конфлікту між Арсеном і її сином, завершує її благанням, щоб Арсен пішов. Арсен радо йде на поступки і погоджується, бо симпатизує Марті. Конфліктна ситуація завершується за рахунок згоди обох сторін, але не вичерпується, бо об'єкт конфлікту не вирішений. Ця стратегія є бажаною, але не завжди досяжною. Адже для її реалізації необхідні бажання і зусилля всіх сторін розв'язувати проблему спільно і неогоїстично.

А зараз розглянемо які ще тактики використовує мовець керуючись стратегією незгоди (відмови) у конфліктній ситуації. Найтипівішими індикаторами непрямих мовленнєвих актів незгоди та прийоми за допомогою яких мовець може досягти комунікативної мети є цитатні запитання. За їх допомогою він намагається з'ясувати зміст ситуації загалом або мету спонукання, виражаючи різні значення на зразок здивування: „– *Я закоханий в українські пісні. – Як?! Аргентинець закоханий в українські пісні?*” (В. Минко); антипатія: „–*Прийшов потішити вас, пана й добродія мого. – Ти? Мене?*” (Б. Лепкий); незадоволення: „– *Мені нічого розказувати. – Так-таки й нічого?*” (В. Мушкетик); обурення: „– *Митрополит Гedeон Четвертинський запродав її, а Самойлович не боронив. – Що? Не боронив?*” (Б. Лепкий) тощо. Цитатні запитання використовують для того, щоб розібратися в ситуації, у вимозі: „– *Таж тут люди побачать! – А що нам люди? Ми ж не краденими картами граємо, а своїми!*” (В. Минко). За допомогою питань мовець також хоче уточнити різні деталі ситуації: „– *А такої й мови нема. – Як нема? А то по-якому написано на пакунку?*” (В. Минко). Іноді це просто тактика вигадування часу, тому що він взагалі не збирається виконувати потрібну дію і називає об'єктивну причину відмови: 1) „– *Слухайте статтю. – Вона ж довга, я не маю часу. Давайте, потім почитаю*” (В. Малик); або суб'єктивну: 2) „– *А я пропоную одразу ж залишити нас і не заважати працювати! – Як ви смієте? Ми не залишимо вас!*” (В. Минко). При незгоді через суб'єктивні причини, адресат прямо або

категорично відмовляється виконати дію, посилаючись на небажання, неможливість або наводить формальні підстави для цього. Питальна реакція адресата вживається у ситуаціях, коли він не впевнений щодо доцільності дії, її користі для нього особисто: 1) „– Чи не поїхати б нам туди? – А пощо? **Що ми там загубили?**” (Б. Лепкий). 2) „– Грайте, кажу! – Але з якої **радості?**” (В. Минко). Іноді адресат використовує грубу форму відповіді: „– У Києві. – **Якого біса?**” (В. Минко).

Тактики непрямой незгоди (відмови) і відкладання у часі виконання потрібної дії можуть мати різноманітні способи та форми реалізації в мовленні. Якщо мовець відкладає в часі виконання дії з якихось причин, він починає розпитувати та з'ясовувати певні подробиці; після цього або взагалі не показує свою позитивну чи негативну реакцію: „– Хай погуляє хлопець. – **Не твоє діло! Командуй у себе на службі, а дома – я міністр! Біжи Полю!**” (В. Малік), а в деяких випадках просто виходить із спілкування: „– Таж по вино. – **Ще встигнеш, а зараз от... Передай тьоті!**” (В. Минко). „– Та дай же перепочити... – **Уночі перепочинеш, тягни...**” (В. Минко).

Іноді адресат намагається пришвидшити в часі виконання дії: „– Років за п'ять зважите? – **Чому за п'ять?.. Раніше**” (В. Минко). Використовує чому-питання як незгоду і одночасно як висловлювання-стимул пояснити, доповнити, продовжити висловлювання адресанта. У цьому випадку адресат і сам не впевнений у тому, на скільки раніше він зможе це виконати. Але він не зважає на це, а заперечує і називає не конкретні роки, а використовує прислівник **раніше**. Саме цим прислівником адресат підкріплює свою незгоду і впевнено виходить із ситуації.

Категорія статусності реалізується в двох формах: рівноправності та нерівноправності співрозмовників [3: 18]. Якщо ми говоримо про ситуацію спонукання, то комуніканти, в основному, нерівноправні за своїм комунікативним статусом. Мовцю належить ініціатива, він стимулює зміну справ, які на даний момент склалися і є каузатором дії, яку вимагає. Слухач (адресат) наділений другорядною роллю – виконавець вимоги. За умови згоди адресат, як правило, визнає за мовцем право щось пропонувати, вимагати, хотіти тощо і не суперечить його домінуючій ролі. Незгода та конфліктність пов'язані з різноманітними порушеннями категорії статусності, які можуть здійснюватися обома учасниками спілкування. Наприклад, адресат не визнає вищого комунікативного статусу мовця і використовує грубі, образливі звертання: „– **Жінко, Химіє! – Замовч, теленню!**” (В. Минко). Неповага, іноді презирство, з боку адресата до адресанта свідчить про те, що він не має наміру виконувати потрібну дію. У таких ситуаціях він намагається усунути мовця з місця виконання дії: „– **Він любить тільки вас! – Геть мені з очей! Зараз же!**” (В. Минко); або прагне змусити його замовчати: 1) „– **Приїхав!.. Дя Іван приїхав! – Не кричи шалена!**” (В. Минко); 2) „– **Прочитайте, тітонько! Благаю!.. Він любить вас! – Замовч, шалена! Інакше не знаю, що з тобою зроблю!**” (В. Минко); 3) „– **Ой, як він вас виглядає! – Саню, прикуси язичка..**” (В. Минко). У певних ситуаціях адресат може відмовитися виконувати дію, оскільки не впевнений у правах і повноваженнях адресанта: „– **Ти замовкнеш нарешті? – А чого я маю мовчати? Не ви, а я тут генерал!**” (В. Минко). Це часто трапляється в ситуаціях, у яких наявні порушення соціального статусу комунікантів. Усі згадані тактики (посилання на неможливість виконання саме в цей час, незгода чи відмова без будь-якого мотивування, ухилення від відповіді, повідомлення про небажання виконати прохання тощо) засновані на некооперативній стратегії поведінки адресата.

Для того, щоб спілкування приносило задоволення та позитивний результат, необхідно вживати заходи для попередження конфлікту або виходу з нього. У ситуаціях попередження конфлікту часто вживається негативна реакція – „незгода-співпраця” [21: 127]. Висловлювання, які виражають незгоду в менш категоричній формі, використовуються в діалозі-співпраці, наприклад: „– **Ти... Ти – кат, інквізитор!.. Що ти ганьбиш нас перед чужою дівчиною? – По-перше, вона не чужа. По-друге, я нікого не ганьблю**” (В. Минко). Адресат, налаштований на співпрацю, висловлює незгоду у формі аргументування та пояснення. Уживаючи такий тип негативної реакції, адресат не піддається емоціям, не намагається ігнорувати конфлікт, а прагне його вирішити або припинити на початку. Характерним для незгоди-співпраці є застосування звертань як засобу для пом'якшення

конфлікту: „– *Заболіло?. Прости. Стара рука. – Ні, тітусю, я навіть і не чула*” (В. Минко). У цьому прикладі ми спостерігаємо комунікативну стратегію пом'якшеного непогодження, що супроводжується пестливим звертанням (*тітусю*). І може розглядатися як зусилля створити ситуацію „включення”, коли комуніканти, незважаючи на протилежні позиції, намагаються відновити символічну близькість з питання, яке дискутується і з самим співрозмовником.

Нейтралізують завдання морального збитку, вносячи легкий чуттєвий момент подяки: „– *Хочеш, я тебе за бібліотекаря колись візьму. – Ні, дякую вашій милості. Мене більше до коня і до шаблі тягне*” (В. Минко). „– *Провести вас у Мотрині кімнати? – Спасибі. Я їду*” (Б. Лепкий); жалкування: „– *Ходім – почувемо, що там нового нам братчики із Січі привезли. – Цікаво дуже! Шкода, що я не буду з вами*” (Карпенко Карий).

Необхідно зазначити, що ситуації спілкування, в яких ініціальне висловлювання отримує позитивну реакцію або негативну, яка уповільнюється / прискорюється в часі або взагалі заперечується / забороняється, практично невичерпні. У кожній мовленнєвій ситуації по-своєму комбінуються об'єктивні та суб'єктивні фактори, які і визначають різноманітні способи розгортання діалогів. Нами були розглянуті різноманітні стратегії і тактики негативної реакції (незгода, відмова, заборона) та їхні вияви (категорична / некатегорична, емоційна / нейтральна незгода тощо). Було виокремлено незгоду, висловлену за допомогою сильних стратегій непогодження (негативна відповідь *ні* з наступним повтором або без нього, використання „фамільярних вигуків” тощо) та пом'якшених стратегій (незгода, що супроводиться пестливими звертаннями, подяками, жалкуваннями). Способи вираження незгоди (відмови) представлені наступними найбільш типовими формами: комунікативом *ні*, конструкціями з цитуванням, цитатними питаннями, модальними дієсловами, фразеологічними конструкціями. До найтипівіших індикаторів мовленнєвих актів заборони належать імперативні висловлювання із запереченням, перформативи *забороняю, не дозволяю*, конструкції з імперативною формою дієслова *мовчати (замовчати)*, вигук *геть*.

У майбутньому дослідження індикаторів негативної реакції як чинників конфлікту буде зосереджено на уточненні функціонально-комунікативних різновидів стратегій і тактик непогодження, а також формальних модифікаціях.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Алексеева С.В. Правильность и успешность коммуникации с точки зрения прагматики и дериватологии. – Пермь: Пермск. гос. ун-т, 1995. – 14 с.
2. Арутюнова Н.Д. Стратегии и тактики речевого поведения // Прагматические аспекты изучения предложения и текста. – К., 1983. – С. 37-53.
3. Богушевич Д.Г. Опыт классификации эпизодов вербального общения // Языковое общение: процессы и единицы. – Калинин, 1988. – С. 13-21.
4. Борисова Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге // Русская разговорная речь как явление городской культуры. – Екатеринбург, 1996. – С. 21-48.
5. Бородкин Ф.М., Коряк Н.М. Внимание – конфликт! – Новосибирск: Наука, 1989. – 190 с.
6. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. В поисках новых путей развития лингвострановедение: концепция речеведческих тактик. – М.: Прогресс, 1999. – 84 с.
7. Вохрышева Е. В. Особенности стратегий реализации отказного реагирования. – Электронная научно-практическая конференция: <http://www.acis.vis.ru/konfer/>.
8. Гелрригел Д., Склокум Д., Вудмена Р., Н.Сью Бренінг. Організаційна поведінка: Пер. з англ. – К.: Основи, 2001. – С. 383.
9. Германова Н.Н. Коммуникативная стратегия комплимента и проблемы типологии речевых этикетов // Язык и модель мира: Сб. науч. тр. – Вып. 416. – М., 1993. – С. 27-39.
10. Гришина Н.В. Психология конфликта. – СПб: Питер, 2002. – 464 с.
11. Гулакова И.И. Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01, 10.02.19 / Орел, 2004. – 152 с.
12. Джандалиева Е.Ю. Кооперативность / конфликтность вербального поведения немецкоязычного адресата в коммуникативной ситуации неодобрения / Е.Ю. Джандалиева // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – № 31 (69): Аспирантские тетради: научный журнал. – СПб., 2008. – С. 78 – 83.
13. Дудченко В.С. Трансформация конфликта // В контексте конфликтологии: диагностика и методология управления конфликтной ситуацией. – М.: Изд-во Института социологии РАН, 2001. – №3. – 176 с.
14. Клюев Е.В. Речевая коммуникация. Успешность речевого общения. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320 с.
15. Козер Л.А. Завершение конфликта: Пер. с англ. // Социальный конфликт: современные исследования. – М., 1991. – С. 27-35.
16. Конфліктологія / Л.М. Герасіна, М.І. Панов, Н.П. Осипова та ін.; За ред. професорів Л.М. Герасіної та М.І. Панова. – Харків: Право, 2002. – 256 с.
17. Корольова А.В. Стратегії і тактики комунікативної поведінки учасників спілкування в ситуаціях конфлікту // Зб. наук. праць Київського нац. ун-ту ім. Т. Шевченка STUDIA LINGUISTICA. – Вип. 1. – К.: „Київський університет”, 2008. – С. 48-53.
18. Николова А. Речевые тактики говорящего в побудительных высказываниях. – Чтения, посвященные дням славянской письменности и культуры. Материалы региональной научной конференции, Чувашский гос. ун-т, Чебоксары, 2000. – т. 2. – С. 9-19.

19. Парсон Т. Функциональная теория изменения // Американская социологическая мысль: тексты: Пер. с англ. / Под ред. В.И. Добренкова. – М., 1994.
20. Пірен М. Основи конфліктології. – К., 1997. – С. 56-61.
21. Рудик І.М. Комунікативно-прагматичні типи висловлювань зі значенням згоди / незгоди в сучасній англійській мові: Дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Житомирський державний педаг. ун-т ім. І. Франка. – Житомир, 2000. – 174 с.
22. Смелзер Н. Соціологія. – М.: Фенікс, 1994. – 688 с.
23. Третьякова В.С. Конфликт глазами лингвиста // Юрислингвистика-2: русский язык в его естественном и юридическом бытии. – Барнаул, 2000. – С. 127-140.
24. Уткин Э.А. Конфликтология. Теория и практика. – М., 2001. – С. 63.
25. Фадеева О.В. Стратегії й тактики конфліктного дискурсу (на мат. суч. англ. мови): Автореф. дис... к-та філол. наук: 10.02.04 / Київський державний лінгвістичний ун-т. – К., 2000. – 18 с.
26. Формановская Н. И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. – М., 1998. – 291 с.
27. Цюрупа М.В. Основи конфліктології та теорії переговорів: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2004. – 172 с.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Наталія Рябокiнь** – старший викладач кафедри перекладу та іноземних мов Полтавського інституту економіки і права, аспірантка кафедри загального і слов'янського мовознавства та журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка.

*Наукові інтереси:* комунікативна лінгвістика.

## **ПРОСТРАНСТВО ГЛОБАЛЬНОЙ СЕТИ: ИНФОРМАЦИОННОЕ VS КОММУНИКАТИВНОЕ**

**Наталія ВАСЮКОВА (Київ, Україна)**

*У статті розглядаються основні функціональні характеристики всесвітньої мережі Інтернет як нового інформаційно-комунікативного простору.*

*The article deals with main functional characteristics of the worldwide network – Internet – as a new informative and communicative space.*

Несколько десятилетий назад лингвистические исследования начали обращаться к опосредованной компьютером коммуникации, в том числе и к Интернету, таким образом, признавая его возрастающее влияние на различные сферы общественной жизни. Интернет-пространство стало объектом исследования психологов, социологов, лингвистов. Каждое научное направление выделяет значимые для него объекты и проблемы исследований информационного общества. Полипарадигмальный характер современного научного знания обуславливает одновременный интерес различных гуманитарных дисциплин к одним и тем же проблемам: личность в Сети, языковая личность – виртуальная языковая личность [5: 64-75], гендерная самопрезентация личности в Сети [3: 437-458], лингвокультурологическая оставляющая интернет-коммуникации [5: 12]. Цель данного исследования состоит в определении значимых коммуникативно-прагматических характеристик интернет-коммуникации. Для достижения поставленной цели следует решить ряд **задач**: рассмотреть подходы к категории информационно-коммуникативного пространства Сети; исследовать параметры эффективной виртуальной коммуникации.

Ознакомившись с современных исследований интернет-коммуникации, мы заметили, что если ранее обсуждалось *освоение* человеком Интернета [10: 8] как альтернативы «реальной» коммуникативной среде, то теперь акцент исследования ставится на *позиционирование* освоившего новое пространство субъекта в этой среде, *мотивационную (когнитивную)* составляющую участия в такой коммуникации, ее *реализацию (прагматическая составляющая)*. Методика покомпонентного изучения новой парадигмы уступила место системному подходу к ее исследованию: Интернет как новую коммуникативно-языковую среду рассматривала Г.Н. Трофимова; Л.Ф. Компанцева обосновала существование интернет-лингвистики как нового научного направления; Е.И. Горошко рассмотрела интернет-коммуникацию сквозь призму гендерного подхода; вопрос существования вымышленных языков в интернет-лингвистике изучали М.Ю. Сидорова и О.Н. Шувалова [8]; среди зарубежных исследователей интернет-лингвистики Дэвид Кристалл описал масштабы этого явления, назвав его «революцией в языке» [12]. На сегодняшний день Интернет не только не ограничивает исследователей в объеме материала, но и открывает новые, ранее незамеченные загадки в лабиринте Всемирной Паутины.

Этап «вступления мирового сообщества в новую – информационную – фазу своего развития» [10:8] логически перешел в следующий – этап становления и активного развития в новой среде. Обращение к этой среде и пребывание в ее пространстве нацелено на удовлетворение двух потребностей:

- получение/передача информации (информационная составляющая);
- общение (коммуникативная).

Фасилитаторами получения информации являются различные поисковые системы (ПИ) – общего направления (Yandex, Rambler, Aport – ПИ Рунета; UANET-SEARCH, Sesna, Nsearch – ПИ Уанета; Google, Yahoo, Magellan, Lycos – зарубежные ПИ), а также тематические (ТПИ) – медицинские ПИ, муниципальные, ПИ туристических агентств, и т.д. Доступность, скорость поиска, гипертекстуальный характер информации противостоят другим ее характеристикам – избыточности, неэффективности, что часто порождает когнитивный диссонанс в виртуальной коммуникации. Последнее объясняется различием подходов к кодированию и декодированию информации, т.е. различием семиотических (знаковых) систем – кодировку информации осуществляет на самом начальном этапе машина, а декодирует – человек.

Например, результаты поиска термина «пространство» в системах Yandex.ru и Google.ru составили 42 млн стр. и 88 млн стр., соответственно. Количественная избыточность информации подтверждается числовыми данными, смысловая – объясняется широтой употребления термина. Для эффективности конечного результата электронной системы поиск сферы употребления термина должен быть ограничен, а, значит, следует расширить искомое понятие до фразового единства: результаты поиска «информационное пространство» составляют уже 1 420 000 стр. (Google) и 35 млн стр. (Yandex), а «информационно-коммуникативное пространство» – соответственно 41 500 стр. и 208 000 стр. Таким образом, сужение области поиска обеспечивает большую эффективность конечного результата.

Что же представляет собой *информационное пространство* (ИП)? С точки зрения философии, пространство – одна из форм бытия, наряду со временем, движением и системностью. С точки зрения обывателя, «пространство интуитивно понимается как арена действий, общий контейнер для рассматриваемых объектов, сущность некоторой системы» [4]. Определение понятия в широком смысле не имеет существенных различий в толковании, однако термин «информационное пространство» у современных исследователей вызывает противоречия. Гирич В.Л. и Чуприна В.Н. под информационным пространством понимают «объединение накопленных информационных ресурсов (текстовых документов, баз данных, неподвижных и движущихся изображений, звуковых и графических материалов, программного обеспечения и веб-страниц) посредством информационно-коммуникационной инфраструктуры» [1]. Терминологический он-лайн глоссарий предлагает трактовать ИП как «совокупность (1) банков и баз данных, (2) технологий их сопровождения и использования, (3) информационных телекоммуникационных систем, функционирующих на основе общих принципов и обеспечивающих: - информационное взаимодействие организаций и граждан; – удовлетворение их информационных потребностей» [9]. В электронной энциклопедии ИП определено как «совокупность результатов семантической деятельности человечества... «мир имён и названий», сопряженный к физическому» [4]. Более четким и соответствующим функциональному предназначению мы считаем определение ИП Интернета как среды, обеспечивающей информационное взаимодействие и удовлетворяющее потребности общества в информации. Сообщества, возникающие в таком пространстве и объединяющиеся впоследствии по определенным социолингвистическим, коммуникативно-прагматическим, лингвокультурологическим и иным признакам в целостный организм, мы относим к информационному обществу (ИО). Г.Н. Трофимова предлагала рассматривать ИО как «эволюционное продолжение индустриального общества, в котором наиболее быстрыми темпами растут секторы, связанные с созданием и потреблением информации» [10:18]. Однако данное утверждение не может полностью применяться для характеристики ИО Интернета, поскольку, как считает Е.И. Горошко, «в Интернете не создается никакого знания, но зато он стал мировым *ретранслятором информации*, передаваемых социальных

смыслов, играя роль сверхскоростной *коммуникативной магистрали* нашей планеты» [3:54]. Таким образом, выделяются ранее определенные функции – информационная и коммуникативная.

Рассмотрим вторую составляющую пространства Сети – коммуникативную. А.В. Назарчук трактует *коммуникативное пространство* (КП) как «пространство, соединяющее членов коммуникации. Оно измеряется не физическими мерками, а количеством действий и времени, необходимых участникам коммуникации для того, чтобы достичь друг друга» [6]. С точки зрения психологии, КП – это «социально-психологическая среда, где возможно построение адекватной коммуникативной модели. Речь идет о такой психологической парадигме, в которой можно было бы реализовать формирующую, развивающую, содержательно-смысловую, уточнительно-результативную функции коммуникации» [2].

Но следует ли выделять один из компонентов, отдавая предпочтение коммуникативному над информационным? Абсолютной оппозиции здесь быть не может: значимость той или иной составляющей определяется потребностью общества или одного его представителя в данное время. Более того, оба элемента являются частью целого, без одного из них нарушится системность и прагматическая функциональность этого целого. Несмотря на то, что «постепенно, по мере развития информационно-коммуникативных технологий, «информационное» и «коммуникативное» начинают отделяться друг от друга» [3:55]. Также, исходя из степени зависимости от первоисточника (создателя информации/адресанта), Г.Г. Почепцов разграничивает понятия информационного и коммуникативного пространства: «Коммуникативное пространство находится в сильной степени зависимости как от потребителя, так и от отправителя информации, в то время как информационное пространство находится в зависимости только от отправителя (спонсора) информации» [7]. Однако для нашего исследования на данном этапе значимыми будут консолидирующие определения, которые подчеркивают обязательное наличие обоих компонентов для характеристики целостной структуры информационно-коммуникативного пространства Интернета.

Следующий этап развития информационно-коммуникативного общества связан с его преобразованием в сетевое. С точки зрения М. Кастельса, такой феномен обусловлен «трансформацией общества и сознания людей...компьютерные технологии продуцируют новый тип общества и коммуникации – сетевые» [11:6-16]. Активность современного человека в пространстве глобальной Сети выполняет аттрактивную функцию для изучения феномена *Интернет-коммуникации* («ряда коммуникативных действий в сети Интернет» [5: 21]).

*Итак*, поэтапное развитие общества в информационном и коммуникативном континууме в настоящий момент находится на стадии активного освоения сетевого пространства и формирования различных сетевых сообществ. Современные технологии, среди которых главенствующую роль в выполнении информационно-коммуникативной функции осуществляет Интернет, с каждым днем предлагают все больше возможностей для «удовлетворения потребности» личности в постоянной социализации, обеспечивая новые коммуникативные и информационные сервисы. Именно основные составляющие – информационная и коммуникативная – определяют прагматические цели и установки современного пользователя Сети, характеризуют его деятельность. В результате исследования мы пришли к выводу о том, что ни одну из функций интернет-коммуникации не может быть акцентирована, поскольку они взаимодополняемы при обозначении основных характеристик интернет-коммуникации и позволяют воссоздать целостную картину ее осуществления.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

1. Гирич В.Л., Чуприна В.Н. Глобальное информационное пространство и проблема доступа к мировым информационным ресурсам. Режим доступа: <http://old.nlb.by/mba/docs/4.pdf>
2. Глоссарий психологических терминов. Режим доступа: <http://psyznaiyka.net/socio-obchenie.html?id=11>
3. Горошко Е.И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении: Монография. – Х.: ФЛП Либуркина Л.М., 2009.-816 с.
4. Интернет-энциклопедия «Википедия». Режим доступа: [www.wikipedia.ru](http://www.wikipedia.ru)

5. Компанцева Л.Ф. Интернет-лингвистика когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы. Монография. – Луганск: Знание, 2008. – 528 с.
6. Назарчук А.В. Новая коммуникативная ситуация: рождение сетевого общества. Режим доступа: <http://www.religare.ru/article18074.htm>
7. Почепцов Г.Г. PR для профессионалов. Режим доступа: <http://lib.socio.msu.ru/library>
8. Сидорова М.Ю., Шувалова О.Н. Интернет-лингвистика: вымышленные языки. Режим доступа: [www.philol.msu.ru/~sidorova/files/conlangs.pdf](http://www.philol.msu.ru/~sidorova/files/conlangs.pdf)
9. Терминологический он-лайн глоссарий. Режим доступа: <http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl>
10. Трофимова Г.Н. Языковой вкус Интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты: Монография.- М.: Изд-во РУДН, 2004. – 308 с.
11. Castells M. An Introduction of the Introduction Age//City 7. – 1997. – p. 6-16
12. Crystal D. The Language Revolution.-Cambridge: Poliy Press, 2001.-272 p. Available at: [http://www.davidcrystal.com/DC\\_articles/Internet2.pdf](http://www.davidcrystal.com/DC_articles/Internet2.pdf)

#### МАТЕРИАЛЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Поисковая система. Режим доступа: [www.google.ru](http://www.google.ru)
2. Поисковая система. Режим доступа: [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru)

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Наталія Васюкова** – аспірант Горлівського педагогічного інституту іноземних мов, викладач Центру підготовки офіцерів для багатонаціональних штабів Національної академії оборони України.

*Наукові інтереси:* комунікативна лінгвістика, мова інтернет-комунікації.

## СМС-ПОВІДОМЛЕННЯ ЯК НОВИЙ ТИП КОМУНІКАЦІЇ

**Олена БЕЗЗУБОВА (Київ, Україна)**

*В статті піднімається проблема смс-комунікації як чинника розвитку мови у суспільстві, аналізується вплив смс-спілкування на соціальне, культурне та правове життя суспільства, оцінюються різні підходи в аспекті впливу смс-комунікації на розвиток стандартної мови.*

*The article concerned the problem of modern communication through sms-messages, which have a great importance for the current stage of language development. It is analysed its effect upon the social, cultural and legal aspects of our society and the way of the influence on the changes of standard language.*

Сучасний світ характеризується стрімким розвитком комунікаційних технологій й підвищенням ролі мобільної Інтернет-комунікації в житті не тільки окремого індивіда, а й всього суспільства. Це зумовлює зростання впливу нових форм комунікації на розвиток мови та її подальші зміни. Лінгвістика як наука не може залишитися осторонь процесу вивчення смс-комунікації та всіх тенденцій пов'язаних з цим процесом.

В останні роки у межах сучасної лінгвістики увага приділяється мові нових медіазасобів, які слід розглядати як форму взаємодії у всесвітній мережі (World Wide Web) – Інтернет, як різновид комп'ютерно-опосередкованої комунікації. Лінгвістична та корпусно-лінгвістична зацікавленість все частіше торкається розгляду особливих стильових жанрів та дискурсів Інтернет-мови – електронних листів, форумів, чатів, гостьових книг і т.д [6: 164].

Для кожної електронної форми комунікації – електронних листів, форумів, чатів, гостьових книг, смс різного характеру – поздоровлень, любовних повідомлень і т.д. – характерними є певні лінгвістичні особливості [4: 147].

Особливої уваги заслуговують так звані смс, які посилаються за допомогою мобільного телефона або Інтернета, і які на початку нового тисячоліття здобули справжнього визнання [4: 84].

Сфера дослідження, що вже завоювала інтерес з боку зарубіжних науковців, є перспективною і може принести важливі результати в області лінгвістики.

Над проблемами текстових повідомлень працювали такі зарубіжні мовознавці, як Хефліх, Рессліх, Андроутсопуолос, Шлобінські, Гюнтер та Вісс, Дюршайдт та Ціглер (2002), Бойтнер (2002), Вайнгартен (1997), Біттнер (2003), Катц та Аакус (2002), ними була опублікована низка статей на дану тематику [4: 20].

**Актуальність** статті зумовлена підвищенням ролі смс-повідомлень в житті кожної окремої особи та буття в сучасному соціокультурному середовищі суспільства в цілому, оскільки комунікація виступає необхідним й важливим елементом соціального та культурного існування суспільства та держави.

**Мета** статті полягає у визначенні місця смс-комунікації у комунікативному спілкуванні.



**Завданням** статті є аналіз стану смс-спілкування у нерозривному зв'язку із розвитком сучасних комунікаційних технологій, визначення меж впливу смс-комунікації на розвиток суспільного середовища та перспектив розвитку смс-мовлення в сучасному житті людини.

Кожен засіб масової комунікації, а саме – преса, радіо, телебачення – виник у зв'язку з певними потребами суспільства й обслуговує окрему сферу його життя і тому набуває особливостей мовної репрезентації [1: 16]. Мобільний зв'язок, що є засобом комунікації, можна порівняти, з одного боку, із засобами масової комунікації (друк, радіо, телебачення), з іншого, із засобами індивідуальної комунікації (наприклад, із стаціонарною телефонною мережею) [5: 541].

Отже, мобільна комунікація представляє технічно-опосередковану індивідуальну, групову або масову комунікацію, яка реалізується за допомогою портативних приладів безпроводним способом та пропонує своїм користувачам комунікацію, спілкування та передачу інформацію.

Говорячи про історію смс-повідомлень, слід наголосити, що бездротова комунікація, яка уможливила виникнення смс, стала розповсюдженою у 1901 р. із бездротовим телеграфним зв'язком, який називався “Aurton prediction”. Але незважаючи на те, що з того моменту технології розвивалися досить стрімко, Мартін Купер, якого вважають батьком мобільного телефону, повинен був працювати майже десятиліття у своєму бюро в Чикаго над реалізацією мобільного телефону. І в квітні 1973 р. він зміг здійснити перший дзвінок з мобільного телефону [4: 83].

Історично смс були побічним продуктом інших мобільних комунікаційних служб, але мобільні служби телефонного зв'язку почали використовувати їх, щоб надсилати своїм клієнтам повідомлення про пошкодження мережі та подібну інформацію. А на сьогодні вони є одним з головних засобів комунікації [4: 84, 8: 13].

SMS is also often referred to as texting, sending text messages or text messaging. The service allows for short text messages to be sent from one cell phone to another cell phone or from the Web to another cell phone. Служба передачі коротких текстових повідомлень – це розповсюджений у всьому світі бездротовий сервіс, який уможливує передачу літеро-цифрових повідомлень та таких систем, як електронна пошта, пейджинговий зв'язок та голосова пошта.

Смс є поширеним типом комунікації й кращою та улюбленою формою спілкування особливо у деяких пластах суспільства, що підтверджують результати проведеного організацією “Морі” та пошуковим Інтернет-сервісом “Лікос” у Великобританії у 2000 р. (3–7 серпня) серед населення віком від 15 років і старше, які показали, що близько чверті населення Британії станом на 2000 р. використовують текстові повідомлення. Молодь регулярно використовує у своєму спілкуванні смс – 50% молоді у віці від 15 до 24 років спілкуються за допомогою смс-повідомлень [4: 84]. Німці за рік відправляють 20 мільярдів, а кожен німець в середньому – 280 смс. В 2001р. було передано приблизно 21 мільярд смс-текстів [3].

Але слід визнати, що смс користуються широкою популярністю серед людей різного віку, різних національностей та різного соціального статусу, і зайняли чільне місце у їхньому повсякденному житті.

Фактично смс-спілкування набуває все більшого значення щодо впливу на розвиток суспільних та правових відносин як на рівні держави, так і на рівні міжнародних відносин. Все більше політичних діячів використовують смс-повідомлення як звичайний, але швидкий засіб комунікації. Прикладом може стати той факт, що канцлер Німеччини Ангеліна Меркель охоче і часто пише смс. В одному з інтерв'ю німецькій газеті “Süddeutsche Zeitung” вона розповіла, що “смс – цікава форма комунікації, яка економить час, оскільки всі ввічливі пусті фрази, як наприклад Guten Tag – Добрий день, wie geht's – як справи, wo bist du gerade – де ти саме є, випускаються” [9].

На сьогоднішній день смс-комунікація набула активного розповсюдження серед молоді, яку в масмедіа називають генерацією смс або генерацією txt [3]. Саме молодь перетворила текстові повідомлення на свій улюблений спосіб комунікації, і сприяє тому, що дослідженню цієї групи користувачів приділяється особлива увага вчених.

Смс-комунікація служить в першу чергу приватній комунікації з партнером/партнеркою, з друзями, знайомими, коханими та членами сім'ї. Виходячи з діадичної комунікації

(dyadische Kommunikation), короткі повідомлення використовуються у межах неформальної групової комунікації, наприклад, сім'ями або компаніями друзів. У формальних контекстах робочих відносин та всередині робочих команд, у межах організаційної комунікації та суспільної роботи, смс використовуються рідше [3].

На рівні масової комунікації короткі повідомлення представлені у формі смс-реклами, смс-ігор та смс-інформаційних служб – новин, результатів футбольних матчів, біржових курсів, гороскопів і т.д. Але найпоширенішою є смс-служба у міжперсональній комунікації (interpersonale Kommunikation) [3].

При цьому користувачі розглядаються не просто як публіка або реципієнти, а як медіапродуценти (Mediaproduzenten) [7: 34]. Реципієнт виконує роль не пасивного, а саме активного комунікатора (aktiver Kommunikator) [7: 36].

Ми вважаємо, що це повністю відповідає реальній дійсності, але пропонуємо визначення ролі реципієнта як „обмеженого активного комунікатора”, оскільки ситуації, в яких відбувається смс-спілкування мають елементи як суб'єктивного, так і об'єктивного характеру.

Елемент суб'єктивного впливає із таких категорій, як бажання реципієнта до здійснення певних дій в смс-спілкуванні, можливості для здійснення операції передачі інформації та фактичні активні дії для досягнення мети. Суб'єктивною метою реципієнта є передача інформації у вигляді смс-повідомлення до іншого суб'єкта спілкування.

Елемент об'єктивного визначається наявністю ситуацій, що не залежать від волі реципієнта та його неможливості вплинути на них. Такими ситуаціями можуть бути пошкодження технологічних каналів зв'язку в момент передачі інформації, відсутність технічних можливостей оператора зв'язку передати інформацію в повному обсязі або небажання чи неможливість іншого суб'єкта отримувати або реагувати на передану інформацію.

Суб'єктивні та об'єктивні елементи об'єднуються в поняття „ризиків смс спілкування” як ймовірність наявності негативних ситуацій в спілкуванні за допомогою смс, які можуть привести до пошкодження інформації або її неадекватної передачі через вплив певних чинників, зумовлених технологічними та технічними особливостями комунікаційних ліній, а також пошкодження цих ліній через форс-мажорні обставини (природні катаклізми, терористичні акти та інше).

Молодь та смс в сучасному світі стали нерозривними елементами спілкування та категоріями об'єктивного мовного середовища. Місце смс в лінгвістиці зумовлено з їх практичним спрямуванням.

У зв'язку з тим, що у світі молоді комунікативні засоби займають чільне місце, постає питання, як комунікативні засоби, а саме мобільний телефон, і смс зокрема впливають на мову і повсякденний спосіб життя молоді [2: 125].

Електронні листи, смс та ммс є асинхронними засобами, в яких прямий обмін інформацією (безпосередній взаємозв'язок) є неможливим, хоча вони наближаються до синхронізації та дозволяють спілкуватися у майже реальному часі. З того моменту, як невелика кількість інформації, а саме 160 символів, може передаватися під час її написання, мова почала пристосовуватися до нових засобів передачі інформації, які роблять письмове спілкування ефективнішим при меншій затраті часу та зрозумілим при наявності мінімальних непорозумінь. І мова, насправді, змінилася: із зростанням використання електронних листів, смс та ммс з'явилася та розвилася низка нових форм – гібридних форм, які поєднують особливості розмовної мови та письмової, що як результат може представляти незрозумілу та закодовану мову [4: 16].

Лінгвісти наголошують на тому, що засоби комунікації впливають на вибір мовних засобів. Погоджуючись з цією думкою, ми пропонуємо ввести категорію „мовна культура смс-спілкування”, що визначить вплив смс-спілкування на розвиток загальної культури мовлення не тільки певного суспільного прошарку, а суспільства в цілому.

Отже, окремим і важливим аспектом розвитку смс-повідомлень є їх вплив на стандартну мову, що представляє особливий інтерес для лінгвістики. Активність, орієнтованість на живе, невимушене спілкування сприяють змінам у нормах літературної мови у напрямку її

лібералізації та породжують сумніви в непорушності й обов'язковості дотримання літературних норм, через що деякі мовознавці говорять про негативний вплив самих смс-повідомлень.

Ми пропонуємо визначити декілька аспектів впливу смс-повідомлень на загальну культуру мовлення: по-перше, негативний вплив, що полягає в обмеженості мови смс та пристосування цієї мови до повсякденного життя індивіда; по-друге, позитивний вплив, який визначається появою нових лінгвістичних форм, що представляють взаємозв'язок мови та сучасних технологій та по-третє, соціальний аспект, в якому відображаються особливості смс-комунікації різних суспільних верств населення за гендерною, професійною та суспільною ознакою.

Отже, розвиток сучасних технологій зумовив розвиток смс-комунікації серед всіх верств населення; смс-комунікація стала загальною формою спілкування між людьми на одному рівні з листуванням, електронним листуванням та безпосередньою комунікацією; смс-комунікація впливає на розвиток та вдосконалення стандартної мови, що має позитивні та негативні риси.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Лукашенко Н.Г. Испаномовний Інтернет-дискурс: комунікативно-прагматичний та лінгвостилістичний аспекти (на матеріалі форумів з проблематики родинних стосунків): дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.05 / Лукашенко Наталія Григорівна. – К., 2006. – 228с.
2. Bug J. Telekommunikation und Jugendkultur Eine Einführung / J. Bug, M. Karmasin (Hrsg.). – Wiesbaden : Westdeutscher Verlag GmbH, 2003. – 188S.
3. Döring N. "Kurzm. wird gesendet" – Abkürzungen und Akronyme in der SMS-Kommunikation. *Muttersprache – Vierteljahresschrift für deutsche Sprache* Heft 2/2002 / Nicola Döring. – Wiesbaden : 2002. – 22S.
4. Frehner C. 1978- Email – SMS – MMS : the linguistic creativity of asynchronous discourse in the new media age / Carmen Frehner. – Bern : Peter Lang AG, International Academic Publishers, 2008. – 294P.
5. Krömber H. Handbuch Medienproduktion Produktion von Film, Fernsehen, Hörfunk, Print, Internet, Mobilfunk und Musik / H.Krömber, P. Klimsa (Hrsg.). – Wiesbaden : GWV Fachverlage GmbH, 2005. – 597S.
6. Lemnitzer L. Korpuslinguistik – Eine Einführung / L. Lemnitzer, H. Zinsmeister. – Tübingen : Gunter Narr Verlag, A. Francke Verlag, Attempto Verlag, 2006. – 220S.
7. Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz / [K. Treumann, D. Meister, U. Sander, J. Hagedorn, M.Kämmerer]. – Wiesbaden : GWV Fachverlage GmbH, 2007. – 808S.
8. Duden von HDL bis DUBIDODO (K)ein Wörterbuch zur SMS / [Peter Schlobinski]. – Mannheim : Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG, 2009. – 128S.
9. Tippende Bundeskanzlerin: Warum Angela Merkel SMS so liebt – RP ONLINE [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: [http://www.rp-online.de/gesellschaft/leute/Warum-Angela-Merkel-SMS-so-liebt\\_aid\\_427956.html](http://www.rp-online.de/gesellschaft/leute/Warum-Angela-Merkel-SMS-so-liebt_aid_427956.html)

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Олена Беззубова** – аспірант кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови Національного технічного університету “Київський політехнічний інститут”.

*Наукові інтереси:* стилістика, граматики німецької мови, прагматика мови.

## **МОВНЕ ВИРАЖЕННЯ НАРАТОРА У СУЧАСНІЙ БРИТАНСЬКІЙ ПРОЗІ: ФОРМА ОПОВІДІ ВІД 2-ОЇ ОСОБИ**

**Наталя БЕХТА (Львів, Україна)**

*У статті розглянуто специфіку мовного вираження наратора / оповідача у сучасній британській прозі через форму оповіді від 2-ої особи. Розкрито характер комунікативних функцій оповідача від 2-ої особи і показано його місце в ієрархії конвенційних / стандартних і неконвенційних / нестандартних форм оповіді.*

*The article deals with the specificity of language expression of the narrator in contemporary British fiction through the category of the 2<sup>nd</sup> person narrative. The author of the article displays the character of the communicative functions of the 2<sup>nd</sup> person narrator and shows its place in the hierarchy of conventional/standard vs. nonconventional/nonstandard forms of narrative.*

Характер комунікативних функцій наратора у художньому творі залежить, передусім, від його мовного (прономінального) оформлення. Сам граматичний показник особи, від якої ведеться оповідь у художньому творі, є найяскравішою рисою нарації й інстанції наратора зокрема. У 30-х роках ХХ ст. стала очевидною потреба «перекроїти наративні стратегії» [25: 313]. Серед них найбільш важливими і використовуваними досі залишаються *морфологічна модель* і *типологічне коло* (‘Typological Circle’) Ф.К. Штанцеля [27: xvi] й *структуралістська модель*, граматична традиція Ж. Женетта [8: 10]. Динаміка мовного

вияву наратора, лінгвальна, психологічна, наративна, комунікативна, когнітивна специфіка його функцій у художньому творі, призводить до того, що обидві моделі доповнюються новими категоріями й надалі перебувають у постійному розширенні. Звернення уваги багатьох дослідників (І.А. Бехта, О.В. Падучева, Н. Bonheim, D. Hantzis, M. Jahn, I. Kacandes, M. Fludernik, U. Margolin, B. Morrissette, J. Phelan, B. Richardson) на феномен “*оповідь у другій особі*” у художньому творі спричинило подібне розширення термінологічних моделей у наративній поезиці (нараторології) та їхній ретельний мовний аналіз у текстолінгвістиці [1; 4; 6; 8; 9; 12; 14; 15; 16; 19; 26].

Донедавна фокус міждисциплінарних студій оповіді/нарації художнього твору зводився виключно до аналізу:

– **стандартних / конвенційних форм оповіді** від: а) аукторіального наратора (auctorial narrative type [12: 8], der auktoriale Erzähler [27]; екстрадієгетичний наратор / extradiegetic narrator [12], у формі “він” / He-form, об’єктивної, аукторіальної, третьоособового наративу [5: 142]; б) акторального персонального наратора (Ich-Erzähler, der personale Erzähler [27], first-person narrative [24: 31]), персональної наративної ситуації, першоособового наративу [5: 97, 99], у формі “я” (I), суб’єктивної, акторальної, від першої особи [2: 13]; с) акторального персоналізованого наратора, названого іменем (номінованого), що виступає у формі “він” (He-form) або “я” (I-form), reflector-mode narration [27].

Впродовж ХХ ст. дослідження особливостей нестандартних / периферійних форм оповіді у творчості британських письменників відсувалося на задній план, хоч і не вилучалося з аналізу [37: 68-72]. Відтак, **актуальність** теперішніх досліджень у сфері лінгвістики тексту й нараторології полягає у фокусі уваги на нестандартних / неконвенційних / периферійних формах оповіді: а) першої особи множини (we-narrative) [7: 583-611; 17]; б) другої особи (you-narrative); в) одночасної оповіді (simultaneous narration) [24: 87]; г) стереоскопічної оповіді (camera-eye narration) [24: 11]. Специфіка цих форм оповіді полягає у їхньому впливі на адресата через наративні перспективи (фокалізацію) з одного боку і конгломерат функцій у тексті – з іншого.

**Мета статті** – розглянути специфіку мовного вираження наратора / оповідача у сучасній британській прозі через форму оповіді у 2-ій особі та показати її місце в ієрархії стандартних і нестандартних форм оповіді.

*Оповідь від другої особи* (тж. *оповідь у другій особі* / “second-person” narrative, тж. рідше *you-narrative*) через десятиліття після того, як В. Бут оголосив наративну особу (narrative person) “найбільш переаналізованою категорією” [Booth, цит. за 9: 291], є формою оповіді, яка все більше цікавить дослідників у міждисциплінарних студіях. Зважаючи на ріст використання форми “*оповідь від другої особи*” саме у сучасній британській художній прозі (до слова, з другої половини ХХ ст. спостерігається її своєрідний “ренесанс” [20]), на її трансгресивність, на складність однозначного визначення її механізмів, стверджуємо, що *оповідь від другої особи* є одним з ключових питань аналізу у сучасній наративній поезиці і текстолінгвістиці.

Оповідь у другій особі можна визначити у загальних рисах як форму оповіді, у якій використовується особовий займенник другої особи одн. / мн. (у нашому випадку, **you**) для звертання – прямого або опосередкованого – до протагоніста та його ідентифікації. Функціонально, *you* може стосуватися:

а) особи самого наратора, що розповідає про власний досвід: “In a story *you* only had to wish, *you* only had to write it down and *you* could have the world; in a play *you* had to make do with what was available: no horses, no village streets, no seashores. No curtain [18: 37].

б) іншого персонажа/наратора у гомодієгетичному світі: I took the book from her and looked at the print on the pages. It looked like any book would, to me. So I put it down, and went to the shelves and picked up another. That looked the same. Then I took up another; and that had pictures. **You** never saw any pictures like them [29: 545].

в) персонажа/наратора у гетеродієгетичному світі: “**You** thought her a pigeon. Pigeon my arse. That bitch knew everything. She had been in on it from the start” [29: 175].

Форму *оповіді у другій особі* складно визначити через те, що така форма нарації має “оманливу природу, адже важко розрізнити між ‘справжніми’ текстами у “*другій особі*” та

художньою літературою, яка використовує займенник другої особи у цікавий чи потенційно значущий спосіб” [9: 284]. Окрім з’ясування ідентичності ‘you’, постає ще одна проблема пов’язана з тим, що “навіть емпірична модель, яка пропонує вельми чіткі причини, чому нам потрібно чути (нову версію) добре запам’ятованої історії з чийогось досвіду, не розв’язує ключового питання: хто говорить?” [Nance, цит. у 26].

Хто б не був референтом висловлення з “you”, мінлива якість цієї форми оповіді робить двозначним походження самих наративних висловлень, вносить непевність у стабільність і, відповідно, в авторитетність джерела оповіді. Адже “щойно ідентичність текстуального мовця (textual speaker) стає неясною чи змінною, сфера його адресатів автоматично втрачає визначеність, оскільки особи чи час, про які йде мова, стають невизначеними” [Margolin, цит. у 26].

Одне з перших визначень феномену “оповідь у другій особі” було запропоноване Дж. Принсом у “*Dictionary of Narratology*”: Оповідь у другій особі – це “оповідь, нарататор якої є протагоністом у історії, яку йому чи їй розповідають” [24: 84]. У цьому визначенні закладено, на наш погляд, найпоширеніший варіант *оповіді у другій особі*, коли нарататор і протагоніст оповіді співпадають (як, скажімо, у романі *Portrait* А. ПEARCE [22]). Але навряд чи можна вважати його вичерпним, оскільки воно оминає ряд важливих ознак.

Якими ж є ознаки оповіді, скерованої до другої особи? Наративне “you” є “за визначенням внутрішнім актантом відносно до фабули” (в той час, як адресат більшості текстів у «третьій особі» перебуває поза межами фабули). Важливим є також те, що оповідь від другої особи має характер повідомлення (reportative character): “висловлення з you не становить ані наказу, ані обвинувачення, ані узагальнення, воно саме є повідомленням” [9: 285].

Для опису двоякості й поліфункціональності займенника другої особи у літературно-художніх творах можна послуговуватися терміном “referential slither” (референтне ковзання). Його вживають для позначення можливості, притаманної ‘you’ “звертатися водночас до дійсного читача, нарататора і, окрім того, позначати протагоніста художнього твору” [9: 286]. Ключовим терміном є також “conative solicitude” (конативне прагнення), яке описує емоційний ефект оповіді у другій особі, зокрема її здатність залучати читача до інтеракції, що спонукає його відчувати “сильнішу початкову емпатію до протагоністів у другій особі, аніж з персонажами у першій або третій особах” [9: 286].

З-поміж інших сторін аналізу оповіді від другої особи на увагу заслуговують її граматичні особливості. Наведемо типові ознаки, потрібні для визначення оповіді у другій особі як варіанту оповідного дискурсу: наявність єдиного наратора на найвищому рівні текстової ієрархії, від якого походить весь (художній) дискурс; присутність численних випадків уживання займенника “you” у його дискурсі; більшість займенників “you” скеровані до оповідуваного (*narrated*), а не до комунікативного (*communicative*) “you”; мовленнєві акти наратора стосовно “you” виходять за межі апостроф, питань, наказів (не виконують функції апелювання, *Appellfunktion* за К. Бюллером) а тяжіють до констатації / репрезентації, до повідомлення (*Darstellungsfunktion*); наративне “you” є центральним агентом у ряді подій, про які розповідається; події/дії/стани, які включають таке “you”, є індивідуальними стосовно їхнього хронотопу – на противагу абсолютно типовим, повторюваним (що означало б загальне you, “you” як еквівалент до “one” чи “everyone”) [цит. у 9: 286].

Щоб форма оповіді була кваліфікована як така, що ведеться у другій особі, недостатньо послуговуватися займенником “you”. Бо “you” може бути цілком природнім для оповідей у першій та третій особах, коли йде мова про комунікацію (комунікативне “you”). Певні стилістичні засоби можуть вживати пряме звертання “you”, як от апострофа. Варто відразу виокремити термін **наративна апострофа**, що стосується власне *оповіді від другої особи* і слугує для “опису аномальних комунікативних процесів у літературі, уживаючи форму оповіді від другої особи, на рівні фабули і на рівні сприйняття” [16]. Оповідь, яка містить займенник другої особи, інколи називають “риторичним актом” (“**a rhetorical act**”). “Коли нарататор звертається до персонажів у творі ... або апелює до читачів, чи коли, як це все частіше відбувається у сучасній прозі, уся фабула оповідується до “you,” що є протагоністом,

то це становить відхилення від наративної норми” [16]. Тому форму *оповідь від другої особи* треба аналізувати через риторичний прийом апострофу (*apostrophe*).

**Апострофа** (з гр. “особисте звертання”) – стилістична фігура, звертання до відсутньої особи, як до присутньої; це оклична риторична фігура мовлення, при якій письменник спрямовує розмову до гаданої особи чи предмету [3: 31]. Тобто, вона охоплює два референти. Відкрито, адресант звертається до адресата так, ніби той може відповісти, але не зробить цього. Приховано, апострофа має на меті спровокувати реакцію через своє сприйняття на другому рівні комунікації, а саме на рівні перцепції читачами. Аналізуючи апострофу, треба розмежовувати між реальним адресатом і текстовим адресатом повідомлення – публіку, референта ‘you’ та читача. Словом, апострофи – це повідомлення, висловлювані одночасно з двома адресатами на думці [16].

Текстова комунікація у художньому творі залежить від наявності чи відсутності у тексті комунікативного кругообігу між фігурою наратора, експлікованого однією з прономінальних форм (у більшості випадків), та актантами. Тобто, з одного боку, існують оповіді, які можна назвати “комунікативними текстами” (**communicative texts**), а з іншого – ті, які класифікуються як “некомунікативні тексти” (**noncommunicative texts**) [10: 446]. На основі цього твердження можна переосмислити визначення про гомо- і гетеродієгетичних типи оповіді, ввівши терміни **гомо-/гетеро комунікативні** типи оповіді, запропоновані М. Флюдернік [10]. Ці чотири терміни точніше визначають форму комунікації в оповіді, оскільки модель Ж. Женетта, описуючи гомо- чи гетеродієгетичність тексту, ґрунтується лише на нараторові. У нестандартних формах оповіді, якою є оповідь від другої особи, відбуваються складніші процеси, при яких потрібно рівночасно брати до уваги і оповідача, й адресата оповіді. Оповідь від другої особи “займає середню позицію, коливаючись між гомодієгетичною та гетеродієгетичною формами, але ніколи не переходячи в одну із них” [25: 319].

Запропонована модель М. Флюдернік протиставляє некомунікативні та комунікативні тексти, розгалужуючи комунікативні тексти у гетеро- та гомокомунікативні, а останні у гомодієгетичні та гомоконативні (*homosonative narrative*) типи оповіді. “Гомокомунікативні тексти поділяють сфери існування між персонажами на комунікативному рівні та антропоцентрами художнього твору (*fictional personae*), тобто, або наратор, або наратор, або вони обоє діють як герої твору. Гетерокомунікативні тексти, з іншого боку, абсолютно розмежовують сфери актантів сюжету (персонажів) та інтраактантів на комунікативному рівні (нараторів та нараторів)” [10: 447].

Можна припустити, що *оповідь від другої особи* розміщується на комунікативній осі у сфері накладання гомо- та гетерокомунікативних оповідей, оскільки наратор й наратор можуть перебувати у тій самій сфері існування або існувати на різних рівнях. Крім того існують тексти у формі оповіді від другої особи, які цілковито належать до сфери гетерокомунікативних, функціонуючи у манері ауторіального наратора від третьої особи (*authorial third-person narrator* [27; 24: 9]), який розповідає історію “you”, з яким він (“I” наратора) немає ані спільного минулого, ані теперішнього, у якому відбувається оповідь.

У подальшому дослідженні за основу беремо визначення форми оповіді у 2-ій особі запропоноване М. Флюдернік: оповідь у другій особі – це “оповідь, до (основного) протагоніста якої звертаються через звертальний займенник (*address pronoun*) (переважно you) і яка часто має експліцитний комунікативний рівень, на якому наратор розповідає історію ‘you’ до (інколи) теперішньої відсутньої або мертвої, мудрішої особи протагоніста ‘you’” [9: 288].

Прикінцево, зауважимо, що художні тексти у ‘другій особі’ є відкритими у декілька способів. По-перше, вони можуть послуговуватися різною кількістю ‘you’ та ‘I’. По-друге, такі тексти постійно переходять між рівнями дискурсу та розповіді/сюжету, дозволяючи наратору та наратору повернутися до власних попередніх образів у розповіді та протагоністу стати слухачем і наратором. По-третє, оповідь у другій особі тяжіє до “проєктування історії з рівня дискурсу вже через акт звертання, коли розповіді не потрібно бути пов’язаною з минулим, на протигагу теперішній оповіді” [9: 288]. Врешті, оповідь в *you*

– відкрита до інтерпретацій, які, майже завжди, якщо не різняться кардинально, то є вельми спірними.

Адресат / читач зазнає надмірного впливу при оповіді у другій особі. При аналізі оповідей від другої особи слід розширити категорію “адресатів повідомлення” – наратора та імпліцитного читача, оскільки звернення у другій особі в художній літературі розмиває межі між наратором та дійсним читачем. Тому виникає потреба перевизначити поняття наративних аудиторій (narrative audiences), розроблених у межах теорії риторики (rhetorical theory), і застосування понять “**наративної публіки**” для того, щоб охарактеризувати “**роль спостерігача**”, яку може виконувати читач оповіді у другій особі, коли “you” наратора-протагоніста не співпадає (перестає співпадати) з “you” реального читача, що перед тим асоціював себе з наратором [23].

Типова оповідь від другої особи – це форма нарації “у якій протагоніст, фокалізатор та домінуюча свідомість тексту (governing consciousness) – це одна фігура, визначена займенником другої особи” [25: 319]. Відходячи дещо від комунікативної функції другої особи, простежуємо також її психологічний бік, оскільки ця форма оповіді може використовуватися для передачі потоку свідомості, як це відбувається з героями творів “Fingersmith” С. Вотерс, “Atonement” І. Макюена. Для прикладу: “*Only love you*, I wanted to say. I didn’t say it, though. What can I tell you? If she could still be proud, then so, for now, could I ... I didn’t need to say it, anyway: she could read the words in my face” [29: 547].

Отже, парадигми прономінальної експлікації оповідача у британській прозі у сучасних міждисциплінарних студіях доповнюються термінами, які описують комплекс особливостей *форми оповіді у другій особі*, серед яких, передусім, виокремлюються лінгвальні, наративні, комунікативні, художні, психологічні, когнітивні. Втім, остаточно й чітка характеристика цієї форми оповіді ще далека до завершення і потребує ґрунтовного прикладного аналізу з позицій новітніх надбань текстолінгвістики, наратології та когнітивної поетики.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бехта І. А. Дискурс наратора в англійській прозі: [монографія] / І. А. Бехта. – К.: Грамота, 2004. – 304 с.
2. Брандес М. П. Языковой стиль художественного повествования (на материале немецкой художественной прозы) : автореф. дис. на соискание науч. степени доктора филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / М. П. Брандес. – К., 1989. – 36 с.
3. Лесин В.М., Пулинець О.С. Словник літературознавчих термінів. – вид. друге, перероблене і доповнене / В.М. Лесин, О.С. Пулинець. – Київ: Радянська школа, 1965. – С. 31.
4. Падучева Е. В. Семантические исследования (семантика времени и вида в русском языке, семантика нарратива) / Е.В.Падучева. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 464 с.
5. Ткачук О. М. Наратологічний словник / О. М. Ткачук. – Тернопіль: Астон, 2002. – 173 с.
6. Bonheim H. Narration in the Second Person // Recherches Anglaises et Americaines. – 1983 – № 16 – P. 69-80.
7. Fludernik M. Linguistics and Literature: Prospects and Horizons in the Study of Prose // Journal of Pragmatics. – 1996. – № 26. – P. 583-611.
8. Fludernik M. An Introduction To Narratology. [Trans. from German by P. Häusler/Greenfield and M. Fludernik.] Routledge: London & NY – 2009. – 190 p.
9. Fludernik M. Introduction: Second-Person Narratives and Related Issues // Style: Vol. 28, No. 3. – 1994. – p. 281-311
10. Fludernik M. Second-Person Narrative as a Test Case for Narratology: The Limits of Realism // Style: Vol. 28, No. 3. – 1994. – p. 379-447.
11. Fludernik, M. Second-Person Narrative: A Bibliography // Style: Vol. 28, No. 4. – 1994. – p. 525-548.
12. Genette G. Narrative Discourse Revisited // Trans. by J. E. Lewin. – Ithaca, N.Y.: Cornell University Press, 1988. – 176 p.
13. Herman D. Narrative Theory and the Cognitive Science // Narrative inquiry. — Amsterdam : John Benjamin’s Publishing Co. – 2001. – Vol. 11. – Issue 1. – P. 1-34.
14. Herman, D. Textual You and Double Deixis in Edna O’Brien’s A Pagan Place // Style: Vol. 28, No. 3. – 1994. – p. 378-410.
15. Jahn M. Frames, Preferences, and the Reading of Third-Person Narrative: Towards a Cognitive Narratology // Poetics Today. – 1997. – Vol. 18. – № 4. – P. 441 – 468.
16. Kacandes I. Narrative apostrophe: reading, rhetoric, resistance in Michel Butor’s “La modification” and Julio Cortazar’s “Graffiti” // Style. FindArticles.com. 20 May, 2009. [http://findarticles.com/p/articles/mi\\_m2342/is\\_n3\\_v28/ai\\_16988698/](http://findarticles.com/p/articles/mi_m2342/is_n3_v28/ai_16988698/)
17. Margolin U. The What, the When, and the How of Being a Character in Literary Narrative // Style. – 1990. – Vol. 24. – № 3. – P. 453-468.
18. McEwan I. Atonement. – L.: Jonathan Cape, 2001. – 372 p.
19. Morrisette B. Narrative ‘You’ in Contemporary Literature // Comparative Literature Studies. – 1965. – № 2. – P. 1-24.
20. Nestvold R. Do you want to hear about it: The Use of the Second Person in Electronic Fiction. Retrieved May 10, 2009 from <http://www.ruthnestvold.com/2ndper.htm>
21. O’Neill P. Fictions of Discourse: Reading Narrative Theory. – Toronto: University of Toronto Press, 1994. – 188 p.
22. Pears I. Portrait. – NY: Riverhead Books, 2005. – 224 p.
23. Phelan J. Self-Help for Narratee and Narrative Audience: How “I” – and “You”? // Style: Vol. 28, No. 3 – 1994. – p. 356-357.
24. Prince G. A Dictionary of Narratology. – Aldershot: Gower Publishing Company Ltd., 1988. – 120 p.
25. Richardson B. I etcetera: On the Poetics and Ideology of Multipersoned Narratives // Style. – 1994. – Vol. 28. – № 3. – P. 312-328.

26. Schofield D. The Second Person: A Point of View? Retrieved on May 7, 2008 from <http://members.westnet.com.au/emmas/2p/thesis/0a.htm>
27. Stanzel K. F. A Theory of Narrative. Trans. Charlotte Goedsche from *Theorie des Erzählens*.—Cambridge: CUP, 1984.—293 p.
28. Wallace M. Recent Theories of Narrative. — Ithaca & L.: Cornell University Press, 1991. — 242 p.
29. Waters S. Fingersmith. — NY: Riverhead Trade, 2002 — 582 p.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Наталія Бехта – аспірантка кафедри англійської філології Львівського національного університету імені Івана Франка.  
Наукові інтереси: нарративна поетика, когнітивна поетика, текстолінгвістика.

## АМЕРИКАНСЬКІ ПРЕЗИДЕНТСЬКІ ТЕЛЕДЕБАТИ: АНТРОПОКОМПОНЕНТНА СТРУКТУРА ТА КОМУНІКАТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ УЧАСНИКІВ

Ірина КУКСА (Київ, Україна)

*У статті описано антропокомпонентну структуру мовленнєвого жанру теледебатів, розглянуто основні функціонально-комунікативні характеристики учасників теледебатів. З-поміж учасників теледебатів виділено непрямого адресата. Представлена типологія непрямого адресата у даному мовленнєвому жанрі та визначені засоби його ідентифікації у мовленні.*

*In the article the author describes antropocomponental structure of TV debates. Addressor-addressee relationships among the participants of TV debates have been distinguished. Typology of the indirect addressee in the speech genre of TV debates has been represented.*

Теорія мовленнєвих жанрів є одним із актуальних напрямів дослідження мовленнєвої комунікації. Сам термін “мовленнєвий жанр” у сучасній лінгвістиці трактується по-різному в залежності від аспекту його вивчення та тієї лінгвістичної парадигми, в межах якої здійснюється дослідження [див. огляд 1: 61 – 64; 2 – 5; 7; 9: 619]. Найприйнятнішим видається визначення мовленнєвого жанру як типового способу побудови мовлення в конкретній ситуації [1: 225].

**Актуальність** даного дослідження зумовлена спрямованістю сучасних лінгвістичних розвідок на вивчення мовленнєвої взаємодії учасників комунікації в конкретній ситуації. **Об’єктом** вивчення є мовленнєвий жанр теледебатів.

Мовленнєвий жанр може бути описаний із застосуванням методики, яка була запропонована проф. Т.В. Шмельовою [10: 57-65] та доповнена проф. Ф.С. Бацевичем [1: 64-70]. Паспорт, або анкета, мовленнєвого жанру окреслює його основні мовні та прагматичні характеристики. **Мета** даного дослідження полягає у розкритті антропокомпонентної структури теледебатів, що є релевантним для створення паспорта мовленнєвого жанру.

**Предметом** аналізу у статті постають адресатно-адресантні зв’язки учасників теледебатів та засоби їх ідентифікації у мовленні. **Матеріалом** дослідження слугують транскрипти американських президентських теледебатів, доступних на сайті Комісії з президентських дебатів Сполучених Штатів Америки [<http://www.debates.org/pages/about.html>].

Теледебати між політичними опонентами проводяться за участі модератора під час передвиборчих кампаній з використанням аудіовізуальних засобів масової комунікації та транслюються у прямому ефірі на радіо та телебаченні. У ході теледебатів відбувається чергування комунікативних ролей, задане інституційно та зафіксоване регламентом. У ролі адресанта та адресата можуть виступати обидва політичні опоненти та модератор. Так, наприклад, перед початком третіх американських президентських дебатів 2004 року модератор оголошує регламент і задає питання по черзі кожному із кандидатів на посаду президента. Адресантом у даному випадку виступає сам модератор: *Schieffer: ... I will ask a question. The candidate is allowed two minutes to answer. His opponent then has a minute and a half to offer a rebuttal. At my discretion, I can extend the discussion by offering each candidate an additional 30 seconds. ...The candidates may not question each other directly. There are no opening statements, but there will be two-minute closing statements* [<http://www.debates.org/pages/trans2004d.html>].

У наведеному прикладі модератор Боб Шіффер зазначає, що буде задавати питання, а один із опонентів, визначений шляхом жеребкування, матиме дві хвилини для відповіді, потім другий учасник, у свою чергу, буде мати дев’яносто секунд на свій варіант відповіді. Після цього модератор вирішить, чи продовжити дискусію навколо питання ще на додаткові



тридцять секунд для кожного учасника. Прямі запитання опонентів один до одного не передбачаються, кожен із учасників матиме право на двохвилинне заключне слово.

Півторагодинні дебати можуть умовно ділитися модератором на дев'ятихвилинні сегменти. У кожному сегменті обговорюється одне питання, відповідь кожного з опонентів триває дві хвилини. Після цього відбувається вільне обговорення питання, модератор заохочує учасників задавати питання один одному. Якщо опоненти не задають питання один одному, модератор задає питання сам. Опоненти не тримають ні вступних, ні заключних слів: *Schieffer: ... I will divide the next hour-and-a-half into nine-minute segments. I will ask a question at the beginning of each segment. Each candidate will then have two minutes to respond, and then we will have a discussion. I will encourage them to ask follow-up questions of each other. If they do not, I will* [<http://www.debates.org/pages/trans2008d.html>].

З наведеного прикладу ми бачимо, що адресантом можуть по черзі виступати політичні опоненти, задаючи питання безпосередньо один одному.

Формально адресатна направленість висловлювання виражається за допомогою прямого звертання. Наприклад, модератор Боб Шіффер звертається до діючого президента Джорджа Буша та задає питання щодо дефіциту вакцини проти грипу, що утворився восени 2004 року. Джордж Буш, відповідаючи на запитання, адресує відповідь безпосередньо модератору Бобу Шіфферу:

*Schieffer: New question, Mr. President, to you. We are talking about protecting ourselves from the unexpected, but the flu season is suddenly upon us. Flu kills thousands of people every year. Suddenly we find ourselves with a severe shortage of flu vaccine. How did that happen?*

*Bush: Bob, we relied upon a company out of England...*

[<http://www.debates.org/pages/trans2004d.html>].

Однак оскільки дебати між політичними опонентами проводяться у великих конференц-залах, де присутня чисельна аудиторія, та транслюються в прямому ефірі на телебаченні, це передбачає присутність у комунікативному просторі активних учасників вербальної взаємодії інших функціонально-комунікативних типів адресата, які відрізняються повнотою комунікативних функцій: глядачів у залі та телеаудиторію. Повідомлення, яке адресант надсилає безпосередньо співрозмовнику під час теледебатів, опосередковано призначається слухачам, які мають комунікативну позицію спостерігача і представлені у мовленнєвому жанрі теледебатів глядацькою аудиторією, присутньою на місці проведення дебатів, та телеглядачами. У термінах проф. Г.Г. Почепцова такий функціонально-комунікативний тип адресата трактується як *непрямий адресат* [6].

Неоднорідність комунікативної позиції згаданих учасників у мовленнєвому жанрі теледебатів уможливорює виділення різних підтипів непрямого адресата. Таке розмежування може будуватись на принципі їх присутності в інтерактивному просторі вербальної взаємодії активних учасників, знаходженні непрямого адресата в зоні або поза зоною безпосереднього візуального сприйняття активними учасниками теледебатів, а також можливості комунікативного втручання непрямого адресата в процес інтеракції активних учасників теледебатів і таким чином перетворення на прямого адресата або адресанта. Позиція непрямого адресата у мовленнєвому жанрі теледебатів представлена такими функціональними підтипами: *наближеним непрямим адресатом* та *віддаленим непрямим адресатом*.

*Наближеним непрямим адресатом* виступає аудиторія, присутня на місці проведення дебатів між політичними опонентами. Виділення цього функціонально-комунікативного підтипу непрямого адресата підтверджується обмеженнями, що накладаються регламентом теледебатів на поведінку аудиторії. Аудиторія – “неупереджена”, про що їх попереджає модератор перед початком власне дебатів. Так, наприклад, модератор других президентських теледебатів 2008 року в США Том Брокав у своєму вступному слові нагадує присутнім про домовленість дотримуватись тиші та не виражати підтримку учасників: *Brokaw: ... The audience here in the hall has agreed to be polite, and attentive, no cheering or outbursts* [<http://www.debates.org/pages/trans2008b.html>].

*Віддалений непрямий адресат* представлений у мовленнєвому жанрі теледебатів глядацькою телеаудиторією. Дослідивши транскрипти теледебатів, доступних на сайті

Комісії з президентських дебатів Сполучених Штатів Америки [<http://www.debates.org/pages/about.html>], можна виділити такі групи засобів ідентифікації віддаленого непрямого адресата, які маркують його як релевантного суб'єкта комунікативної ситуації: лексико-семантичні та лексико-граматичні маркери.

Розглянемо групу лексико-семантичних засобів ідентифікації віддаленого непрямого адресата. Наведемо приклад фрагменту мовленнєвого жару теледебатів, у якому сенатор Джон Керрі вітає політичного опонента у президентських дебатах 2004 року Джорджа Буша, а також ідентифікує віддаленого непрямого адресата: *Kerry: ...Mr. President, I'm glad to be here with you again to share similarities and differences with the American people* [<http://www.debates.org/pages/trans2004d.html>].

У наступному прикладі модератор Боб Шіффер, задаючи питання сенатору Джону Керрі, припускає, що дане запитання, можливо, на думці у багатьох людей, які дивляться трансляцію дебатів по телевізору: *Schiffer: ... Senator, I want to set the stage for this discussion by asking the question that I think hangs over all of our politics today and is probably on the minds of many people watching this debate tonight* [<http://www.debates.org/pages/trans2004d.html>].

Як видно з наведених прикладів, у мовленні активних учасників теледебатів відбувається ідентифікація віддаленого непрямого адресата. Виділені словосполучення, які вказують на широку глядацьку та слухацьку аудиторію, є лексико-семантичними маркерами віддаленого непрямого адресата.

Другою групою засобів ідентифікації віддаленого непрямого адресата є лексико-граматичні маркери, до яких належать пряме звертання та риторичне питання. У наведеному прикладі мовець вживає пряме звертання до масового адресата, американського народу, використовуючи персоніфікацію назви країни у поєднанні із особовим займенником "you" в його атрактивній функції: *Kerry: ... But I pledge this to you, America: I will do it in the way that Franklin Roosevelt and Ronald Reagan and John Kennedy and others did, where we build the strongest alliances, where the world joins together, where we have the best intelligence and where we are able, ultimately, to be more safe and secure* [<http://www.debates.org/pages/trans2004d.html>].

Комплекс засобів, спрямованих на ідентифікацію віддаленого масового адресата, а також на те, щоб представити цей тип непрямого адресата не як пасивну аудиторію, а як релевантного суб'єкта мовленнєвої взаємодії, включає також такий лексико-граматичний маркер, як риторичне питання. Вживання у мовленні прийомів, які базуються на транспозиції синтаксичного значення, є характерним для мовленнєвого жанру теледебатів. Створюючи ефект полеміки з потенційними виборцями, ефект участі віддаленого адресата в комунікативній ситуації, риторичні питання реалізують функцію емпатії та функцію ідентифікації віддаленого непрямого адресата.

Не маючи можливості контролювати реакцію віддаленого адресата, активні учасники теледебатів, а саме політичні опоненти, будують свої мовленнєві ходи як уявні діалоги з телеаудиторією, намагаючись попередити згоду чи незгоду адресата зі своїми поглядами та переконаннями. Для того, щоб прогнозувати реакцію адресата, а також керувати його увагою, автор повідомлення задає питання, відповідь на які імплікована в них самих. Інколи адресант сам пропонує можливі відповіді на поставлені запитання. Так, наприклад, сенатор Джон Керрі, учасник теледебатів 2004 року, відповідаючи на запитання модератора щодо світової безпеки та шляхів її посилення, вдається до вживання риторичних питань, водночас ідентифікуючи себе з потенційним адресатом (we): *Kerry: ... Will we ever be safe and secure again? Yes. We absolutely must be. That's the goal. ...* [<http://www.debates.org/pages/trans2004d.html>].

Отже, мовленнєвий жанр теледебатів має розширену антропокомпонентну структуру, яка включає двох політичних опонентів, модератора, а також глядацьку аудиторію, присутню на місці проведення дебатів, та телеглядачів. У ході теледебатів відбувається чергування комунікативних ролей: у ролі адресанта та адресата можуть виступати обидва політичні опоненти та модератор. Комунікативна роль слухацької та глядацької аудиторії відрізняється від ролі політичних опонентів та модератора повнотою комунікативних функцій і може розглядатися як роль непрямого адресата. Наявність непрямого адресата у мовленнєвому жанрі теледебатів є важливим фактором, що впливає на перебіг інтеракції активних учасників теледебатів, визначає лексико-семантичне наповнення на прагматичну

спрямованість мовленнєвих ходів комунікантів, тональність спілкування, тобто емоційно-аксіологічну та змістово-інформаційну організацію мовлення. Вплив непрямого адресата на розгортання мовленнєвої взаємодії активних учасників теледебатів може слугувати перспективою дослідження.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бацевич Ф.С. Вступ до лінгвістичної генології: Навчальний посібник. – К.: Видавничий центр "Академія", 2006. – 248 с.
2. Дементьев В.В. Непрямая коммуникация. – М.: Гнозис, 2006. – 376 с.
3. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: ИТДГК "Гнозис", 2002. – 333 с.
4. Кожина М.Н. Речевой жанр и речевой акт // Жанры речи: Сб. научн. статей. – Саратов: Изд-во Гос. УНУ "Колледж", 1999. – Вып. 2. – С. 52 – 61.
5. Матвеева Т.В. К лингвистической теории жанра // Collegium: Международный научно-художественный журнал. – Вып., посвященный Михаилу Булгакову. – 1995. – №1 – 2. – С.65 – 71.
6. Почепцов Г.Г. О коммуникативной типологии адресата // Вісник ХНУ. – 2006. – № 741. – С. 216 – 218.
7. Салимовский В.А. Функционально-стилистическая традиция изучения жанров речи // Жанры речи: Сб. научн. статей. – Саратов: Изд-во Гос. УНУ "Колледж", 1999. – Вып. 2. – С. 61 – 75.
8. Седов К.Ф. Анатомия жанров бытового общения // Вопросы стилистики. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1998. – Вып. 27. – С. 11.
9. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.
10. Шмелева Т.В. Речевой жанр: опыт общелингвистического осмысления // Collegium: Международный научно-художественный журнал. – Вып., посвященный Михаилу Булгакову. – 1995. – №1 – 2. – С. 57 – 65.

#### ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. The Commission on Presidential Debates // <http://www.debates.org/pages/about.html>.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ірина Кукса** – аспірант кафедри зіставного мовознавства та теорії і практики перекладу Київського національного лінгвістичного університету.

*Наукові інтереси:* комунікативна лінгвістика.

## ІНСТИТУЦІЙНИЙ ДИСКУРС ЯК СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН

**Марина ЛАРЬКІНА (Запоріжжя, Україна)**

*У статті розглянуті основні особливості інституційного дискурсу як соціолінгвістичного феномену, подано опис головних видів та компонентів цього типу дискурсу, сферу його функціонування, охарактеризовано соціолект як систему мовних засобів інституційного спілкування.*

*The main peculiarities of the institutional discourse as the sociolinguistic phenomenon are investigated in this article; the description of the main arts and components of this type of the discourse, its field of activity are given; social dialect as the system of language means of the institutional communication is characterized.*

Антропоцентризм став одним з основних парадигмальних векторів лінгвістики кінця ХХ ст. Людина, що говорить, мислить, відчуває, є головною діючою особою у світі та мові, тому все більше уваги приділяється проявам людської особистості при використанні мови. У зв'язку з цим з'являються нові галузі дослідження – когнітивна лінгвістика, психолінгвістика, соціолінгвістика, гендерні студії тощо. Досягнення у цих галузях допомагають наблизити теорію комунікації до потреб практики спілкування в умовах різноманітного соціального і культурного оточення.

Об'єктом цієї статті є інституційний дискурс, а предметом – його соціолінгвістичні характеристики. Відповідно, метою статті є виявлення основних особливостей дискурсу, який обслуговує соціально значущі суспільні сфери. Це передбачає вирішення таких завдань: визначити основні відмінності інституційного (ІД) та персонального (ПД) дискурсів і охарактеризувати основні соціолінгвістичні особливості інституційного дискурсу.

Актуальність заявленої теми підтверджує інтерес, який вона викликає у наукових колах. "Дискурс" належить саме до тих питань, які становлять значну проблему для мовознавців всього світу. Нечітке визначення дискурсу привело до того, що це поняття стали використовувати поряд з такими поняттями, як "мовлення" (за відомим визначенням Н.Д. Арутюнової, дискурс – це мовлення, занурене в життя) і "текст". Різні вчені наводять свої визначення цього явища. Російський лінгвіст В.І. Карасик розуміє дискурс як "текст, занурений у ситуацію спілкування або навпаки – як спілкування за допомогою тексту" [5: 350]. У свою чергу, Л.Р. Безугла визначає це поняття як "мисленнєво-комунікативну мовленнєву діяльність, зафіксовану текстом" [1: 72].

Визначення поняття "дискурс" через поняття "текст" не випадкове. Л.Р. Безугла підкреслює, що текст "являє собою результативну частину дискурсу, вербалізований продукт мисленнєво-комунікативної діяльності суб'єктів комунікації, це мовний матеріал, фіксований на тому чи іншому матеріальному носії за допомогою письма" [1: 76]. М.Ю. Олешков називає текст "сегментом дискурсу" та робить такий висновок щодо природи дискурсу: "Це поточна мовленнєва діяльність, що обслуговує комунікативну сферу, та тексти, що виникають у результаті цієї діяльності, реалізуються у семіотичному просторі за допомогою вербальних і невербальних знаків і мають певну структуру, жанрові особливості та прецедентний тезаурус" [6: 92]. При цьому визначення дискурсу ще й через поняття "мовлення" вказує на динамічний характер цього феномену.

М.Я. Димарський, акцентуючи у понятті дискурсу ознаку процесуальності, вважає, що докорінною його відмінністю від тексту є прив'язаність дискурсу до реального, фізичного часу, в якому він протікає, тоді як текст існує у фізичному часі не самостійно, а у формі матеріального об'єкту – носія тексту. Він вважає, що накопичувати інформацію може тільки текст, а дискурс виступає лише як передавач інформації (цит. за [6: 92-93]). Ця точка зору корелює з думкою А.Г. Баранова, який протиставляє текст і дискурс, відповідно, як віртуальний текст (текст, записаний поза ситуацією спілкування) і актуальний текст (текст у ситуації реального спілкування), тобто знову-таки вказує на неподільність та взаємопов'язаність цих понять (цит. за [4: 308]).

Серед ознак дискурсу А.М. Приходько називає континуальність (дискурс не має просторово-часових меж, початку та кінця), недискретність (синтезованість когнітивного і комунікативного), контекстуальність (ситуативність) і принципову відкритість (дискурс – це континуум, що не покладає жодних обмежень щодо свого наповнення реальними текстами, жанрово-мовленнєвими формами тощо) [8: 23]. Протиставляючи ці характеристики дискурсу замкненості, дискретності, статичності тексту, він розуміє цей феномен як "багатовимірне соціо- і лінгвокультурне явище, у межах якого здійснюється вербальна комунікація у певній предметно-тематичній сфері" [8: 24].

При вивченні дискурсу постає й питання про його типологію. Зважаючи на таку вже згадувану рису дискурсу, як його відкритість, будь-яка класифікація видається відносною та замкненою. Тож доцільно акцентувати увагу на диференціації дискурсу з позицій соціолінгвістики, тобто з точки зору науки, що займається вивченням мови в аспекті її функціонування. На думку В.І. Карасика, слід виокремлювати два основних типи дискурсу – персональний (особистісно орієнтований, розмовний) і інституційний (статусно орієнтований). Науковець зазначає, що у першому випадку в спілкуванні беруть участь комуніканти, що добре знають один одного, мовець виступає як особистість у всьому багатстві свого внутрішнього світу; у другому – спілкування відбувається в рамках статусно-рольових відносин, має місце "мовленнєва взаємодія представників соціальних груп або інститутів один з одним, з людьми, що реалізують свої статусно-рольові можливості у рамках складених суспільних інститутів, число яких визначається потребами суспільства на конкретному етапі його розвитку" [4: 280].

І.Є. Фролова [10: 70] протиставляє персональний (розмовний – у її термінології) та інституційний дискурс за такими основними параметрами:

- орієнтованість: процесуальна ПД і структурна ІД;
- наявність мовленнєвих обмежень: мінімум у ПД, максимум – в ІД;
- зміна комунікативних ролей: відносно вільна в ПД, відносно фіксована в ІД;
- залежність від ситуації та контексту: значна в ПД, мала – в ІД;
- організація когнітивно-семантичного простору: примат локальної організації в ПД, примат глобальної – в ІД;
- телеологія: багато цілей локального порядку в ПД і мало цілей глобального порядку в ІД.

Крім того, ПД та ІД можна також розмежувати за такими конститутивними факторами / реєстрами, як середовище (комунікативний простір), режим (офіційність – нейтральність – неофіційність) і стиль спілкування (так звані функціональні стилі) [8: 25]. Згідно фактору "середовище" персональний дискурс – це дискурс побуту, егалітарного спілкування, що

здійснюється поміж комунікантами, які добре знають один одного, та спрямований на вирішення щоденних проблем і підтримки контакту. Характеристики інституційного комунікативного простору чітко й стисло виклав Р.Є. Пилипенко: "Це ієрархічно організоване середовище комунікативної та інформаційно-комунікаційної взаємодії мовців, поєднаних спільною інституційною територією, статусно-рольовими правилами поведінки, спорідненими моделями суспільних і фахових знань, а також особливим добором комунікативних стратегій і тактик" [7: 5].

Аналізуючи ці два типи дискурсу за критерієм "режим спілкування", можна стверджувати, що ІД, на відміну від ПД, володіє середнім і високим рівнем офіційності залежно від співвідношення статусних позицій учасників комунікації. Два названі типи дискурсу також апелюють до різних функціональних стилів. У персональному використовується літературно-фамільярний або розмовний стиль. Стильовий діапазон ІД ширший: тут фігурують офіційно-діловий, науково-професійний, публіцистичний, а також літературно-розмовний стилі. Це дозволяє констатувати експансію ІД серед багатьох сфер людської діяльності, вказує на його чітку структурованість і стереотиповість порівняно із персональним дискурсом.

Головною ознакою ІД слід вважати його залученість до соціальної взаємодії, яка відбувається переважно всередині суспільних інститутів. Р.Водак характеризує останні як анонімні утворення, побудовані за принципами влади та ієрархії, що часто призводить до їх неефективної діяльності; суспільні інститути при оформленні документації використовують переважно пасивні конструкції та мають власний усталений символізм (звернення, звороти, жарти, логотипи тощо), що, на думку Водак, закликає маскувати конфлікти й створювати видимість гармонії і порядку [2: 23-24].

Одним з найважливіших компонентів ІД як соціолінгвістичного феномену є ролі, які виступають головною передумовою його використання і в яких відображені соціально зумовлені відносини між комунікантами. Ці ролі визначаються статусом – "комплексом постійних соціальних і соціально-демографічних ознак, що характеризують індивіда" [3: 13]. Індикаторами соціального статусу комунікантів можуть бути одяг і зовнішній вигляд взагалі, професія і посада, ім'я, автомобіль, також норми етикету, яких дотримуються у спілкуванні, та, звичайно, мова учасників комунікації. Людина вступає у той чи інший дискурсивний простір не тільки у певній соціальній ролі (що включає та розуміє під собою фактор "середовище спілкування" або тип соціального інституту), але і з певною метою, яку він реалізує за допомогою вербальних і невербальних засобів. ІД виявляється максимально широким поняттям, що охоплює мовну систему, а саме ту її частину, яка обслуговує відповідний сегмент комунікації, а також мовленнєву діяльність (сукупність лінгвальних і екстралінгвальних факторів) і текст. Іншими словами, цей тип дискурсу складається з таких основних компонентів, як його мова, текст і контекст.

Соціальний контекст (соціальна ситуація) детермінується "вторинними соціальними відносинами, що характеризуються різними цілями, зовнішньою оцінкою, частковим загальним знанням учасників, примусом, офіційним контролем, обов'язковою владою" [3: 16]. Л.В. Солощук виокремлює три основні фази, з яких складається комунікативна ситуація: "1) ініціальна фаза – зав'язування контакту, 2) змістовна фаза – підтримування контакту, 3) фінальна фаза – припинення контакту" [9: 24]. Залежно від характеру соціальної ситуації та її фази вживаються відповідні тексти-шаблони, які є найбільш релевантними для них. Це означає, що комунікативна реалізація ситуацій ІД може бути прогнозована з великою долею ймовірності. Деякі лінгвісти вважають, що така передбачуваність провокує так зване символічне насильство, оскільки кожний соціальний інститут створює та транслює свій дискурс, задає свої правила, категорії та норми і нав'язує їх суб'єктам цього дискурсу.

Необхідним інструментом ІД є система мовних засобів, завдяки якій відбувається комунікація. Таку систему називають соціолектом. Т. Лукманн визначає соціолект як "інституційний мовленнєвий стиль" та виокремлює такі його характеристики: 1) зумовленість певним стилем життя; 2) закріпленість за певними сферами спілкування; 3) вироблення специфічних показників відповідного мовленнєвого стилю – особливої конотативної насиченості стосовно слів, що виражають цінності цієї спільноти, особливих

переосмислень слів, особливих правил мовленнєвого етикету тощо (цит. за [3: 17]). Кожен соціолект спирається на норми, правила, концепти, що задані тим чи іншим соціальним інститутом і необхідні для конструювання відповідної картини світу та способів її інтерпретації. Оскільки така мова є доступною більшою мірою тільки представникам того чи іншого соціально-комунікативного простору, то вона також є критерієм соціальної ієрархізації.

В.І. Карасик виокремлює такі види ІД: політичний, дипломатичний, адміністративний, юридичний, педагогічний, релігійний, спортивний, науковий, сценічний, медичний, діловий, рекламний та мас-медіальний [4: 282]. Цей список не є суворим або сталим, його можна змінити або розширити. Хоча багато вчених акцентують відносність будь-якою класифікації видів дискурсу, припускаючи, що у ньому "все можливо", все ж таки ІД та його різновиди є найбільш структурованими та програмованими.

Кожний вид ІД має у своєму розпорядженні власну систему мовленнєвих жанрів, що використовуються залежно від соціальної ситуації, яку він задає. Жанри інституційного мовлення є переважно вторинними, тобто такими, що актуалізуються безпосередньо у спілкуванні. Це призводить до того, що у більшості випадків логіка дискурсу порушується або коригується. Важливу роль тут також відіграють прецедентні тексти – усні або письмові джерела, на основі яких будується весь мовленнєвий корпус інституційної комунікації. Ці тексти використовують переважно стандартизовані мовні формули або кліше (залежно від фази комунікативної ситуації – привітання, запит, звіт, рекламація тощо) та пасивні конструкції, що надають нейтральності та нечіткості формулювань.

**Висновки.** Диференціюючи типи дискурсу з точки зору соціолінгвістики, виокремлюють персональний та інституційний типи дискурсу. Перший тип описує спілкування між мовцями, що добре знають один одного. Другий тип – інституційний – являє собою статусно-орієнтований дискурс, який зводиться до зразків вербальної поведінки, що склалася у суспільстві стосовно закріплених сфер спілкування, і реалізується у контексті певної соціальної ситуації. Цей тип дискурсу оперує власною субмовою (соціолектом) – системою професійно-орієнтованих знаків, до якої апелюють учасники суспільно-інституційної комунікації і яка характеризується стереотиповістю і програмованістю, а також системою жанрів і прецедентних текстів. Вибір того чи іншого соціолекту залежить від виду інституційного дискурсу та комунікативних інтенцій мовців.

Перспективою дослідження є вивчення такого жанру ІД, як інституційне оголошення, складення класифікації цього жанру, виявлення його функціональної специфіки і лінгвокогнітивних характеристик.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Безугла Л.Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі: монографія. – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2007. – 332 с.
2. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. – Волгоград: Перемена, 1997. – 144 с.
3. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: Институт языкознания АН СССР, Волгоградский педагогический институт, 1991. – 495 с.
4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
5. Карасик В.И. Языковые ключи. – Волгоград: Парадигма, 2007. – 520 с.
6. Олешков М.Ю. Моделирование коммуникативного процесса: монографія. – Нижнетагильская гос. соц.-пед. акад. – Нижний Тагил, 2006. – 336 с.
7. Пилипенко Р.Є. Інституційний комунікативний простір Німеччини: автореф. дис. док. філол. наук. – К.: КНУ імені Т.Шевченка, 2007. – 40 с.
8. Приходько А.Н. Таксономические параметры дискурса // Язык. Текст. Дискурс. Научн. альманах Ставроп. отд. РАЛК. – Ставрополь: СГПИ, 2009. – Выпуск 7. – С. 22-30.
9. Солошук Л.В. Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації у сучасному англійському дискурсі: автореф. дис. док. філол. наук. – К.: КНУ імені Т.Шевченка, 2009. – 40 с.
10. Фролова І.Є. Стратегія конфронтації в англійському дискурсі: монографія. – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. – 344 с.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Марина Ларькіна** – аспірантка кафедри німецької філології і перекладу Запорізького національного університету.  
*Наукові інтереси:* когнітивна лінгвістика.

## МАНІПУЛЯТИВНИЙ ВПЛИВ У ДИСКУРСІ КОМЕРЦІЙНОЇ РЕКЛАМИ

Ольга ЛЯНГ (Львів, Україна)

*Стаття присвячена питанню маніпуляції, її різновидів та ролі у процесах кодування та декодування рекламних текстів.*

*The article examines the question of manipulation, its varieties and role in the processes of coding and decoding of advertising texts.*

У сучасних лінгвістичних та психолінгвістичних дослідженнях рекламного дискурсу часто зустрічаємо гіпотези та твердження, де вплив реклами будь-якого виду на реципієнта розглядають як маніпулятивний вплив, а явище мовної маніпуляції відносять до комплексної системи впливу, котрий рекламодавець та створене ним рекламного повідомлення здійснюють на споживача (Доценко Є. Л., Зірка В. В., Кара-Мурза С. Г., Попова Е. С. та ін.).

Термін «маніпуляція», походить від латинського слова *manus* – рука (*manipulus* – пригорща, від *manus* і *ple* – наповнювати). Російський політолог С. Г. Кара-Мурза зауважує, що в словниках європейських мов слово «маніпуляція» трактується «як звертання до суб'єктів з певними намірами, цілями» [4:10]. Словник Дуден тлумачить маніпулювання, як «керування, скеровування (нім. *drängen*) в певному напрямку шляхом свідомого впливу», а маніпуляцію, як «прихований (непрозорий), вмілий спосіб дій, завдяки якому хтось отримує вигоду, досягає бажаного» [13]. Український тлумачний словник пропонує наступну дефініцію: «МАНІПУЛЯЦІЯ, -ї, ж. 1. Виконувана руками складна дія, що зазвичай вимагає вправності, вміння тощо. 2. Рухи руки чи обох рук для виконання певного завдання. 3. *перен., розм.* Те саме, що махінація; шахрайство» [11].

Є.Л. Доценко, проаналізувавши значну кількість дефініцій терміну «маніпуляція» у вітчизняних та зарубіжних працях (Бессонов Б. Н., Волкогонов Д.А., Гудін Р., Йокояма О. Т., Прото Л., Рікер У., Рудінов Дж., Сагатовський В. Н., Шіллер Г., Шостром Э., Робінсон П.У.), пропонує своє визначення цього терміну: «Маніпуляція – це вид психологічного впливу, вправне здійснення котрого призводить до прихованого спонукання в іншій людини намірів, котрі не співпадають з її актуальними бажаннями» [2:59] або уточнює своє визначення, наголошуючи на «прихованості» маніпуляції: «Маніпуляція – це психологічний вплив, спрямований на зміну напряму активності іншої людини, здійснений настільки вміло, що залишається поза її увагою» [2:60]. Варто також наголосити на важливості фактору самостійності у прийнятті адресатом певного рішення, адже маніпуляція не передбачає тиску з боку адресанта чи примушення адресата до певної дії, отож результатом маніпулятивного впливу буде здійснення адресатом певного вчинку із власної волі та ініціативи.

Г.А. Копніна виділяє основні ознаки маніпуляції, на які науковці звертають особливу увагу:

- Маніпуляція – це вид психологічного впливу, а не фізичне насилля.
- Маніпуляція – це прихований вплив.
- Маніпуляція вимагає певного вміння та майстерності.
- До об'єктів маніпуляції ставляться не як до особистостей, а як до об'єктів, речей.

Сюди додамо:

▪ Мета маніпуляції має швидше прагматичний, аніж безкорисливий характер, адже навряд чи можна буде назвати маніпуляцією приховані намагання батьків, вплинути на спосіб дій дитини-підлітка та підштовхнути його до обрання вірного шляху [7].

Є.Л. Доценко вважає доцільним виділити декотрі види маніпуляції, проте психолог розглядає їх радше не як певні рівні чи етапи, а як окремі механізми, котрі можуть синтезуватися, взаємодоповнюватися, підсилюючи при цьому загальний ефект. До різновидів маніпуляції науковець відносить:

- маніпуляцію образами;
- конвенційну маніпуляцію;
- операціонально-предметну маніпуляцію;
- експлуатацію особистості;

- маніпуляцію духовністю.

Після детального ознайомлення із кожним видом робимо висновок, що для дослідження маніпулятивних процесів у дискурсі комерційної реклами релевантними будуть перш за все такі різновиди, як *маніпуляція образами* та *експлуатація особистості*.

Як відомо, тенденція рекламування продукту як такого поступово відходить на задній план, в сучасному світі перевага починає надаватись рекламуванню іміджу чи *образу*, котрого споживач прагне досягти, а придбання рекламованої продукції – це лише шлях до здобуття цього іміджу чи набуття певного статусу. Купуючи продукцію, споживач ототожнює себе із героєм реклами, типовим представником певної референтної групи, із необхідним набором атрибутів. «Коли шампуні рекламують дівчата з чарівною зовнішністю та чудовим волоссям, то жінки, купуючи продукт, підсвідомо сподіваються придбати разом із покупкою молодість, красу, шарм, увагу чоловіків. Те ж саме стосується і губної помади, фарби для волосся і т. д.» [цит. за [5:28]]. Для чоловіків певні образи та імідж теж відіграють значну роль при виборі продукту. Ю. В. Щербатих наводить яскравий приклад ототожнення споживача з представленим у рекламі образом, аналізуючи при цьому цигарки конкретних марок: «Цигарки «Мальборо» – це не просто цигарки, а цигарки для справжніх мужчин, мужніх ковбоїв. Цигарки «Кемел» – для відважних мандрівників, а курити «Кент» обожнюють елегантні яхтсмени. І, закурюючи «Мальборо», рядовий обиватель відчуває себе суворим, мужнім ковбоєм, якому все під силу» [8:82-83].

Другим важливим для дослідження рекламного дискурсу видом маніпуляції є *експлуатація особистості*. Суть такого маніпулятивного впливу полягає у вмілому перекладенні відповідальності за здійснення вчинків на адресата, щоб у нього склалась ілюзія самостійно прийнятого рішення за умов наявності свободи вибору. Є.Л. Доценко вважає, що відчуття свободи виникає в результаті поєднання трьох необхідних для цього елементів, а саме:

- А) наявність боротьби мотивів;
- Б) момент вибору («сумніви геть»);
- В) відсутність стороннього втручання.

Перший елемент – «наявність боротьби мотивів» здебільшого створюється самим маніпулятором, адже мотив, котрий він актуалізує, контрастує із намірами та мотивами адресата. Другий елемент теж характерний своєю штучністю та наявністю спроектованого сценарію, за яким «вибір здійснюється в результаті стандартного умовиводу чи ситуативного розподілу ваги мотивів, на котрі також можна вплинути ззовні» [2:167]. Третій елемент в силу своєї ілюзорності є предметом спеціальних зусиль маніпулятора, котрий, маючи в своєму арсеналі достатньо засобів, створює в адресата ілюзію свободи вибору, в результаті чого адресат добровільно бере на себе відповідальність за «свій» вчинок. Для рекламного дискурсу наявність цих трьох складових є надзвичайно важливою, адже комерційний рекламний текст, котрий експліцитно декларуватиме мету та наміри рекламодавця – переконати споживача у позитивних якостях товарів чи послуг та змусити його придбати рекламовану продукцію, навряд чи буде дієвим та сугестивним. Отже, аби досягти бажаного результату, рекламодавцеві потрібно застосовувати вище згадані механізми, вміло маскуючи при цьому свої правдиві інтенції та наміри.

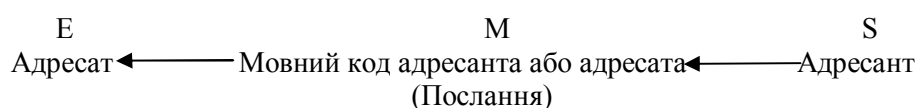
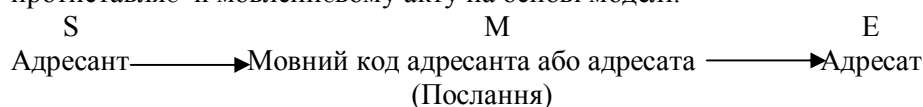
На нашу думку, дефініції *«мовної маніпуляції»* базуються значною мірою на визначеннях загального поняття маніпуляції та розглядають систему мовних знаків як інструмент маніпуляційних дій. О.Н. Бикова розглядає мовну маніпуляцію, як «вид мовного впливу, котрий застосовується для прихованого навіювання в психіку адресата цілей, бажань, намірів, відношень чи установок, що не співпадають з тими, котрі адресат має в даний момент» [1: 99]. На думку Г.А. Копніної: «Мовленнєва (мовна) маніпуляція (маніпулювання) – це різновид маніпулятивного впливу, котрий здійснюється шляхом вмілого використання певних мовних ресурсів з метою прихованого впливу на когнітивну та поведінкову діяльність адресата» [5: 25]. У лексиконі Meyers зазначено: «Мовна маніпуляція – це маніпуляція за допомогою мови та передбачений тим самим вплив на адресата (адресатів) в значенні відповідної зміни способу мислення та поведінки. При цьому можливий натяк на певні оцінки чи завуальованість фактично існуючих зв'язків» [14].



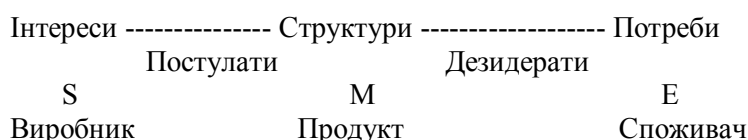
Узагальнивши вищезгадане, слід виокремити основні ознаки мовної маніпуляції, дослідження котрих є, на нашу думку, релевантним зокрема в межах рекламного дискурсу:

- Мовна маніпуляція – це різновид маніпулятивного впливу;
- Мовна маніпуляція здійснюється за допомогою мовних засобів;
- Мовна маніпуляція – це вплив на когнітивну та поведінкову сфери діяльності адресата;
- Мовна маніпуляція здійснюється імпліцитно;
- Адресат здійснює декодування інформації в межах мовленнєвого акту мовної маніпуляції з урахуванням відповідних конвенцій спілкування;
- Для здійснення мовної маніпуляції адресант повинен володіти відповідним умінням до застосування та спрямування мовних засобів у відповідне русло з метою досягнення бажаного результату.

Німецький дослідник Г. Вольф розглядає мовну маніпуляцію як комплексний процес та протиставляє її мовленнєвому акту на основі моделі:



На відміну від цього акту, що характерний своєю симетричністю, циклічністю та доповнюваністю, мовна маніпуляція є «якісно та кількісно несиметричним, нециклічним та скороченим комунікативним процесом, в якому компетентному та гомогенному адресантові протиставляється численна, проте підлегла аудиторія» [10: 5]. Нециклічність та своєрідне скорочення такого комунікативного процесу притаманні також дискурсу комерційної реклами, адже потік інформації відбувається в одному напрямку – від рекламодавця до споживача, при чому рекламодавець не очікує від споживача відповіді на своє повідомлення, а розраховує лише на здійснення споживачем перлокутивного акту. Характерною ознакою для такої мовної маніпуляції є «невідповідність між інтересами адресанта та потребами адресата: мовні структури виражають з одного боку ринкові вимоги виробника (постулати), а з іншого бажання (дезидерати) споживача» [там само].



Характерною рисою мовної маніпуляції є її залежність від знакового характеру мови та функціонування системи мовних знаків. Поняття та смисли, що оточують нас, можуть виражатися за допомогою мови та її одиниць, котрі, в свою чергу, лише експонують ці смисли і, зважаючи на референтні особливості, потребують відповідного інтерпретування. «Розглядаючи маніпуляцію свідомістю як невід'ємну частину комунікативного процесу, слід зазначити, що в принципі деяка частка "маніпулятивності" властива практично будь-якому висловленню. При цьому основною лінгвістичною передумовою впливу мови на свідомість є принципова невідповідність між безліччю фактів дійсності і широкими, але не безмежними можливостями мови, тобто кінцевою кількістю мовних одиниць, які використовуються для опису навколишнього світу. Інтерпретація реальних фактів адресантом мовлення, з одного боку, і вибір ним мовних засобів з кінцевої кількості можливих для оформлення повідомлення, – з іншого, неминуче приводять до перекручувань при передачі/сприйнятті бажаних значень. Реклама дає справді вражаючу картину використання потенціалу мови» [3: 5].

Детальне дослідження феномену маніпуляції у рекламному дискурсі передбачає, на нашу думку, чітке розмежування понять *персуативності* та *маніпуляції*, адже доволі часто

рекламним текстам притаманний персуативний характер та застосування маніпулятивних прийомів, що передбачає часткове злиття семантики обох термінів.

Процес персуативності на відміну від маніпулятивного процесу, в основі котрого лежить стратегія прихованого навіювання, передбачає застосування тактики переконування, котре характеризується очевидністю інтенцій суб'єкта. О. Н. Бикова зазначає, що для мовної маніпуляції характерна «заміна переконання навіюванням, котре досягається завдяки створенню емоційного підтексту висловлювання. Так, наприклад, вмільний підбір слів дозволяє актуалізувати в повідомленні ті чи інші відтінки їх значень, в результаті чого слова несуть в тексті подвійне смислове навантаження та непомітно викривляють реальну дійсність в уявленні адресата. Ілюзія самостійності зроблених реципієнтом висновків створюється в результаті особливої організації тексту: найважливіша інформація в ньому часто імплікується, аргументи подаються в завуальованому вигляді, а висловлювання первантажені оціночною лексикою» [1:99].

Ще одним важливим фактором у процесі створення рекламного повідомлення є вибір відповідної *стратегії* здійснення впливу на споживача, адже саме з огляду на цей фактор рекламний текст наповнюється відповідними семантично-стилістичними одиницями та супроводжується відповідним візуальним елементом. О.С. Попова зображає спосіб дій рекламодавця в межах рекламного повідомлення у наступній моделі:

*Мета > Стратегія > Тактика > Перлокутивний ефект*

Мета адресанта рекламного тексту – придбання продукції адресатом, полягає у зміні негативного або нейтрального ставлення споживача до рекламованого товару чи послуги на позитивне, а також створення позитивного емоційного настрою, спрямованого на здійснення покупки. «Таким чином, рекламна стратегія спрямована на зняття критичного сприйняття адресатом рекламного тексту і формування у нього позитивного емоційного настрою. При цьому читач розуміє, що реклама повинна продати йому товар, тобто він усвідомлює її мету, проте не стратегію, яка залишається непомітною та не маніфестує в мовній матерії тексту, однак призначена в кінцевому результаті спонукати адресата до придбання рекламованого товару. Саме це положення (прихованість стратегії) дозволяє нам визначити стратегію в рекламному тексті як маніпулятивну» [6:278].

Як бачимо, аналіз явища мовної маніпуляції та маніпулятивного впливу спрямованого на споживача є невід'ємними компонентами реклами, адже саме цей вплив прагне реалізувати рекламодавець, створюючи рекламний текст та підбираючи відповідні лексико-семантичні одиниці чи візуальні елементи, котрі б відповідали обраним маніпулятивним стратегіям. Рекламна мова, як своєрідний штучний продукт, котрий створили рекламодавці та котрий поступово інтегрується у розмовну мову, володіє вражаючим потенціалом для здійснення потрібного впливу на споживача з метою досягнення бажаного результату. Успішний результат в свою чергу залежить від рівня майстерності маніпулятора та його вміння подати правдиву інформацію (істинність якої можна перевірити) в потрібному світлі, дозуючи її при цьому потрібним чином та розставляючи відповідні наголоси та акценти. Отже, передусім слід наголосити, що однією з необхідних передумов комплексного дослідження механізмів маніпулятивного впливу у рекламному дискурсі стане спроба розмежувати маніпулювання, як так звану «маніпулятивну гру», котра «сприймається як творча "забава", не здатна нашкодити подібному собі» [3:22], та маніпулювання, що характеризується зловживанням мови з метою введення споживача в оману, врегулювання котрого передбачає Міжнародний кодекс рекламної практики (стаття «Правдивість») [12].

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бикова О. Языковое манипулирование // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 1(8). – Красноярск–Ачинск, 1999. – С.99–103.
2. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – Москва: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. – 344 с.
3. Зірка В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі: Автореф. дис... д-ра філол. наук: 10.02.02 / НАН України. Ін-т мовознав. ім. О.О.Потебні. – Київ, 2005. – 32с.
4. Кара–Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. – Библиотека Альдебаран: <http://lib.aldebaran.ru>, . – 535с.
5. Копнина Г. А. Речевое манипулирование: Учебное пособие – 2–е изд.. – Москва: Флинта, 2008. – 176с.

6. Попова Е. С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте. – Екатеринбург: Известия Уральского государственного университета. №24, 2002. – с.276–288.
7. Шейнов В. Скрытое управление человеком (Психология манипулирования). Изд-во АСТ, Минск: Харвест. – Москва, 2001. – 848с.
8. Щербатых Ю. В. Искусство обмана. Популярная энциклопедия. – Москва: Эксмо–Пресс, 2002. – 720с.
9. Kolmer L. Die Kunst der Manipulation. 1st ed. – Ecowin Verlag, 2006. – 180с.
10. Wolff G. Sprachmanipulation, in: Sprachhorizonte, Ergänzungsheft. – Dortmund, 1978. – С.3–11.
11. Великий тлумачний словник сучасної української мови онлайн. – <http://www.slovnky.net>
12. Международный кодекс рекламной практики. – [http://www.synergy.kiev.ua/advert\\_ethics.html](http://www.synergy.kiev.ua/advert_ethics.html)
13. Duden – Deutsches Universalwörterbuch, 5. Aufl. – Mannheim, 2003.
14. Meyers Lexikon Online. – <http://lexikon.meyers.de>

**ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА**

Ольга Лянг – аспірантка кафедри німецької філології Львівського національного університету імені Івана Франка.  
*Наукові інтереси:* семантика, стилістика, лінгвістика рекламних текстів, проблеми рекламного дискурсу.

**ОБРАЗ РОСІЇ ТА ПІВНІЧНОЇ КОРЕЇ В ЗНАКАХ ВЕРБАЛЬНОЇ АГРЕСІЇ  
 В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ**

**Ірина МУРАТОВА (Житомир, Україна)**

*У статті досліджується феномен вербальної агресії в політичному дискурсі, її реалізація за допомогою знаків мови та знаків мовлення. Дається характеристика основних знаків вербальної агресії. Проаналізовано використання знаків вербальної агресії в межах англomовної політичної комунікації на прикладі відносин США з Північною Кореєю та Росією.*

*The article investigates the phenomenon of verbal aggression in the political discourse realized through language signs and speech signs. The author characterizes the basic signs of verbal aggression and analyzes the use of signs of verbal aggression in political communication. The political discourse under analysis covers the relations between the USA, North Korea and Russia.*

Лінгвістичні розвідки останніх років характеризуються збільшенням інформації, насиченої семантикою агресії, яка, як зазначає Т.В. Жаркова є порушенням етико-мовленнєвої норми [6]. Найбільша кількість інформації на сьогоднішній день сприймається і передається через політичний дискурс, який є основним джерелом суспільного життя більшості держав. Специфіку політики дослідники вбачають саме в дискурсивному характері: велика кількість політичних дій за своєю природою є мовленнєвими діями [16]. Політична комунікація – це специфічний вид політичних дій, за допомогою яких політичні діячі регулюють виробництво й поширення суспільно-політичних ідей свого часу за допомогою мови задля впливу на масову свідомість людей з метою боротьби за владу [10]. Сучасний політичний дискурс демонструє "відмирання" етичного й естетичного компонентів мовленнєвої культури [3]. В рамках політичного дискурсу здійснюється боротьба за цінності й домагання певного статусу, боротьба за владу та ресурси, в якій метою супротивника є нейтралізація, завдання шкоди або усунення суперника [17]. Це означає, що різноманітні семіотичні засоби спілкування тяжіють до використання семантично агресивних знаків мови й знаків мовлення, дослідження яких і становить **актуальність** запропонованого дослідження.

**Метою** статті є виявлення та систематизація знаків вербальної агресії в англomовному політичному дискурсі відносно Північної Кореї та Росії.

**Матеріал** дослідження становлять аналітичні статті щотижневого американського видання Newsweek.

Поділ знаків вербальної агресії в політичному дискурсі на знаки мови й знаки мовлення відбувається з огляду на протиставлення власне мови та мовлення у лінгвістиці. Різницю між мовою і мовленням можна визначити як різницю між загальноприйнятим, закріпленим у традиції, поширеним і не загальноприйнятим, випадковим, непоширеним [9].

В якості основи для протиставлення мови і мовлення Ф. де Соссюр висунув різне ставлення до розвитку. Мовленню притаманна еволюція. Мова також змінюється, але не містить у собі джерела розвитку. Мова є тільки продуктом розвитку мовлення. Мовлення – джерело розвитку [8].

На думку О. Смірницького, до мови належить усе, що має готовий характер і відтворюється в мовленні, а до мовлення – все, що не має готового характеру і створюється в процесі спілкування [11: 13].

Відповідно до розмежування мови й мовлення, під знаками мови розуміємо одиниці, що мають готовий характер і закріплені значення в словнику. Знаки мовлення – одиниці, які не мають готового характеру, створюються в процесі спілкування, не мають закріпленого значення в словнику. В межах цієї дихотомії відносимо лайливу лексику, а також різноманітні стилістичних засобів до мовних знаків вербальної агресії. Одиниці ж, відомі як ярлики й маркери відчуження, відносимо до мовленнєвих знаків вербальної агресії.

**Лайлива лексика** – лексика, якій притаманна негативна експресивно-емоційно-оцінна конотація [87]. Як зазначає О.Й. Шейгал, лайлива лексика не є характерною для інституційного спілкування в цілому й політичного дискурсу зокрема [15: 121], однак останнім часом спостерігається поширення саме такої лексики в політичній комунікації. Це, як відмічає Б.Я. Шаріффулін, пов'язано в першу чергу зі зниженням рівня культури як загальнонародної мови, так і мови політиків [13]. Далі автор наголошує, що сучасні політики "не схильні обмежувати себе у виборі виразів" [13]. Лайлива лексика в політичній комунікації виступає як засіб дискредитації політичного опонента, провокування на певні дії.

Лінгвістичне розуміння **іронії** базується на її тропеїчній природі, де вона розуміється як використання слова або виразу в смислі, зворотнім буквальному, з метою глузування [14] і є засобом вторинної номінації. Іронія – це стилістичний прийом, в якому контекстуально-оцінне значення слова прямо протилежне його словниковому значенню [1]. За словами О.Й. Шейгал, іронія – це більш інтелектуальний засіб вербальної агресії з-поміж інших, який, за її спостереженням, притаманний політикам демократичної орієнтації [15: 130].

**Метафора** пов'язана з вербальною опозицією або взаємодією двох семантичних смислів, а саме, метафорично вживаного виразу й оточуючого буквального контексту [2]. В політичному дискурсі, як справедливо зауважує А.П. Чудінов, метафора є потужним засобом перетворення існуючої в свідомості адресата політичної картини світу [12: 128], а, отже, викликає необхідні емоції щодо політичних супротивників, формує негативне ставлення до опонентів.

**Ярлик** є особливим знаком вербальної агресії, який несе в собі негативну оцінку й при цьому не з'ясовує об'єктивних ознак особистості, мікросоціуму, подій, явищ, а позначає їх за ознакою ідеологічної чужерідності [5: 92].

Ще одним важливим видом мовленнєвих знаків вербальної агресії є **маркери відчуження**, що базуються на механізмі дистанціювання. В умовах політичного конфлікту, на думку Н.В. Гришиної, учасники конфлікту можуть проявляти тенденцію до протиставлення "себе" й "іншого", де "Я" зображується з позитивного боку, а "він" наділяється різноманітними негативними рисами [4: 280].

Наведені вище знаки вербальної агресії використовуються в політичній комунікації для демонстрації переваги над політичним супротивником, агресивного підходу до опонента, неприйняття чужих точок зору.

Розглянемо, як застосовуються перелічені мовні й мовленнєві знаки вербальної агресії для характеристики таких держав, як Північна Корея та Росія американським журналом "Newsweek".

Певною мірою імідж будь-якої країни, її статус на міжнародній арені, ставлення інших світових держав залежить від уряду цієї держави, його голови. Негативний образ державного лідера веде до політичної й економічної ізоляції країни, вона зазнає нападок з боку сильних світових держав. Дане твердження знаходить відображення в наступному прикладі:

*In private diatribe that left listeners stunned by its vehemence, the U.S. president (G. Bush – I.M.) called Kim a hateful "pygmy" who behaved like "a spoiled child at a dinner table".*

Застосовування лайливої лексики та порівняння у вище наведеному прикладі використовуються в якості образи й відображають ставлення до лідера Північної Кореї та країни взагалі. Подібну тактику застосовано й у ряді інших уривків, де проводиться паралель між корейським головою уряду й вередливою дитиною.

Образ нещадного корейського лідера набуває нової якості й нових комічних рис через застосування іронії:

*By many accounts, North Korea's Kim Jong Il also suffers from a tender ego. For one thing the 5-foot-3 dictator is sensitive about his height (hence, one suspects, his bouffant hairstyle and elevator shoes).*

В даному прикладі знак мови "*a tender ego*" застосовується до корейського лідера іронічно; в подальшому контексті він називається диктатором і не має нічого тендітного й вразливого. Крім того, увага привертається до маленького зросту політичного лідера й слугує підставою для глузування з нього.

Лайлива лексика наступного прикладу покликана охарактеризувати корейського лідера як нещадного злочинця, що вже не є пустотливою дитиною:

*There was, at the time, a hostile "anything but Clinton" tone in the White House, and Kim Jong Il was also a handy villain to have around to justify the centerpiece of Bush's foreign policy, the expensive missile defense program.*

Створення негативного образу Північної Кореї в цілому відбувається за рахунок вживання мовних і мовленнєвих знаків, які слугують для пониження значущості цієї країни на світовій арені, зображення її найбільшою загрозою безпеки Сполучених Штатів й інших світових держав:

*U.S. attempts to stop Iran from acquiring the bomb and to pry the weapons out of North Korea's fingers are also key parts of this campaign. These efforts are all grounded in the same proposition: that, as Obama has said several times, nuclear weapons represent the "gravest threat" to U.S. security.*

У наведеному прикладі метафора "*to pry the weapons out of North Korea's fingers*" уподібнює Північну Корею, як і її лідера, нерозважливій дитині.

Ярлик "*gravest threat*" в даному прикладі покликаний проілюструвати ступінь загрози з боку Північної Кореї.

Негативний ефект при зображенні правлячої верхівки країни створюється за допомогою алюзії:

*...where thousands of people starve unnoticed and where Kim administers "a gulag the size of Houston", in Bush's words.*

Маркер відчуження як знак мовлення набуває негативної функції в контексті, наголошує на відстороненні від режиму, який несе політичну, економічну, культурну темряву своїй країні:

*Karen Hughes, then Bush's counselor, told reporters that the president was fascinated by satellite pictures of the Korean Peninsula at night, showing bright lights over South and darkness over the power-starved North. To Bush, the pictures showed "the light and opportunity that comes with freedom and the dark that comes with a regime that is oppressive", Hughes said.*

Ідею відсторонення від Північної Кореї, її неприйнятності для світу режиму ілюструє наступна метафора, яка проводить паралель між корейським режимом та сталінізмом й додає більш жорстких рис до характеристики Кореї, її режиму:

*As a lonely Stalinist regime, Kim's nation is a political toxic-waste site that has festered for 50 years amid East Asia's glittering success.*

Метафора "*a political toxic-waste site*" порівнює корейську націю, на чолі з її лідером, зі смітником токсичних і політичних відходів. В той час як інша метафора даного прикладу "*has festered ... amid East Asia's glittering success*" уподібнює політичний режим Північної Кореї запаленню, нариву та протиставляє відсталість Північної Кореї сяючому успіху решти Азії.

Вербальна агресія, яка застосовується для характеристики Росії, носить дещо інший характер, оскільки США та Росія є рівноправними величинами на політичному просторі й тривалий час змагаються за політичну й економічну першість на світовій арені. Ставлення до Росії з боку Америки можна позиціонувати в більшості випадків як негативне. Однак порівняно з агресією у бік Північної Кореї, агресивне ставлення до Росії виражається знаками іншого порядку. Так, при вираженні негативного ставлення до російського уряду,

президента й країни в цілому не використовується лайлива лексика. Домінуючим знаком вербальної агресії є ярлик, знак мовлення:

*Vladimir Ryzhkov, one of the few remaining independents in Parliament, likens Putin to a contemporary czar. Determined to recoup from the chaos of the Yeltsin years, he says, "Putin turned Russia a hundred years back to the traditions of empire and absolute personification of power. We are back to the times when the state and private business grew together in a single body".*

Даний ярлик наділяє сучасного президента Росії рисами, притаманними правителю Московської Русі до революції 1917 року. В такий спосіб робиться спроба зобразити Росію як відсталу в політичному й економічному плані державу. Акцент робиться на більш як столітньому відставанні Росії від розвинених світових держав сучасності.

Наступний приклад, завдяки використанню ярлика, порівнює російського президента та його команду з королем і його васалами епохи середньовіччя:

*Ever since he (V. Putin – I.M.) took office in 2000, Russia's president has worked to concentrate political power and economic wealth in the hands of the state. And he's succeeded, perhaps beyond his wildest dreams.*

*These days, any transaction of value – from getting your kid into university, to arranging visits to doctors, to starting a business – depends upon the whims of the king, his knights in the Kremlin or the legions of vassals who live off their patronage and in turn pay them tribute.*

Продовження теми відсталості знаходимо в наступній цитаті, наведеній у виданні "Newsweek":

*"Russia is rapidly moving towards being a Third World country", Nemtsov says. "And the chances of returning all this into the channel of progress and economic development in the near future are extremely low".*

Маркер відчуження співвідносить Росію з країнами третього світу, ставить її на один щабель з недорозвиненими країнами.

Образ Росії як монархічної держави, якою керує одна людина, що тримає всю владу у своїх руках розкривається в наступних прикладах:

*It's an open secret, well known to Russia's political classes, that the head of this new order is a round table of 12 "Barons" – top ministers and Kremlin courtiers, all close personal friends of Putin (known informally as the tea drinkers circle) who gathered weekly at the presidential dacha.*

Oxford Advanced Learner's Dictionary дає наступне визначення слову "барон":

*a person who owns or controls a large part of a particular industry* [18: 111].

Таким чином, ярлик "Barons" як знак мовлення робить акцент на привілейованому становищі міністрів экс-президента Путіна.

*Courtier is a person who is a part of the court of a king or queen* [18: 353]. Отже, ярлик "Kremlin courtiers" дає негативну оцінку Путіну, характеризуючи у такий спосіб його оточення і порівнюючи тим самим самого Путіна з королем.

*Russia's Parliament these days is little more than an assemblage of Putin loyalists.*

*Loyalist is a person who is loyal to the ruler or government, or to a political party, especially during a time of change* [18: 917]. Таке визначення імпліцитно вказує на авторитарність Путіна.

Всі наведені приклади є доказом нерівноцінного використання знаків вербальної агресії в політичному дискурсі. Залежно від політичного опонента (в особі якого може виступати не лише людина, група людей, а й ціла країна) адресант може застосовувати більш м'які або більш жорсткі засоби вираження вербальної агресії. Вважаємо перспективним дослідження залежності використання знаків вербальної агресії від відносин між країнами.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Авраменко С.Р. Лингвистический механизм создания комического эффекта в романе Джозефа Хеллера "Бог Знает". <http://www.tversu.ru/Science/Hermeneutics/1998-4/1998-4-31-rus.pdf>
2. Блэк М. Метафора // Теория метафоры. – М., 1990. – С. 153 – 172.
3. Воженкова Р.К. Вербальная эквилибристика в политическом дискурсе и ее последствия. [www.inst.at/kctos/speakers-a-f/bozhenkova.htm](http://www.inst.at/kctos/speakers-a-f/bozhenkova.htm).
4. Гришина Н.В. Психология конфликта. – Санкт-Петербург: Питер, 2002. – 464 с.
5. Дмитриева О.Л. Ярлык в парламентской речи // Культура парламентской речи. – М.: Наука, 1994. – С. 90 – 96.

6. Жаркова Т.В. Речевая агрессия в языке СМИ // Язык и культура – основа общественной связности. IX Невские чтения. – СПб., 2007. – С. 60.
7. Колесников Н. И., Корнилов Е. А. Поле русской брани. Предисловие к словарю бранных слов и выражений. <http://www.nicomant.fils.us.edu.pl/jrn/1999/j4/4.1/10.1kornilov.html>
8. Курс общей лингвистики / Редакция Ш. Балли и А. Сеше; Пер. с франц. А. Сухотина. Де Мауро Т. Биографические и критические заметки о Ф. де Соссюре; Примечания / Пер. с франц. С. В. Чистяковой. Под общ. ред. М. Э. Рут. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1999. – 432 с.
9. Ломтев Т. П. Общее и русское языкознание. – М., 1976. – С. 54 – 60.
10. Самарина И.В. Коммуникативные стратегии "создания круга чужих" и "создания круга своих" в политической коммуникации (прагмалингвистический аспект): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Ростов. гос. пед. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2006. – 21 с.
11. Смирницкий А. И. Синтаксис английского языка. – М., 1957. – С. 13.
12. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 256 с.
13. Шарифулин Б.Я. Обсценная лексика: терминологические заметки. [http://library.krasu.ru/ft/ft\\_articles/0070226.pdf](http://library.krasu.ru/ft/ft_articles/0070226.pdf)
14. Шаронов И.А. Приемы речевой агрессии: насмешка и ирония. <http://il.rsuh.ru/lib/aggr/04.pdf>
15. Шейгал Е.И. Семантика политического дискурса. – М.: ИТДГК "Гнозис", 2004. – 326 с.
16. Шейгал Е.И., Черватюк И.С. Власть и речевая коммуникация // Известия РАН. Серия литературы и языка. Т. 64. – 2005. – № 5. – С. 18.
17. Coser L.A. The Functions of Social Conflict. – London: Free Press, 1956. – P. 8.
18. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. – Oxford University Press, 2005. – 1780 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ірина Муратова** – аспірант кафедри англійської філології та перекладу ім. Д.І. Квеселевича Житомирського державного університету ім. І.Я. Франка

*Наукові інтереси:* прагматика англійської мови.

## СУБ'ЄКТ ТА ОБ'ЄКТ ОЦІНКИ У ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ (на матеріалі німецької художньої прози)

Леся ОВСІЄНКО (Київ, Україна)

*У статті детально охарактеризовано адресанта та адресата як суб'єкта та об'єкта оцінки у німецькомовному діалогічному дискурсі, досліджено їх оцінну мовленнєву діяльність та виділено основні оцінні аспекти спілкування.*

*The article is devoted to the problem of assessment speech activity and main aspects of communication. The addresser and addressee are assessed as the agent and object in German dialogic discourse.*

Дослідження суб'єкта та об'єкта оцінки в діалогічному дискурсі можливі лише при правильній інтерпретації й розумінні висловлення, за умов врахування цілої низки комунікативно релевантних даних. На перший план зазвичай виступають ті, які характеризують учасників мовленнєвого акту. Комунікативний мовний акт може здійснюватися усно чи за допомогою письма, але він обов'язково передбачає існування двох учасників: відправника інформації (адресанта) і одержувача (адресата) [8]. Найпоширенішою формою комунікативного акту є діалог, де обидва учасники спілкування перемінно перебувають у ролях відправника й отримувача. Саме в діалозі розкривається суть процесу обміну інформацією [7: 257-258].

Проблема адресанта і адресата у дискурсі стала останнім часом досить актуальною, до неї звертається все більше вчених [Н.Д. Арутюнова, О.П. Воробйова, О.А. Земская, Г.Г. Почепцов, О.О. Селіванова, О.І. Федотова, В.В. Шумихина та ін.]. Відомі лінгвісти здійснили певний вклад у розробку згаданого питання, розглянули фактор адресата в багатьох аспектах, зовсім залишивши поза увагою фактор адресанта, який є також важливим при здійсненні комунікації та ніколи не досліджували одночасно обох учасників дискурсу з точки зору оцінної семантики. До цього часу лишається чимало незаповнених прогалів у сфері дослідження, пов'язаних із цією проблемою, оскільки їй присвячені лише поодинокі наукові розвідки.

**Актуальність** дослідження зумовлена необхідністю детального вивчення суб'єкта та об'єкта оцінки в німецькомовному діалогічному дискурсі.

**Об'єктом** розгляду запропонованої статті є оцінна мовленнєва діяльність комунікантів (адресанта та адресата) діалогічного дискурсу. **Предметом** дослідження є вербальні засоби вираження оцінки у конфліктній ситуації мовлення. **Мета** дослідження – дати детальну характеристику адресанту й адресату, ретельно вивчити оцінну мовленнєву діяльність

комунікантів по відношенню один до одного та виділити основні оцінні аспекти спілкування, пов'язані з суб'єктом та об'єктом оцінки в діалогічному дискурсі.

Комунікація між мовними особистостями здійснюється різними засобами, із яких мовні – найголовніші. Вони допомагають комунікантам впливати один на одного. Такі аспекти спілкування, поєднані мовленнєвим впливом учасників один на одного з допомогою мовних засобів, називаються *прагматичними* [2: 105]. Проблема адресанта у сучасному мовознавстві представлена вивченням контексту на фоні особистості мовця, його біографії, врахуванням його психологічних особливостей. Саме на цьому тлі й відбувається його дослідження. У комунікативній лінгвістиці адресант розглядається в різних аспектах: особистісному, соціальному, культурному, етнічному та ін. Він має певний соціальний статус, ситуаційну роль, керується певними мотивами, настановами, програмує власну комунікативну діяльність на підставі стратегій, реалізує їх у тактиках проведення й корекції спілкування.

Під *суб'єктом оцінки* мається на увазі особа (або група осіб), яка приписує цінність певному предмету шляхом вираження конкретної оцінки [3: 21]. Суб'єктом оцінки в процесі здійснення мовленнєвого акту найчастіше виступає адресант. Прагматичні аспекти спілкування, про які йшлося вище, нерозривно з ним пов'язані. Під *адресантом* розуміють одного з комунікантів; того, хто породжує висловлювання, тобто мовця або автора тексту [6: 14]. Відомий український мовознавець Бацевич Ф.С. характеризує адресанта як особу, яка тримає у своїх руках увесь процес комунікації – виникнення, початок, тривалість, її завершення, схеми взаємодії з адресатом, тематику спілкування тощо [2: 105]. Дослідник виділяє близькі адресанту аспекти спілкування, не забуває про відкриту та приховану мету спілкування. Комунікант у ролі адресанта вступає в процес комунікації з певною чітко вираженою або прихованою метою, яка є основним стрижнем побудови конкретного дискурсу. Мовленнєві стратегії, тактика та типи мовленнєвої поведінки залежать від ілюктивних намірів адресанта, його певної комунікативної мети. Відповідно правила розмови залежать також і від принципів співробітництва, підтриманих чи не підтриманих адресантом. До настанов мовця вчений відносить непрямі смисли, натяки, інакомовлення, що залежать від вибору адресантом вести спосіб ведення конкретної інтеракції із конкретними адресатами [там само: 105-106]. Так, наприклад, у німецькомовному діалогічному дискурсі оцінна мовленнєва діяльність комунікантів є яскраво вираженою, адресант досягає своєї прагматичної мети, реалізуючи свій комунікативний вплив крізь призму оцінки.

У дискурсі відбувається розщеплення адресанта на реальну особистість того, хто породжує повідомлення; функцію адресанта (автора) як відображення його світогляду, оцінок, думок, позицій і сприйняття цієї ролі реальним адресатом [6: 14].

Іншим учасником комунікативного акту є адресат. Його не тільки по-різному характеризують як мовну особистість, він є носієм певного мовленнєвого амплуа [5: 216]. Саме адресат найчастіше виступає *об'єктом оцінки* в діалогічному дискурсі. Арутюнова Н.Д. вважає адресата пасивним учасником комунікації, називає його отримувачем інформації, рецептором, інтерпретатором, слухачем, співбесідником і т.д. [1: 358]. Ситуацію мовлення не можна представити без чинника адресата. На думку дослідниці, комунікативні наміри адресанта повинні бути скоординованими відповідно до соціально зумовлених психологічних особливостей адресата. Помічено, що адресат, як і адресант, вступає у процес комунікації не як глобальна особистість, а в певному своєму амплуа або функції, яка відповідає аспекту адресанта. У стандартній мовленнєвій ситуації параметри адресанта і адресата мають бути узгодженими між собою [там само: 357-358].

Будь-який мовленнєвий акт розрахований на певну модель адресата. Його функція в мовленнєвому акті полягає у ролі слухача та замикається сприйняттям та інтерпретацією адресованого йому повідомлення. Встановлено, що адресати можуть різнитися своєю комунікативною сутністю в аспекті актокомунікативних функцій, тому виділяють такі модифікації адресата як квазіадресат, адресат-ретранслятор та непрямий адресат [5: 216].

Виділення модифікацій адресата відбувається шляхом співвіднесення реального різноманіття адресатів із типовим адресатом та власне адресатом [там само: 218]. (Власне) адресат – особа, або група осіб, якій / яким призначається висловлення певної ситуації



спілкування у діалогічному дискурсі. Це висловлення завжди стосується адресата і йде від мовця. Адресант є суб'єктом висловлення у діалогічному дискурсі, а адресат – об'єктом. Саме йому призначається іллокутивний зміст сказаного. Та не завжди він виправдовує усі сподівання адресанта. Він може дещо не розчутити, або неправильно зрозуміти сказане, чи помилково трактувати отриману від адресанта інформацію.

Відносини між учасниками комунікації можуть бути міжособистісними (симпатії, антипатії, знання один одного) та рольовими (соціальний статус, влада, місце в групі та поза нею) [4: 22]. Взаємодія комунікантів у ситуації спілкування можлива лише завдяки спільному коду однієї мови, спільності тезаурусів, комунікативних навичок, настанов, знань соціальної системи, культури тощо. Їх соціальна характеристика полягає також у визначенні віку, родинних взаємин комунікантів, а також їх ролі в мовленнєвому акті. До соціальних факторів, які детермінують структуру комунікативної ситуації, належать: склад учасників комунікації, соціокультурологічні норми їх поведінки, місце і час мовленнєвого процесу, соціальна дистанція між співрозмовниками у процесі спілкування, соціальний статус, ступінь знайомства та рівень формальності умов комунікації.

Стосунки між комунікантами в діалогічному дискурсі визначені найчастіше типом оцінного значення. Варіативність оцінних мовленнєвих кроків виражена наявністю експліцитної та імпліцитної номінації, що містить оцінну семантику. Під час здійснення мовленнєвої діяльності виникає об'єднання усіх типів ходів у мовленнєві взаємодії, а вони, в свою чергу, об'єднуються у трансакції. Саме так і створюється ієрархія мовленнєвої діяльності діалогічного дискурсу: повідомлення (мовленнєвий акт) → мовленнєвий хід → мовленнєва взаємодія → мовленнєва трансакція [2: 74]. Характерним для оцінних номінацій діалогічного мовлення є: вживання редукованих форм виразу оцінки; наявність оцінних мовленнєвих кроків з імпліцитним об'єктом оцінки; імплікація всіх основних компонентів оцінки в репліках у відповідь; перевага позитивних оцінок, коли об'єктом оцінки виступає адресат; велика частка емоційних і категоричних оцінок та інше.

У діалогічному мовленні оцінному значенню притаманні різноманітні форми та засоби вираження, головними з яких є лексичні засоби вербалізації оцінки. Майже всі вони мають оцінну семантику. Розглянемо, як проявляється їх вплив на розвиток комунікативних подій в дискурсі, фрагмент якого відібрано з роману Н. Sponsel „Made in Germany“ („Виготовлено в Німеччині“). Комуніканти – Professor Snell (адресант) та Ernst Abbe (адресат). Розмова відбувається у будинку адресанта, куди напередодні було запрошено адресата. У запропонованому дискурсі мова йде про адресата – молодого дослідника Ернста Аббе та його успіхи в сфері наукового дослідження. Комунікативна ситуація відібраного дискурсу є прагматичною, носить динамічний характер; у ній спостерігаємо інтенційний вплив адресанта на адресата шляхом оцінно-маркованої діяльності. Цілісна комунікативна ситуація є діалогічною, за кількістю тем – політемна, відбувається у приватній обстановці і є конфліктною. Адресант (Professor Snell) як старший колега намагається переконати адресата – свого молодшого колегу (Ernst Abbe) в скорому обов'язковому успіху його досліджень, якщо той не припинить працювати в університеті. Саме такий комунікативний зміст містить його наступний мовленнєвий крок: *Ich fühle mich nicht befugt, Ihnen irgendwelche Vorwürfe zu machen. Aber als älterer Kollege darf ich Ihnen vielleicht sagen: Auf diesem Weg, den Sie jetzt gehen, kommen Sie in Jena nicht weiter. Mein Gott, was sind Sie für ein Eigenbrötler! Sie sollten sich endgültig darüber klarwerden, dass Sie als Dozent an der Universität von Jena gewisse gesellschaftliche Verpflichtungen haben. „Am allerwenigsten Sie, der Sohn eines Arbeiters! Ein Mensch, der ohne Standesbewußtsein zum Akademiker wurde.“*

*Ernst Abbe war plötzlich hellwach und sprang auf. Er verspernte dem Professor den Weg. Es war, als wollte er in ihm das Schicksal herausfordern.*

*„Sie wollen also damit sagen, dass ich, der Sohn eines Arbeiters, mehr oder weniger als Außenseiter betrachtet werde?“*

*Professor Snell war erschrocken. So hatte er es nicht gemeint. Beruhigend legte er die Hände auf die Schultern des jungen Dozenten [9: 58-59].*

Професор Снель, як старший за віком (*als älterer Kollege*) і вищий за своїм соціальним статусом оцінює адресата за дивака (*ein Eigenbrötler*) із-за його необдуманого рішення щодо

зміни місця роботи. У Ернста є намір покинути університет та перейти викладати у звичайну школу. Підґрунтям для негативної оцінки ймовірного вчинку адресата є такі чинники як низька заробітна плата та неможливість кар'єрного росту (*Auf diesem Weg kommen Sie in Jena nicht weiter*). Попри такий мовленнєвий крок адресанта, адресат не погоджується із вираженою оцінкою, емоційно вистрибує, неправильно сприймає позитивну експліцитну оцінку як негативну (*Sie wollen also damit sagen, dass ich, der Sohn eines Arbeiters, mehr oder weniger als Außenseiter betrachtet werde?*). Та насправді це твердження помилкове, таке, що не має логічного підґрунтя, бо насправді професор сприймає свого партнера по комунікації як світило в науці (*Ein Mensch, der ohne Standesbewußtsein zum Akademiker wurde*), не дивлячись на його робітниче походження (*der Sohn eines Arbeiters*). Незважаючи на те, що комунікантами цієї ситуації є люди високого соціального статусу, та все ж вона носить конфліктний характер. Говорячи про оцінні мовленнєві кроки в діалогічному дискурсі, можна стверджувати, що у цій ситуації спілкування були порушені норми ввічливості адресата. Підтвердженням цьому є: *Ernst Abbe war plötzlich hellwach und sprang auf. Er versperrte dem Professor den Weg. Professor Snell war erschrocken. So hatte er es nicht gemeint*. Та все ж професор як адресант дискурсу не вийшов з конфліктної ситуації, а навпаки намагався інтенсифікувати ступінь мовленнєвого впливу на Ерста Аббе:

*„Was ich persönlich von Innen halte, wissen Sie gut genug. Ob ich die Meinung der sogenannten guten Gesellschaft von Jena teile, das steht auf einem anderen Blatt. Soviel mir aber bekannt ist, wurden Sie bisher von keinem anderen Kollegen zum Mittagessen eingeladen. Gibt Ihnen das nicht zu denken? Abbe, wenn Sie doch endlich einsehen wollten, dass ich es gut mit Ihnen meine! Wenn Sie doch begreifen würden, dass man sich über eine Gesellschaftsordnung nicht einfach hinwegsetzen kann, am allerwenigsten dann, wenn man erst am Anfang seines Weges steht! Sie waren mein bester Schüler, die Universität hat keinen fähigeren Privatdozenten als Sie. Verbauen Sie sich Ihren Weg nicht durch Ihre Dickköpfigkeit!“ [9: 60].*

Із поданого фрагменту витікає, що адресант не поділяє думки своїх колег по відношенню до Ернста, оцінює його завжди з найкращої сторони (*Sie waren mein bester Schüler, die Universität hat keinen fähigeren Privatdozenten als Sie*), зазначаючи, що той був його найкращим студентом і залишається кращим доцентом в університеті. Використовуючи стратегію поради, він просить, аби той не псував собі життя із-за своєї впертості. Комунікативна компетенція досвідченого професора допомагає заспокоїти впертого учня і той погоджується з його словами та вибачається.

*Professor Snell war ganz ruhig geworden. Er setzte sich wieder und wartete, bis auch Ernst Abbe wieder ihm gegenüber im Sessel Platz nahm. Diese Aussprache mußte sein.*

*„Entschuldigen Sie“, begann Ernst Abbe, „aber irgendwem mußte ich es einmal sagen. Sie wissen, ich habe meine Mutter verloren, als ich noch sehr klein war. Nichts gegen meinen Vater. Aber ein Kind, das ohne Mutterliebe aufwächst, muss immer auf vieles verzichten. Vielleicht bin ich deswegen so ein Eigenbrötler, so dickköpfig und – wenn Sie es so nennen wollen – so verschlossen... ...Ich will etwas schaffen, etwas erreichen. Wenn ich mich jemals durchsetzen werde, dann nur durch meine wissenschaftliche Leistung. Ich meine, sie sollte mehr gelten als die sogenannten guten Beziehungen“ [9: 60].*

Ернс заспокоюється, розуміє, що наговорив зайвого. Адресат сприйняв оцінку партнера по комунікації і висловив самооцінку (*Vielleicht bin ich ein Eigenbrötler, so dickköpfig und so verschlossen*), обґрунтувавши це тим, що зростав без мами, поза батьківською увагою (*Ich habe meine Mutter verloren, als ich noch sehr klein war. Nichts gegen meinen Vater. Aber ein Kind, das ohne Mutterliebe aufwächst, muss immer auf vieles verzichten*). Досвідчений адресант розуміє, що конфлікт вичерпано, бачить, що досягнуто порозуміння і тому з легкістю посміхається.

*Über das Gesicht des Professors huschte der Anflug eines Lächelns:*

*„Manchmal sind Sie beneidenswert jung. Sie sind ein Idealist, Abbe. Mit Idealismus allein kommt man nicht sehr weit, glauben Sie einem alten erfahrenen Mann. Ich meine es wirklich gut mit Ihnen und würde Ihnen empfehlen, doch noch einmal darüber nachzudenken. Ich bin sicher, dass Sie einmal großen Erfolg haben werden. Aber warum machen Sie sich den Weg so schwer, wenn er über die Gesellschaft doch viel leichter ist!“ [9: 61]*

Професор називає Аббе ідеалістом, а ідеалізм, на його думку не принесе Ернсту нічого хорошого (*Sie sind ein Idealist, Abbe. Mit Idealismus allein kommt man nicht sehr weit.*) та наголошує, що той ще досить молодий (*beneidenswert jung*). Та не дивлячись на всі ці недоліки особистості Ернста Аббе, адресант впевнений у своєму учневі та у тому, що той обов'язково досягне успіху (*Ich bin sicher, dass Sie einmal großen Erfolg haben werden*).

„*Meinen Sie?*“ *fragte Abbe zurück. „Ich glaube nicht an die Gesellschaft. Ich glaube nur an meine Aufgabe“* [9: 61].

Під кінець розмови видно, що адресат заспокоюється, погоджується із цінними вказівками професора щодо вибору свого життєвого шляху (*Aber warum machen Sie sich den Weg so schwer, wenn er über die Gesellschaft doch viel leichter ist!*) і починає вірити в себе (*Ich glaube nur an meine Aufgabe*). Саме з допомогою правильно відібраної оцінної лексики під кінець розмови досягнуто порозуміння, а ситуація мовлення переходить із конфліктної у консенсусну.

Суб'єктом оцінки у запропонованому дискурсі виступає професор, а об'єктом – його молодий підлеглий. Оцінна діяльність ініціатора дискурсу поширюється тільки на ситуативно необхідні напрямки дискурсивного розвитку. Адресант із більшим життєвим досвідом тримає у своїх руках увесь хід розмови, відкрито оцінює свого партнера по комунікації, не боїться докорів із його сторони, вступає в процес комунікації з метою переконання адресата у неправильності прийнятих ним рішень, натякає на те, що не всі колеги розділяють його думку (ніхто крім нього не запрошує молодого вченого до себе додому на обід) і досягає поставленої перед собою мети. Опора на позитивну оцінку особистісних рис адресата є ефективними засобами мовленнєвого спонукального впливу на нього. Проблему допомагають вирішити такі прагматичні пресупозиції як оцінка мовцем спільного фонду їх знань та спільні інтереси, а також вміння організувати висловлення відповідно до того, на чому він акцентує свою увагу (у нашому випадку це впертість партнера по комунікації). Адресат як об'єкт оцінки у діалогічному дискурсі сприймає передану йому інформацію, інтерпретуючи її у певний спосіб, сприймає цю оцінку та погоджується з адресантом.

Отже, на основі сказаного, можна дійти такого висновку. Оцінка у діалогічному дискурсі може бути зумовлена: типом суб'єкта оцінки, типом об'єкта оцінки, позицією оцінного висловлення у діалогічному дискурсі, соціальним статусом обох комунікантів, індивідуальним стилем адресанта тощо. Фактору адресата відводиться ключова роль у дискурсі, бо саме від його сприйняття чи несприйняття оцінної мовленнєвої діяльності адресанта як суб'єкта оцінки і залежить подальший розвиток комунікативних подій та визначається тип ситуації спілкування. Позитивна оцінка адресата визначає у конкретній комунікативній ситуації емоційне спрямування його мовленнєвої і немовленнєвої поведінки та посилює комунікативний вплив. Комунікативний успіх дискурсної взаємодії настає тоді, коли оцінка комунікантами одних і тих самих феноменів збігається, але не на рівні конситуації як такої, а на рівні уявлень про неї та її оцінки.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата. // Изв. АН СССР. Сер. литературы и языка. – 1981. – Т. 40, №4. – С. 356-361.
2. Бачевич Ф.С. Основы коммуникативной лингвистики: Підручник. – К.: Академія, 2004. – 344 с.
3. Ивин А.А. Основания логики оценок. – М.: Изд. Московского ун-та. – 1970. – 231 с.
4. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: ИТДГК „Гнозис“, 2002. – 333 с.
5. Почепцов Г.Г. О коммуникативной типологии адресата // Вісник Харківського національного університету. Сер. Романо-германська філологія. – Х.: Константа. – 2006. – № 741. – С. 216-218.
6. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
7. Семчинський С.В. Загальне мовознавство. Видання друге, перероблене і доповнене. – К.: АТ „ОКО“, 1996. – 416 с.
8. Meibauer J. Pragmatik. Eine Einführung. Zweite, verbesserte Auflage. – Tübingen: Stauffenburg Verlag, 2008. – 208 S.
9. Sponzel H. Made in Germany: die dramatische Geschichte des Hauses Zeiss.-Gütersloh: C. Bertelsmann Verlag, 1957.–336 S.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Леся Овсієнко – аспірантка кафедри німецької філології Київського національного лінгвістичного університету.  
*Наукові інтереси:* дискурс, прагматичні та семантичні складові діалогічного дискурсу.

**ЕМОТИВНІСТЬ ЯК ПРАГМАТИЧНИЙ ФАКТОР КОМУНІКАЦІЇ****Олена ПОПОВА (Суми, Україна)**

*У статті подаються основні термінологічні визначення з посиланням на результати сучасних досліджень у сфері комунікативної лінгвістики, досліджується комунікативний акт з подальшим залученням концепту емотивності як невід'ємного фактору мовлення.*

*The article gives main terminology which includes the references to the results of the modern investigations within communicative linguistics, it researches communicative act using the concept of emotionality as an integral factor of speech.*

Лінгвістика ХХІ століття все більше набуває комунікативних рис, адже на перший план висувається мета – дослідження комунікативної взаємодії індивідів, що розраховано на їх діалогічне порозуміння у співвідношенні з параметрами мови, середовища, культури. Даний процес та сама форма організації є досить складними та багатограними утвореннями, дослідженнями яких займалися: В. фон Гумбольдт, Потебня О.О., Дж. Серль, Виноградов В.В., Почепцов Г.Г., Е. Гроссе, Шаховський В.І., Бейкер Л.Л., Селіванова О.О., Грушевицька Т.Г. та ін.. Якщо комунікація, як лінгвістичне явище, досить активно почала досліджуватися вченими у ХХ столітті, то емотивний фактор, як невідокремлювана одиниця комунікації, залишався у тіні. Стаття має на меті проаналізувати основні складові комунікації, вивчити значущість прагматичного компонента та віднайти місце емотивності у ньому. *Предметом* даної статті виступає емотивність як невід'ємна складова суб'єктивного пізнання оточуючого світу. *Об'єктом* – комунікативний акт та місце прагматичного аспекту у ньому. Актуальність обраної тематики визначається подальшим заглибленням у вивченні комунікативної лінгвістики, адже вчені-лінгвісти обґрунтовують неоднозначність дефініції терміну «комунікація» розмаїттям цілей, які переслідує адресант, багатством способів передачі інформації, способом адресованості інформації. Так, Почепцов Г.Г. в першу чергу вважає за потрібне звернути увагу на наявність рівнів комунікації: комунікативний, який розуміється стандартно, та метакомунікативний, який задає модус подальшої комунікації [7]. Стандартно комунікативний рівень – це спектр лексичних одиниць для позначення реалій життя, які збагачують словник, і за допомогою яких можна створити безкінечну кількість повідомлень, а от метакомунікативний рівень – це певний жанр, певний тип дискурсу, оскільки метакомунікативні правила вимагають в одних випадках породжувати інформацію, а в інших – тільки отримувати її. Певні мовленнєві ритуали зумовлюють у даному сенсі нашу поведінку [7]. Таким чином, вербальна комунікація просто неможлива у чистому вигляді, адже вона включає дві фази: психолінгвоментальну діяльність адресата та адресанта, що базується на суб'єктивному аналізі ситуації адресатом та адресантом. Селіванова О.О., підтримуючи думку про неможливість самостійного існування вербальної комунікації, посилається на її взаємодію з невербальною на рівні когнітивної діяльності, оскільки навіть читання тексту невідомого автора потребує постійної діяльності свідомості читача, адже комунікація з боку адресата має на увазі не лише декодування семантики мовних знаків, але і розкриття глибинного змісту тексту, пресуппозицій, авторських стратегій, залучення фонових знань [8] та, посилаючись на рівневий розподіл комунікації за Почепцовим Г.Г., врахування самої ситуації спілкування [7]. Процес комунікації найлегше представити в його простій формі: повідомлення та передачу певної інформації, де будь-яка інформація передається за допомогою тієї чи іншої системи знаків. Для здійснення даного процесу необхідна наявність наступних складових: адресант, адресат та посередник [5]. Взаєморозуміння між адресатом та адресантом у даному разі можливе за умови, якщо учасники комунікації володіють спільними кодами інтерпретації певних знаків. Таку модель, яка в лінгвістиці є досить розповсюдженою, називають лінійною. Але вона не вважається достатньо ефективною, оскільки комунікативний акт не може представляти собою однонаправлений процес. Тому, вважається за потрібне розглядати інтерактивну модель з елементами трансакційної, де під трансакційною розуміють комунікацію як процес одночасного відправлення та отримання повідомлення комунікантами, інтерактивна або кругова модель включає елементи трансакційної та вимагає реакції комуніканта у відповідь

[5]. Виходячи з даного твердження, комунікативний акт представляє собою: породження тексту, передачу та його сприйняття.

Кожен з вище перелічених етапів на сьогоднішній день досить широко вивчається у різних спектрах лінгвістики, оскільки представляє собою багатоярусне нашарування і потребує знання не лише в сфері лінгвістики, а й психології, культурології, історії. Так, етап породження тексту «осуществляется от мотива, порождающего какую-либо мысль, к оформлению самой мысли, к опосредствованию ее во внутреннем слове, затем – в значениях внешних слов, наконец, в словах» [4: 375]. Даний процес має надзвичайно широкий перелік дефініцій, що відрізняються в залежності від особистих досліджень та вивчень лінгвістів, та від науки, яку представляє той чи інший вчений. В лінгвістиці даний процес включає етапи: «мотивування», «установки» (цілі), «інтенції», «внутрішнього програмування». Щодо правомірності існування даного розгалуження в сучасній лінгвістиці існують певні суперечки, адже кодування (процес зашифрування думок, почуттів, емоцій таким чином, щоб їх упізнав адресант [5]) відбувається на рівні, що поєднує свідоме з підсвідомим, лінгвістику з психологією та філософією. Так, деякі вчені дають трактування термінам «мотивування», «установка», «інтенція», «внутрішнє програмування», але змінюють послідовність їх взаємодії, інші ж взагалі виключають деякі з даних елементів з етапу породження тексту. «Мотив – это основная побудительная сила в психической деятельности, ... познавательно-эмоциональная психологическая система, выполняющая функцию регулятора поведения» [6: 58]. «Мотив» у процесі творення мови виконує роль неусвідомленого прагнення, поштовху; «установка» – це передсвідома готовність до комунікації; «інтенція» – передвербальне усвідомлене когнітивне прагнення мовлення, що веде до програми мовлення, вибору стилю, втілення загального плану тексту [9: 96], і безпосередньо свідомий когнітивний елемент породження тексту представляє «внутрішнє програмування», яке пов'язане з пошуком схеми майбутнього висловлювання та його мовного типу [10: 5].

Не зважаючи на прагнення представників психолінгвістики, філософії розділити процес породження мовлення на етапи, рівні, стадії, вважається, що такий розподіл несе суто умовний характер і слугує лише процедурою аналізу явища, оскільки в дійсності дані етапи реалізуються паралельно, шляхом взаємодії всіх компонентів свідомості адресанта: мислення, почуттів, відчуттів, інтуїції і трансценденції [13]. У даному разі дійсно можна погодитись із тлумаченням лінгвістів, філософів, що породження тексту чи висловлювання включає два інтегровані механізми: свідому психічну діяльність та автоматичну несвідому, яка використовує вже готові формули та кліше, що закріпилися в пам'яті адресанта.

На рівні передачі інформації в нагоді стає все лексичне, стилістичне багатство мови, коли відбувається перехід від внутрішнього програмування до зовнішнього мовлення. Використання мови здійснюється у формі окремих висловлювань (усних чи письмових), які відображають специфічні умови та цілі сфери діяльності людини не лише за допомогою змістовного (тематичного) та мовного стилів, тобто шляхом добору лексичних, фразеологічних та граматичних засобів мови, а й композиційним побудуванням, врахуванням зовнішньо-ситуативних (дискурсивних) факторів, що впливають на умови та якість мовлення. «Все эти три момента – тематическое содержание, стиль и композиционное построение – неразрывно связаны в целом высказывании и одинаково определяются спецификой данной сферы общения» [3: 237]. Кожне окреме висловлювання є індивідуальним, але кожна сфера використання мови випрацьовує свої відносно стійкі типи таких висловлювань та норм вживання мови, які Бахтін М.М. називає мовленнєвими жанрами [3], а у Почепцова Г.Г. знаходимо їх втілення на метакомунікативному рівні [7]. Третім елементом комунікативного акту є прийом (декодування) інформації адресатом. декодування – це процес отримання та інтерпретації повідомлення, що людина одержує ззовні, він пов'язаний з розшифруванням символів, що складають повідомлення [5]. Процес сприйняття тексту також має свої етапи, розподіл та найменування. Підсумовуючи основні гіпотези, запропоновані в роботі О.О. Селіванової можна перелічити наступні ступені в процесі прийому інформації: безпосереднє сприйняття, яке виконує роль апперцепції семантичного змісту висловлювання; розуміння, тобто співвіднесення отриманої інформації

із власними знаннями адресата (знаннями мови, наявністю власного життєвого досвіду, розумінням дискурсивної ситуації); інтерпретація – власна адресатна вербалізація сприйнятого тексту [8]. Наявність ступеня інтерпретації підкреслює відсутність віддзеркалення авторських думок, оскільки свідомість не повторює, не дублює мовця, вона створює своє уявлення, свій зміст, а адресант і адресат не залишаються кожен в своєму світі, навпаки, вони сходяться у новому, третьому світі, світі комунікації і вступають в активні діалогічні відносини [2]. Саме таке бачення дає змогу пояснити все багатство лінгвальних, психологічних, емоційних реакцій реципієнта, підносить значущість лінгвопрагматики як такої.

Прагматична орієнтація мовленнєвих актів була врахована вже в кінці 80-их років. Поняття прагматики на сьогоднішній день розглядається досить широко. Прагматика (від грец. *pragma* – дія, діяльність) – це сфера досліджень в семіотиці (науці про знаки) та мовознавстві (науці про мову), де вивчається функціонування мовних знаків у мовленні [1]. Даний термін було вперше введено в 30-х роках 20-го ст. Ч.У. Морісом як назву одного з розділів семіотики, яку він поділяв на наступним чином: семантика – відношення знаків до десигнату (денотату); синтактика – відношення знаків один до одного: та прагматику – відношення знаків до інтерпретатора [8]. Прагматика бере до уваги: 1) адресанта та його інтерпретаційну сутність, ті свідомі лінгвістичні та несвідомі лінгво-когнітивні процеси, що знаходяться під впливом культурного та дискурсивного факторів; 2) адресата, тобто перлокутивний акт і, як його результат за теорією О.Г. Почепцова, перлокутивний ефект [7], іншими словами – реакцію адресата, розуміння ним непрямого та прихованого сенсу висловлювання; 3) інтерактивність комунікантів, де звертається увага на форми мовленнєвої взаємодії, адже людина, вступаючи в розмову, прагне не лише зрозуміти, а й бути зрозумілою, тому тут відіграють важливу роль соціальні, психологічні, етикетні, особистісні фактори; 4) ситуацію спілкування, тобто вплив комунікативної ситуації на тематику та форми висловлювань, контекстуальний вплив [8]. Врахувавши чотири вищезазначені компоненти прагматики, варто глибше дослідити психологічні процеси підчас формування, продукування та сприйняття мовлення за наявності зовнішніх об'єктивних чинників, які в будь-якому разі викликають певну суб'єктивну емоційну реакцію адресанта та адресата.

Емотивний компонент представляє собою результат відбиття емоцій в слові в процесі їх вербалізації та семантизації, адже якщо повернутись до теорії походження мови, то тут виділяють: теорію божественного походження мови (ведійська, біблійна та інших релігій), теорію свідомого витворення мови людьми (авторами якої є давньогрецькі філософи, теорія «суспільного договору» в XVII–XVIII ст.), звуконаслідувальну теорію (стоїки Г.В. Лейбніц, Ш. де Бросс), трудову теорію (Л. Гейгер, Л. Нуаре). За однією з гіпотез відбувалося тривале поступове перетворення біологічно зумовлених неусвідомлюваних інстинктивних вигуків в осмислені звукові засоби комунікації давніх людей. Іншою об'єктивною передумовою формування мови була здатність предка людини відтворювати ряд спадково закріплених вигуків, які інстинктивно пов'язувалися з певними типовими для стада істотними життєвими ситуаціями – небезпекою, появою здобичі, зміною напрямку руху тощо. Поступово такі вигуки почали свідомо застосовуватися первісними людьми у зв'язку з відповідними діями, спочатку в самій трудовій ситуації, а згодом і поза нею як її позначення [14]. Отже, відповідно до даної теорії можна зробити висновок, що поштовхом до появи перших слів – звуків був оточуючий світ, який не міг не викликати хоч якихось емоцій, які, в свою чергу, необхідно було передати іншим представникам громади чи племені.

Під емоціями розуміють особливу форму ставлення людини до явищ дійсності, що зумовлена їх відповідністю або невідповідністю до потреб людини [11]. Емоції відображають не об'єктивні якості предметів світу, а їх значення для діяльності мовця, їх значення для мовця саме в конкретно обрану мить. «При этом речь идет о двоякой зависимости, поскольку чувство позволяет осуществить предметный контакт с конкретным телом, но в то же время демонстрирует психическую субъективность, которая соединена с телом как соматическим субъектом. Чувство или ощущение психически происходит в человеческом "я", и это происшествие как раз и демонстрирует субъективность. Эта демонстрация как бы разыгрывается перед сознанием, которое в противовес чувствам и ощущению сохраняет

свою собственную систему приоритетов и преимуществ» [12: 96]. Дане тлумачення ще раз наголошує на несвідомому психологічному процесі формування суб'єктивних тверджень, які підкреслюють багатоступеневість процесу породження висловлення. Якщо повернутись до теорій запропонованих вище, то в нагоді стає бачення вченого Дж. Серля, в якому маємо «мотив», «установку», «інтенцію»; саме «мотив» пояснюється як неусвідомлене прагнення, поштовх, що може бути скерованим певним зовнішнім фактором буття оточуючого світу, а вже «інтенція» – передвербальне усвідомлене когнітивне прагнення мовлення, що веде до програми мовлення, вибору стилю, втілення загального плану тексту [9]. Зіставляючи когніцію та емоції, Фр. Данеш відмічав, що когніція викликає емоції, а емоції впливають на когніцію, оскільки вони втручаються в усі рівні когнітивного процесу; вони є двома головними параметрами здібності людського розуму, досвіду з особистими та соціальними аспектами, вони тісно пов'язані один з одним: когнітивні процеси супроводжуються емоціями, а емоції когнітивно осмислюються [15]. Будучи соціально зумовленим, емотивний фактор слугує для індивідуального висловлення емоційної оцінки об'єктів світу, його реалізація відбувається в емоційних ситуаціях спілкування (існує думка, що будь-яке висловлювання емоційне, що не буває емоційно-нейтрального мовлення [15]) за допомогою емоційного типу мовленнєвих актів. Все це дозволяє вести розмову про особливий – емоційний – тип комунікації. Дослідження в сфері комунікативної лінгвістики, прагмалінгвістики просто не може бути повним без врахування даного типу комунікації, оскільки емоції – це невід'ємна частина когнітивної та мовленнєвої діяльності людини.

Таким чином, з точки зору психолінгвістики емотивність має своє місце. За допомогою раптового відчуття емотивна потенційність надає волі особливий матеріал, що враховує особливості місця, часу мовлення та включає певні характеристики адресата, вагомі у момент комунікації, а далі, вже за урахуванням «установки» та «інтенції» відбувається когнітивний процес, що переростає у «внутрішнє програмування», здійснюючи пошук схеми майбутнього висловлювання та його мовного типу. Емоції не лише перевіряються, але й маніфістуються мовою, свідомо демонструються, імітуються, провокуються мовцем. З цією метою вони концептуалізуються, вербалізуються і семантизуються мовою, що дозволяє виражати їх та говорити про них.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арутюнова Н.Д. Прагматика // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 586 с.
2. Бахтин М.М. Собрание сочинений: В 7 т. – М.: Русские словари, 1996. – 358с.
3. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 326с.
4. Выготский Л.С. Избранные психологические исследования. – М.: Учпедгиз, 1956. – 442с.
5. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 352с.
6. Дубров А.Г., Пушкин В.Н. Парапсихология и современное естествознание. – М.: Сов.-амер. предприятие Соваминко, 1990. – 269с.
7. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – К.: Ваклер, 2001. – 216с.
8. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. – К.: Брама, 2004. – 336с.
9. Серль Дж. Природа интенциональных состояний // Философия, логика, язык. – М.: Прогресс, 1987. – 329с.
10. Чел. фактор в языке: Язык и порождение речи. – М.: Наука, 1991. – 286с.
11. Шаховский В.И. Эмотивная семантика слова как коммуникативная сущность. Сб.: Коммуникативные аспекты значения. – Волгоград: Волгр. пед. ин-т, 1990. – 465с.
12. Шульц П. Философская антропология: Введение для изучающих психологию // О специфике человеческой эмоциональности. – М.: Наука, 1991. – 386с.
13. Юнг К.Г. Психологические типы. – М.: Университетская книга, 1996. – 384с.
14. Якушин Б. В. Гипотезы о происхождении языка. – М.: Наука, 1984. – 246с.
15. Danes Fr. Cognition and Emotion in the Discourse Interaction: A Preliminary Survey of the Field // Preprints of the Plenary Session Papers. – XIV International Congress of Linguists Organized under Auspices of CIPL, Berlin 10–15. August, 1987. – 448 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Олена Попова** – аспірантка кафедри теорії та практики перекладу Сумського державного університету.  
*Наукові інтереси:* інтралінгвістичні процеси сучасної англійської мови.

## ГЕНДЕРНІ МАРКЕРИ МОВЛЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДІЯЧА

Антоніна ПРОКОПЕНКО (Суми, Україна)

*Стаття висвітлює питання гендерної диференціації мовлення крізь призму вербальної поведінки політичних діячів. На основі аналізу вербальної поведінки розкрито гендерно марковані мовленнєві властивості політиків, які характеризують маскулінні та фемінінні категорії у контексті політичних відношень.*

*The article deals with the problem of gender differentiation of politicians' speech. It gives the analysis of politicians' verbal behaviour, studies the gender specifics of women- and men-politicians, characterizes masculine and feminine categories in the context of political relations.*

Питання мовленнєвої комунікації та мовленнєвого впливу є вельми актуальним у багатьох доменах сучасної науки. Це пояснюється високим розвитком політичних, міжкультурних та економічних відносин у сучасному світі та прагненням сучасного суспільства до вдосконалення та розвитку ефективної людської діяльності у всіх сферах буття. Розширення міжкультурних відносин призводить до превалювання політичного спілкування на тлі кроскультурної комунікації. На політичну арену виходять нові люди, для яких політичне мислення та його вербалізація виступають новим мовленнєвим досвідом. Інший, новий зміст набуло мовлення політичних діячів. У зв'язку з цим необхідно враховувати лінгвістичні та психологічні особливості міжкультурного політичного спілкування. Наразі **актуальним** у даному дослідженні є вивчення вербальних характеристик політичних діячів з акцентом на гендерну приналежність.

**Предметом** вивчення виступають особливості вербальної поведінки жінок- та чоловіків-політиків.

**Об'єктом** даного дослідження є мовленнєва поведінка політичних діячів, жінок та чоловіків, що є репрезентованою у текстах англomовного політичного інтерв'ю.

**Матеріал** дослідження складають тексти політичного інтерв'ю та виступи політиків, зафіксовані в американських та англійських засобах масової комунікації.

**Метою** статті є аналіз лексико-стилістичних засобів організації англomовної політичної комунікації. У зв'язку з даною метою поставлені наступні **завдання**: проаналізувати основні теоретико-методологічні та концептуальні основи вивчення гендерної лінгвістики; на матеріалі текстів політичного інтерв'ю виявити гендерні маркери мовлення політичних діячів та встановити можливість визначення статевої приналежності політичного діяча на основі його комунікативних ознак; порівняти лінгвістичні особливості мовлення жінок- та чоловіків-політиків.

**Постановка загальної проблеми та зв'язок з науковими завданнями.** Дослідження виконано в рамках дисертаційної роботи на тему "Політичне інтерв'ю: структурно-семантичний та комунікативно-прагматичний аспекти (на матеріалі сучасного англomовного медіадискурсу)."

**Наукова новизна** полягає у виявленні на основі фактуального матеріалу домінуючих гендерних маркерів вербальної поведінки політичних діячів. Дане дослідження розширює та уточнює поняття гендеру, гендерної диференціації та гендерних маркерів мовлення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Протягом останніх десятиліть гендерні дослідження набули стрімкого розвитку та пріоритетного значення у вітчизняній та світовій лінгвістиці. Про це свідчить антропоорієнтованість сучасної лінгвістичної парадигми, в центрі уваги якої знаходиться людина. У зв'язку з цим у царині лінгвістики під об'єктом дослідження опинилися роботи, що присвячені вивченню впливу гендеру на мовлення людини, вербальної поведінки чоловіків та жінок, проблеми гендерної диференціації мовлення. Серед зарубіжних представників гендерної лінгвістики можна назвати таких як, Р. Лакофф, Д. Камерон, Б. Прайслер, Ф. Сміт, О. Єсперсен, Д. Спендер, М. Адлер, Д. Таннен та багато інших. Щодо вітчизняних дослідників, то тут відомі праці М.А. Китайгородської, О.І. Горошко, О.А. Земської, А.В. Кириліної, А.П. Мартинюк, Н.Н. Розанової, І.І. Халєєвої, В.В.Потапова, І.Г. Ольшанського та інших.



У домені сучасних лінгвістичних досліджень активно вивчається політичний дискурс. Основною задачею цих студій є розкриття механізмів складних кореляцій “мова влада” (в особі політичних діячів). У вивченні взаємозв’язку мовлення та політики превалює прагмалінгвістичний підхід, за допомогою якого вивчаються особливості вербальної поведінки політичного діяча. Критерієм оцінки прагмалінгвістичного аспекту мовленнєвої діяльності є вдалість вибору відправником тексту лінгвістичних одиниць. Вибір необхідної для адресанта одиниці мовлення визначається ситуацією спілкування, цілями та мотивами, які є екстралінгвістичними факторами обґрунтування цього вибору. Політичний дискурс базується на ситуації, що визначається специфічними політичними діями, за допомогою яких політичні діячі регулюють виробництво функціонування суспільства в цілому та розповсюджують суспільно-політичні ідеї за допомогою мови з метою боротьби за владу. Основний компонент системи політичної комунікації – це політик (відправник тексту). Головною задачею політика у комунікаційному акті є вплив на одержувача інформації з метою привернення його на свій бік, нав’язування своїх політичних поглядів та переконань [6: 214].

При здійсненні політичної комунікації необхідно звернути неабияку увагу на вплив фактору гендеру на мовлення спічмейкера разом з вивченням загальних проблем жіночої та чоловічої вербальної поведінки. Вивченням питання впливу гендеру на мовлення людини займається гендерна лінгвістика, яка трактується як наука, що вивчає залежність функціонування мови від гендерних розбіжностей, які виявляються у процесі вербальної комунікації й зумовлені статтю індивіда. Гендер як елемент сучасної наукової моделі людини відображує соціальні, культурні й психологічні аспекти статі, тобто є комплексом соціально-культурних явищ, що співвідносяться зі статтю індивіда і відображуються у мовленні [1].

Поняття “гендер”, яке увійшло в науковий вжиток як альтернатива поняттю “стать”, порушило традиційний, патріархальний підхід до розуміння чоловічого й жіночого становища в суспільстві. Цей концепт, на відміну від поняття “стать”, що фіксує біологічні детермінанти статевих відмінностей, торкається психологічних, соціальних і культурних відмінностей між чоловіком і жінкою, вказуючи на їх соціальне походження [2: 7]. Гендер – це складний соціокультурний конструкт, який відображає відмінності в ролях, поведінці, ментальних і емоційних характеристиках між чоловічим і жіночим. У рамках цього підходу гендер розуміється як організована модель соціальних відносин між жінками і чоловіками, яка не тільки характеризує їх спілкування і взаємодію в сім’ї, а і визначає їх соціальні відносини в основних інституціях суспільства [3]. Гендер, таким чином, трактується як один з базових вимірів соціальної структури суспільства, який разом з іншими соціально-демографічними і культурними характеристиками (раса, клас, вік) організує соціальну систему.

Стрижневу роль у презентації гендерної соціокультурної інформації у процесі гендерної соціалізації індивіда відіграють різнорівневі гендерно марковані одиниці, тобто одиниці, що фіксують статеву належність референта. Гендерно марковані одиниці, позначаючи референтів чоловічої й жіночої статі, актуалізують у дискурсі весь асоціативний потенціал, що відбиває історично сформований соціокультурний зміст когнітивних категорій маскуліності і фемініності, тобто уявлення про сукупність типових і/чи бажаних анатомо-біологічних, емоційних, психічних, соціокультурних і поведінково-психологічних характеристик, асоційованих з належністю індивіда до чоловічої чи жіночої статі в певній лінгвокультурі [5: 111].

Ефективність політичного діалогу в системі “політик – потенційний прибічник”, – дієвість “зворотного зв’язку” можна підвищити на основі науково встановлених особливостей ведення політичного діалогу, використання маркерів комунікативного успіху – лексичних, граматичних, стилістичних, соціально-культурних та зокрема гендерних, правильний підбір яких дозволяє перетворити у “свою” будь-яку аудиторію, навіть у випадку “змішаного” в аспектах статі та соціальних інтересів складу її учасників. З іншої сторони, знання політиком гендерних маркерів мовленнєвої поведінки та вдале їх застосування у процесі політичної комунікації дозволить усунути або мінімізувати можливий негативний

вплив мовленнєвого повідомлення, пов'язаний з біологічною статтю автора. Мовленнєві маркери текстової форми політичної комунікації репрезентують маскулітні/фемінітні характеристики автора інтерв'ю й можуть використовуватися як засіб оптимізації соціально-політичного діалогу, коли в залежності від конкретних умов ситуації спілкування автор навмисно підсилює або мінімізує існуючі статево-мовленнєві відмінності.

Жіноче та чоловіче мовлення має свої особливості, відмінні та подібні риси. Мова не тільки виражає культурні погляди на гендер, але і утворює гендерну ідентичність особистості. Наша манера спілкування визначає нас як жінку, або як чоловіка. Загалом, ми самі створюємо свій гендер через розмову. Саме тому ми повинні брати до уваги певні відмінності, що виникають у процесі спілкування чоловіка і жінки. Культура спілкування існує тоді, коли мовці бачать зв'язок між цілями спілкування, методами їх досягнення та шляхами інтерпретації спілкування [4: 168]. В західних культурах для типово чоловічої поведінки характерними вважаються такі риси, як активність, рішучість, прагнення до змагання та досягнень, для жіночої – пасивність, нерішучість, комфортність, залежність, відсутність логічного мислення та прагнення до досягнень. Але все це стереотипи, тому іноді не відповідають дійсності. Жіночу мовну поведінку характеризують також як ввічливу й гіперкоректну, як більш “гуманну”. На думку дослідників [5: 113] це проявляється в тому, що жінки частіше використовують емфазу, частіше чоловіків ухиляються від прямої відповіді на запитання, жінки схильні до вживання престижних, стилістичних підвищених форм, книжкової лексики, ввічливих форм, аніж чоловіки. Мова чоловіків “компактніша”. Чоловіки в ситуації змішаної комунікації розмовляють більше, ніж жінки, перебивають жінок, задають напрямок розмови. На морфологічному рівні дослідниками також відзначається ряд особливостей. Так, дієслів у мові чоловіків набагато менше, але чоловіки виявили чітку преференцію до використання дієслів недоконаного виду в активному стані. Статистично значимими для чоловічої писемної мови стали співвідношення вживань “іменників до дієслів” (на користь іменників) і “прислівників до прикметників” (прикметники зустрічаються частіше прислівників).

Гендерні маркери мовлення політичних діячів об'єктивуються у стилістичних, лексичних, синтаксичних, культурно-соціальних характеристиках елементів текстової комунікації. Таким чином, на прикладі інтерв'ю політичних діячів було виявлено, що фемінітні маркери мовлення проявляються у вживанні жінками-політиками таких засобів організації комунікації:

– порівняльні звороти (*Princess Diana: “You see yourself as a good product that sits on a shelf and sells well”, “I was thick as a plank...”, “... people were using my bulimia as a coat on a hanger”* [7]; *Condoleezza Rice: “I’m as impatient as anyone...”, “And that’s as good a basis as any ...”* [8]);

– цитування (*Princess Diana: My husband said, “Go over to the other side and speak to them”, ...and William said, “Mummy, I think you’ve been hurt”* [7]; *Condoleezza Rice: The driver said, “Oh, a man with a machine gun...”* [8]);

– усталені звороти (*Princess Diana: “...your self-esteem is at a low ebb”, “I was at the end of my tether”, “...my husband would hold more cards than I would”* [7]; *Condoleezza Rice: “... who were trying to bring the system down”, “If by radical change people men is he going to drop that goal?”* [8]);

– питальні, риторичні, розділові речення (*Princess Diana: “But, who knows?”, “Our boys – that’s what matters, isn’t?”* [7]; *Condoleezza Rice: “And do I really want to pay the price of an Iranian nuclear weapon?”, “You know, how would we do this?”* [8]);

– повтори (*Princess Diana: “... yes I did, yes I did”, “A long time, a long time...”, “I goes on and on and on...”, “They’ve been so force-fed with marital problems, whatever, whatever, whatever, that they’re fed up”* [7]; *Condoleezza Rice: “Before the war, before the war...”* [8]);

– перифрази (*Princess Diana: “... there was a lot of anxiety going on within our four walls”, “I’d like to be a queen of people’s hearts...”* [7]);

– паралелізми (*Princess Diana: “I sit here with hope because there’s a future ahead, a future for my husband, a future for myself and a future for the monarchy”* [7], *Condoleezza Rice: “I*

*assume they'll act, I assume they'll do it", "We can help. We can support. We can do a lot of things..." [8]);*

– модальні конструкції (*Princess Diana: "... if you can have rampant bulimia..."*, *"I think every strong woman in history has had to walk down a similar path" [7]; Condoleezza Rice: "You may have noticed that the Israeli Prime Minister..." [8];*

– вставні конструкції (*Princess Diana: "It was so, you know, if we are going..."*, *"Well, ..."*, *"So, ..." [7]; Condoleezza Rice: "Now, to be fair, ..."*, *"... which has been, by the way, a demand..." [8];*

– вигуки (*Princess Diana: "Mmm..."*, *"Uh,uh..."*, *"...er..."*, *"Yup, we did" [7]; Condoleezza Rice: "Mm-hmm, ..."*, *"Oh, ..."*, *"Gee." [8].*

Також жінки-політики у своєму мовленні вживають терміни (*Princess Diana: "post-natal depression..."*, *"...bulimia..." [7]; Condoleezza Rice: "...nuclear weapons..."*, *"...disarmament..."*, *"Military alliance..."*, *"...repression..."*, *"...extremists..." [8]*), аббревіатури (*Condoleezza Rice: "NATO..."*, *"UN Security Council..."*, *"...GCC..."*, *"CoCom..."*, *"...WMD..."*, *"ІАЕА..." [8]*), маловживані форми (*Condoleezza Rice: "...militia..."*, *"...refusenik..." [8]*), скорочені (*Princess Diana: "...albeit..."*, *"...fridge..." [7]*) та розмовні слова (*Princess Diana: "...basket-case..."*, *"...yeah" [7]*), що, на думку багатьох вчених, є характерним для чоловічого мовлення.

Маскулінні маркери мовлення проявляються у вживанні чоловіками-політиками таких засобів організації комунікації:

– термінологічна та професійна лексика (*Barack Obama: "... inflation was actually negative"*, *"... if you have health insurance,..."*, *"... it's going to be deficit neutral"*, *"My critics say everything is a tax increase" [9]; Joe Biden: "... we'd have combat troops out of the cities"*, *"What we offered the prime minister, as well as the speaker, as well as the two vice presidents..."*, *"the chairman of the Joint Chiefs of Staff, the secretary of state, the secretary of defense, the national security adviser..." [10];*

– абстрактні іменники (*Barack Obama: "... as well as bringing peace and stability"*, *"... it is a form of collaboration based on honesty, sincerity..." [9]; Joe Biden: "... we abhor the violence that took place"*, *"... it's now our responsibility" [10];*

– негативні речення (*Barack Obama: "... there some people who don't like me because of my race"*, *"... you don't – you don't get – you don't get time on the nightly news" [9]; Joe Biden: "... we cannot dictate to another sovereign nation what they can and cannot do..."*, *"I don't know what prompted her decision to not only not run again and ..." [10];*

– прецизійна лексика (*Barack Obama: "Health care premiums went up 5.5 percent last year"*, *"You and I are both paying \$900..."*, *"There are essentially private HMOs..." [9]; Joe Biden: "The United Nations has started a process..."*, *"... we are now only about 120 days into the recovery package" [10].*

У результаті дослідження вербальної поведінки політичних діячів було з'ясовано, що вона має гендерну маркованість, яка виражається у приналежності до категорій фемінінності та маскулінності. Гендерні маркери мовлення політичних діячів складають як типологічні фонетичні та лексико-стилістичні аспекти, так і специфічні, конкретно мовленнєві, культурно-обумовлені фонетичні та лексико-стилістичні аспекти, які позначені інтонацією та іншими невербальними засобами впливу на аудиторію. У мовленні політиків присутні специфічні індивідуальні (для жінок та чоловіків) лексико-стилістичні та фонетичні маркери. До лексико-стилістичних маркерів належать метафори, алюзії, цитування, термінологія, іронія, повтори, паралелізм, інверсія та інші, до фонетичних – інтонація. Особливості мовлення жінок-політиків, як і чоловіків, виявляються у стратегії ведення розмови, її тематичній спрямованості та способі організації висловлювання. Відмінності в поведінці, характерах чоловіків і жінок, їх нерівне становище в суспільстві мають не природжений характер, а, будучи сконструйовані суспільством, вони постійно відтворюються за допомогою його символів і норм. Таким чином, вербальна поведінка жінок- та чоловіків-політиків має диферентні характеристики, але ця різниця у їх мовленні має ймовірний характер, демонструючи різноманітність властивостей маскулінності й фемінінності, їх залежність від системи гендерних і культурних норм, а також велику кількість

індивідуальних характеристик, які не збігаються з нормативною моделлю та труднощами систематизації фактуального матеріалу.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Борисенко Н.Д. Лексичні засоби загальної оцінки у мовленні персонажів сучасної британської драми (гендерний аспект) // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2004. – №16. – 1-3.
2. Гендер: реалії та перспективи в українському суспільстві: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м.Київ, 11-13 грудня 2003 р., додаткове видання). – Київ: ПЦ “Фоліант”, 2004. – 70 с. – ISBN 966-8474-18-X.
3. Гендер. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%80>
4. Гоца Н.М. Гендер у перекладі: історичний розвиток, основні аспекти та особливості вивчення // Вісник Житомирського державного університету. – 2009. – №45. – С. 168-171.
5. Мельник Ю.П. Об’єктивація гендерних стереотипів у сучасній лінгвістичній науці // Вісник Житомирського державного університету. – 2009. – №45. – С. 110-114.
6. Самарина И.В. Прагмалінгвістическое исследование речевой деятельности политиков по коммуникативным стратегиям “Создания круга своих и круга чужих” // Вестник СамГУ. – 2006. – №8(48). – С.213-219.
7. BBC1 Panorama interview with the Princess of Wales, Broadcast in November 1995. Режим доступу: <http://www.bbc.co.uk/politics97/diana/panorama.html>
8. The Secretary of State talks about the crises we face, and what we need to do. Interview by William Beaman and Conrad Kiechel. Режим доступу: <http://www.rd.com/your-america-inspiring-people-and-stories/interview-with-condoleezza-rice/article28523-2.html>
9. ABC News, this week George Stephanopoulos interview with president Barack Obama. Sept. 20, 2009. Режим доступу: <http://abcnews.go.com/ThisWeek/Politics/transcript-president-barack-obama/Story?id=8618937&page=3>
10. ABC's George Stephanopoulos Goes Behind the Scenes with Vice President Joe Biden in Iraq. Interview. July 5, 2009. Режим доступу: <http://abcnews.go.com/ThisWeek/Politics/Story?id=8002421&page=1>

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Антоніна Прокопенко – аспірантка кафедри перекладу Сумського державного університету.

*Наукові інтереси:* структурно-семантичні та комунікативно-прагматичні аспекти сучасного англомовного медіадискурсу.

## АКСІОЛОГІЧНА МОДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ЗМІСОВОЇ ТА СТРУКТУРНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСНОВНОЇ ЧАСТИНИ ІНТЕРВ'Ю

Ольга СУШКЕВИЧ (Кіровоград, Україна)

*Стаття присвячена проблемі аналізу аксіологічної модальності в системі цілісності та зв'язності основної частини інтерв'ю з англо- та україномовними творчими особистостями. Наводяться та порівнюються способи змістового та структурного поєднання функціонально-модальних блоків.*

*The paper deals with the analysis of value modal in the system of coherence and cohesion of the body of the interview with English- and Ukrainian-speaking creative personalities. The meaning and structural connection means of functional-modal blocks are provided and compared.*

Модальність як вираження мовцем ставлення до повідомлення та співвідношення останнього з дійсністю виступає категорією, що конституює текст, постає чинником цілісності та зв'язності, експлікує постать мовця. Функціональність аксіологічної модальності в інтерв'ю як односпрямованому діалозі виявляється у виявленні позиції інтерв'юера, точки зору щодо піднятих питань зогляду на ціннісну установку інтерактантів та незримо присутнього читача. **Актуальність** розгляду даного виду модальності в основній частині інтерв'ю визначається тим, що у фазі розвитку інтерв'ю зосереджуються головні та другорядні (допоміжні) теми обговорення, при висвітленні яких перетинаються ціннісні установки журналіста, респондента, читача й «третього джерела», на позиції якого опираються співрозмовники (категорія авторитетності). Відповідно, за таких умов аксіологічна модальність набуває полімодального вигляду.

На сучасному етапі лінгвістичних досліджень науковці звертаються до проблеми функціональності та засобів вираження аксіологічної модальності в тексті, зокрема, у діалозі, а також до текстотворчого потенціалу модальності (В.П. Руднев [4: 8-23], Гончарова Н.В. [1], Соловьева Л.Ф. [5], Шведова Н.Ю. [6: 72], Конюшкевич М.І. [3] та інші). Разом з тим, проблема аксіологічної модальності як чинника цілісності та зв'язності тексту дотепер не знайшла ґрунтового висвітлення в науці про мову.

Таким чином, ми ставимо за **мету** у даній статті прорівняти конструктивний потенціал аксіологічної модальності в основній частині інтерв'ю з англо- та україномовними творчими особистостями. Поставлена мета передбачає вирішення наступних **завдань**: окреслення понять «цілісність» та «зв'язність» тексту та інтерв'ю; представлення способів поєднання

мікрополів аксіологічної модальності з огляду на структурні та смислові аспекти; співставлення лінгвокультурних особливостей.

Отже, за визначенням Шведової Н.Ю. «діалог – це текст, якщо від відповідає характеристикам зв'язності та цілісності [6: 72]». Цілісність тексту передбачає його комунікативну та змістову організацію (тематичну, модальну, контекстуальну), а зв'язність – структурну. Власне загальна модальність тексту як вираження ставлення автора до того, що повідомляється, змушує сприймати текст не як сумму окремих одиниць, а цілісний твір [4: 8-23]. Так, модальність як категорія когерентності тексту співвідноситься в плані структурної зв'язності з вираженням модальних проявів мовців на рівні ключових аксіологем, що визначає формальну залежність компонентів інтерв'ю. У змістовому – з їх функціонально-семантичною поляризацією на рівні контексту тематичного та модально забарвленого фрагменту-блоку як складного синтаксичного цілого чи всього тексту основної частини [2: 542-543]. Таким чином, план вираження функціонально-семантичного поля суб'єктивно-об'єктивної аксіологічної модальності в основній частині інтерв'ю, що виступає у вигляді окремих модальних мікрополів зі своїм центром та периферією, визначається планом її змісту.

Основна частина інтерв'ю передбачає динамічний розвиток інтеракції комунікантів. Аксіологічна модальність постає фактором продукування діалогу. Адже дана категорія передбачає вираження в тексті ставлення мовців щодо того, що повідомляється з огляду на їхні ціннісні орієнтації. Таким чином, аксіологічна модальність як невід'ємна складова висловлювання викликає як репліку-стимул, так і репліку-реакцію, чергування яких на структурному рівні інтерв'ю виражається у ДС, ДА й цілому діалозі.

На змістовому рівні ціннісна модальність забезпечує цілісність діалогу за рахунок вираження даною категорією ставлень щодо предмету обговорення, теми. Так, на глобальному рівні організації інтерв'ю розгортається навколо певної макротемати. Разом з тим, розкриття макротемати передбачає підняття суміжних тем та мікротем, котрі розкриваються на рівні структурних компонентів односпрямованого діалогу. У свою чергу, тема розмови на тому чи іншому етапі співвідносна із певними цінностями, до яких вдається мовець задля вираження власної точки зору щодо піднятого питання. Відповідно, локальна тематична та модальна взаємозалежність виражається у тематично-модальному фрагменті-блоці (складне синтаксично-семантичне ціле).

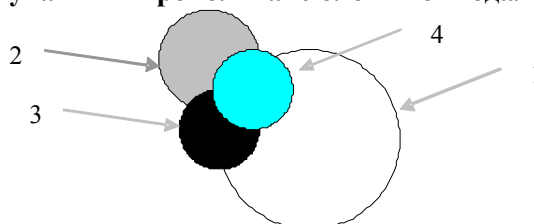
Змістовий рівень розкриття аксіологічної модальності базується на модальних оціночних засобах (лексичних, граматичних) та на не власне модальних засобах (непрямі засоби, функціонування яких не відповідає значенню «аксіологічний модальний модифікатор»).

Слід також відмітити, що в основній частині інтерв'ю аксіологічна модальність набуває вигляду полімодального простору, що співвідноситься з такими взаємоінтегрованими мікрополями модальності як:

1. мікрополе творчої особистості;
2. мікрополе журналіста;
3. мікрополе третього джерела, на яке посилаються співрозмовники при вираженні власного ставлення щодо обговорюваних питань (категорія авторитетності);
4. мікрополе читача.

Схема 1.

**Взаєморозташування мікрополів аксіологічної модальності інтерв'ю**



Разом з тим, глобальним чинником цілісності інтерв'ю є власне творча особистість в сумі своїх модальних проявів, з одного боку, та абстрактно присутній читач, з іншого. Інші ж

поля відіграють допоміжну роль для розкриття аксіологічних модальних проявів креативною особистістю.

В процесі розгортання інтерв'ю взаємодія та взаєморозташування модальних проявів може набувати різного характеру в залежності від комунікативної мети, ситуації спілкування, пропозиції, особистісних характеристик мовців та їх стану.

Загалом, межі модальних полів можуть співпадати з межами структурних одиниць діалогу-інтерв'ю – ДЄ чи ДА. Разом з тим, аксіологічна модальність може й виходити за їхні границі й характеризувати фрагменти-блоки, або ж весь текст інтерв'ю.

Аналіз фактичного матеріалу дозволив виділити декілька моделей розвитку аксіологічної модальності з огляду на зазначені мікрополя.

Табл. 1.

Моделі поєднання тематично-модальних блоків основної частини інтерв'ю

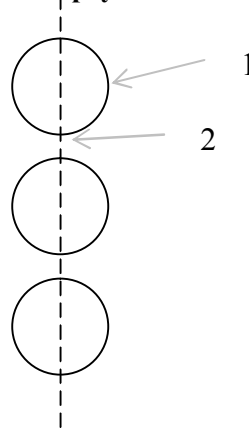
Моделі поєднання тематично-модальних блоків	УЛ		БЛ	
	к-сть випадків	%	к-сть випадків	%
<b>Чергування</b>	205	33,(3)	185	22,8
<b>Ланцюжкове зчеплення</b>	246	40	523	64,4
<b>Рамкове зчеплення</b>	164	26,(6)	104	12,8
Всього	615	100	812	100

Модель 1. Чергування тематично-модальних блоків

Аксіологічна модальність мовців поширюється в межах ДЄ та ДА чи фрагментів-блоків, не зв'язаних між собою. Фактором цілісності виступає власне постать творчого мовця та його діяльність. В рамках окремого тематичного блоку журналіст скеровує модальний прояв співрозмовника з опорою на певні аксіологеми, а творча особистість за принципом імплікативності, асоціативності та ситуативності доповнює аксіологічний ряд.

Схема 2.

## Розвиток аксіологічної модальності за чергування тематико-модальних блоків



- 1 – тематично-модальний блок;  
2 – прагматичний зв'язок блоків.

Прикладом такої моделі є стандартизоване інтерв'ю анкетного типу. Такі інтерв'ю типові для окремих сайтів таких як: «Інша література» [11] та «British Scholar» [7]. Аналіз україномовних інтерв'ю показав, що мікрополе аксіологічної модальності журналіста несе нейтральний характер та утворюється навколо ціннісного ядра, часом без залучення периферії. В той час як модальність респондента, опираючись на комунікативну позицію «третього джерела», сповнена особистісних модальних проявів, що охоплюють повний спектр аксіологічної модальності від негативного до позитивного. Для британського варіанту властива активніша участь журналіста у розмові, відповідно ступінь прояву та інтенсивність суб'єктивно-об'єктивної модальності вищий. Крім того, для британської лінгвокультури характерне явище комунікативного позитиву без різких перепадів від вкрай негативних до нарочисто позитивних модальних проявів, що наскрізно прослідковується в українській.

Спільною ознакою порівнюваних лінгвокультур є зверненість інтерв'юером та респондентом до мікрополів читача та «третього джерела». Наприклад:

<p>– <b>Ваше місце в українському літпроцесі.</b> Співпадає з місцем реєстрації. Дивлячись на те, що я, як <i>письменник – російськомовний</i>, то ж і сприймаюсь здебільшого як «акціонер» <i>української літератури</i> (тобто <i>учасник і провокатор різних акцій</i>), ніж саме письменник, що додає в літпроцес текстів, а не рухів [11]. (Виділення наші – О.С.).</p>	<p>What <u>materials</u> do you usually end up in <i>materializing your creative genius</i>? Is <u>material choice</u> considered from a <i>sustainable angle</i>? Willmer: <i>I love working with all materials, I have no prejudice and find no end of pleasure in discovering new combinations in their application.</i> For me <u>wood</u> is <u>the material</u> <i>I most appreciate from a sustainable perspective as its production can be achieved sensibly</i> and it's of range <i>recyclability</i> is far <i>greater than others</i> [9]. (Виділення наші – О.С.).</p>
--	---

Приклад з української лінгвокультури розпочинається реплікою-стимулом, в ядерній позиції якого розмістилась аксіологема *український літпроцес*, а у периферії *ваше місце*. Зогляду на особистісну спрямованість репліки журналіста репліка-реакція переміщує периферію в ядерну позицію. Аксіологічна модальність вихідної репліки – нейтральна через відсутність оціночних модальних маркерів. Ціннісна модальність творчої особистості несе неоднозначний негативно-сатиричний, іронічний характер. Аксіологічна модальність розгортається за причинно-наслідковим сценарієм: *письменник російськомовний* → «акціонер» → *учасник і провокатор* → *додає текстів, а не рухів*. Розкриття ціннісної модальності відбувається за допомогою модальності «третього джерела», на що вказує маркер *сприймаюсь як*.

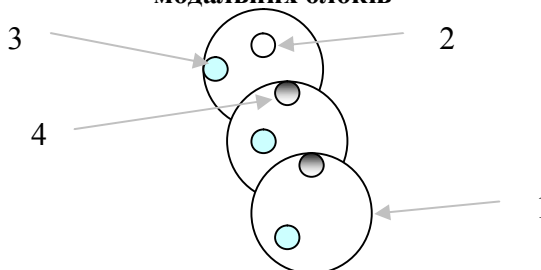
В центрі функціонально-семантичного поля аксіологічної модальності варіанту англійською мовою розмістилась аксіологема *materials*. Репліка-стимул направляє розвиток аксіологічної модальності респондента за допомогою периферії з позитивно-оціночними компонентами значення – *materializing your creative genius; sustainable angle*. Відповідно, модальність репліки-стимулу набуває пафосних експліцитних позитивних проявів.

*Модель 2. Ланцюжкове зчеплення тематично-модальних блоків.*

За даної моделі цілісність полімодального простору інтерв'ю забезпечується за рахунок динамічного переходу ціннісної периферії модальності одного функціонально-семантичного поля у ядро іншого. Такий механізм проявляється у тому, що модальний прояв творчої особистості, журналіста чи «третього джерела» стимулює відповідну модальну реакцію у співрозмовника. Так як ядро та тематичний центр розкриваються за рахунок периферії, то на певному етапі розмови сутність ставлення до певного питання вичерпується, натомість імплікативно привнесена периферія викликає нову когнітивну зацікавленість і заміщує ядро у новому функціонально-модальному полі. При чому подібне заміщення може відбутися вже у вихідному функціонально-модальному полі.

Схема 3.

**Розвиток аксіологічної модальності за ланцюжкового зчеплення тематико-модальних блоків**



- 1 – аксіологічний тематико-модальний блок;
- 2 – ядро;
- 3 – периферія;
- 4 – перехід периферії у ядро.

Подібний розвиток інтерв'ю характерний для нестандартизованого інтерв'ю, коли висловлена думка адресанта породжує певну реакцію у адресата. За таких умов перебігу інтерв'ю за змістом та формою наближується до бесіди. Журналіст приймає активну участь в обговоренні, проте його роль обмежується одностороннім розпитуванням. Така особливість притаманна обом порівнюваним лінгвокультурам. Разом з тим, таке зчеплення більшою мірою притаманне британському варіанту. Наприклад:

<p>[...] Якою була твоя <u>мрія в дитинстві</u>, чи збулася вона?          – [...]          – [...]          – Думаю, що я сповнений сил і амбіцій для виступів у <u>більш іменитій команді</u>.          – А які <u>команди</u>, на твій погляд, <u>більш імениті</u>? Кого зараховуєш до тих <u>грандів футболу</u>, які можуть тобою зацікавитися [13]?          (Виділення та позначки наші – О.С.).</p>	<p>DIANA: [...] <i>it was isolating</i>, but it was also <u>a situation</u> where <i>you couldn't indulge in feeling sorry for yourself</i>: you had to either <i>sink or swim</i>. And you had to learn that very fast.          QUESTION: And <u>what</u> did you do?          DIANA: <u>I swam</u> [10].          (Виділення та позначки наші – О.С.).</p>
--	---

Фрагмент, що відображає цілісність блоків інтерв'ю в українському варіанті, демонструє перехід ціннісної периферії у ядерну позицію контексту. Так, модальне поле, в центрі якого розташовувалась аксіологема *мрія дитинства*, на певному етапі розгортання розмови заміщується на периферію *більш іменита команда*. У свою чергу, такий перехід дає новий поштовх як подальшій комунікації співрозмовників, так і розвиткові модальних проявів учасників інтерв'ю.

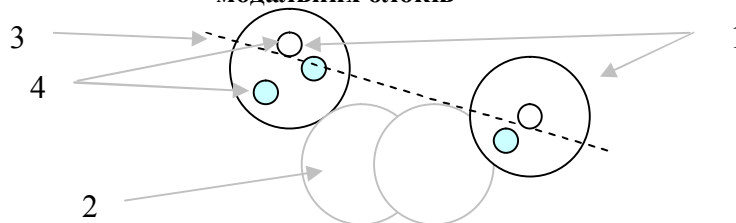
Приклад англійською мовою експлікує переживання, роздуми та оцінку складної життєвої ситуації британською принцесою, в центрі яких розташовується контекстуальна аксіологема *a situation*. Аксіологічна модальність початку передає занепокоєння респондента та хвилювання, проте ракурс модальності змінюється з переходом периферії у ядро *sink or swim* → *swim*. Фраза *I swam* життєстверджувальна й на фоні попередньої невизначенності аксіологічна модальність стає позитивною.

*Модель 3. Рамкове зчеплення тематично-модальних блоків аксіологічної модальності.*

За рамкового зчеплення аксіологічна модальність розвивається таким чином в полімодальному просторі основної частини інтерв'ю, що співрозмовники можуть повертатися до ставлень щодо раніше піднятого предмету обговорення з огляду на нову мікротему обговорення, асоціації, ситуативність. При цьому вихідний модальний прояв отримує поштовх до розвитку вже за нової ситуації. Таким чином, модальний простір стає відкритим завдяки циркуляції аксіологічної модальності. Рамкове зчеплення уможливується за рахунок поляризації аксіологічної модальності на різні аспекти певної макротемати, яка таким чином поглиблюється та розширюється.

Схема 4.

#### Розвиток аксіологічної модальності за рамкового зчеплення тематико-модальних блоків



- 1 – тематико-модальні блоки, поєднані за рамковим принципом;
- 2 – проміжні тематико-модальні блоки;
- 3 – валентний зв'язок;
- 4 – ядерний та периферійний елемент аксіологічної модальності.



Особливістю обох лінгвокультур є те, що рамковість аксіологічної модальності дозволяє по-новому осмислити раніше підняту проблему завдяки відволіканню уваги респондента на проміжні питання. Відмінність української лінгвокультури полягає у тому, що аксіологічний прояв мовців може розгортатися навколо суміжних ціннісних центрів за принципом взаємодоповнення та заміщення, в той час як у британському варіанті він один.

<p>– Як часто потрібно знімати, щоб рука була «набита»?</p> <p>– Якщо ти <u>сформувався як творча особистість</u>, то <u>необхідність знімати виникає сама собою. Це як дихати повітрям.</u> [...]</p> <p>– <u>Яким оком</u> краще дивитися у відеошукач?</p> <p>– У відеошукач краще дивитися <u>натренованим життям оком, акумульованим знаннями і досвідом, душевними почуттями</u> [12]. (Виділення наші – О.С.).</p>	<p>BBC Four: What sort of preparation do you have to do filming animals like this?</p> <p>Mark Lewis: It's like directing real people (1). In order to direct a cane toad or a chicken you've got to know <i>what motivates them</i> (2) from one side of the screen to the other. <i>I find with most animals it's usually two things: food or sex</i> (2.1). [...]. [...]</p> <p>BBC Four: Although human actors will usually go where you tell them... (1.1)</p> <p>Mark Lewis: Exactly (1.2)! At one stage a hen gets picked on by another hen. [...] There are very many tricks and animal handling and directorial techniques <i>in order to get the high drama of the piece</i> (2.2) [8]. (Виділення та позначки наші – О.С.).</p>
---	--

У прикладі українською мовою рамковість аксіологічної модальності поєднала дві ДЄ, які безпосередньо не сліднують одна за одною в тексті інтерв'ю (між ними розмістилася ще одна ДЄ). Проаналізовані ДЄ поєднані розвитком аксіологічної модальності навколо двох аксіологічних ядер *сформованість професійної творчої особистості* та *потреба у творчій діяльності*. В поданому контексті перше ядро виражається за допомогою ряду ключових синонімічних та асоціативно-імплікативних понять: «набита» рука, *сформувався як творча особистість*, *натреноване око* і т.д. Друге втілюється в контексті за допомогою асоціативної периферії зі значенням *необхідності* (знімати = необхідність дихати повітрям) та *свободи* (необхідність знімати виникає сама собою).

У фрагменті англійською мовою аксіологічна модальна рамка охоплює мікротему «*filming preparation*». Висловлений на початку першої репліки-реакції модальний прояв *It's like directing real people* стає наскрізним для усєї рамки: прослідковується у наступній репліці-стимулі (1.1), а також у репліці-реакції (1.2). Порівняння тварин з людьми як особистісне ставлення до проблеми зйомок фільмів за участю тварин виводиться в ядерну позицію мовцями, а периферія відіграє допоміжну пояснювальну роль (2; 2.1; 2.2). Зазначимо, що між двома ДЄ поєднаними таким чином розмістилася інша ДЄ а ні тематично, а ні модально не пов'язана з представленими.

Проаналізувавши роль аксіологічної модальності як чинника цілісності та зв'язності основної частини інтерв'ю, ми прийшли до висновку про те, що структурні та змістові параметри аксіологічної модальності взаємозалежні. Сміслове ціннісне навантаження під певним кутом зору зумовлює зчеплення фрагментів-блоків засобами чергування, ланцюжка чи рамковості. Це визначає характер взаємодії інтерактантів та тип інтерв'ю. Лінгвокультурною особливістю британського варіанту з позиції цілісності є розкриття аксіологічної модальності в межах однієї наскрізної макротемати обговорення. Це зумовлює сталий набір аксіологем певного ціннісного зрізу. В той же час українська лінгвокультура, розкриваючи макротему, дається до різнорівневих цінностей. Таким чином розкриття ставлення мовця до окремого питання відбувається за рахунок модальності щодо іншого. Структурний рівень організації основної частини інтерв'ю не продемонстрував суттєвих відмінностей: способи зчеплення фрагментів-блоків типові для обох лінгвокультур.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Гончарова Н.В. Аксіологічна структура англомовного діалогічного дискурсу: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04./ Київськ. лінгвіст. ун-т. – К., 2005. – 17с.
2. Загнітко А.П. Теоретична граматики української мови: Синтаксис: Монографія. – Донецьк: ДонДУ, 2000. – 662с.

3. Конюшкович М.И. Модальность в свете прагматики // Вопросы функциональной грамматики: Сб. научн. тр. Вып. 4 / Под ред. М.И. Конюшкович. – Гродно: ГрГУ, 2000. – С. 58-78.
4. Руднев В.П. Характеры и расстройства личности. Патография и метапсихология. – М.: "Класс", 2002. – 272 с.
5. Соловьева Л.Ф. Выражение аксиологических категорий в современном английском языке (атрибуты, предикативы и релятивы оценки): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Житомир, 2000. – 17с.
6. Шведова Н.Ю. К изучению русской диалогической речи. Реплики-повторы // ВЯ. – 1956. – №2. – С. 67-82.

#### ДЖЕРЕЛА ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

7. British scholar // Interview archive – Online: <http://britishscholar.com/>
8. Director interview // BBC4. – Online: <http://www.bbc.co.uk/print/bbcfour/documentaries/storyville/mark-lewis2.shtml>
9. Interview: Sy Willmer endeavors to involve humor and expression in all his designs// Pooja. – Online: <http://pooja.istablogs.com/>
10. Princess Diana speaks out // Scoop. – Online: <http://scoop.evansville.net/diana.html>
11. Інша література // Архів інтерв'ю. – Online: <http://inlit.com.ua/intervyu>
12. Кава-party з Миколою Тинкалюком // Citylife: <http://www.citylife.com.ua/index.php?id=35&tid=398&art=587>
13. Прийшов. Побачив. Переміг // Citylife. – Online: <http://www.citylife.com.ua/index.php?id=2&tid=14&art=16>

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ольга Сушкевич – аспірант кафедри перекладу та загального мовознавства Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

Наукові інтереси: аксіологічна та комунікативна лінгвістика.

## РІЗНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ

Вероніка ТЕЛИЧКО (Київ, Україна)

*У статті описуються різні підходи до виділення професійного спілкування в особливий вид людської комунікації, розглядаються особливості професійного спілкування з позицій дискурсивного аналізу, описуються професійне спілкування в Інтернет-мережах на прикладі віртуальної професійної спільноти.*

*The paper deals with various approaches to defining professional communication as a special type of human interaction, highlights the peculiarities of professional communication in terms of discourse analysis and describes professional communication in virtual professional communities.*

У зв'язку з розширенням міжнародних контактів у професійній сфері, дослідження професійного спілкування в лінгвістичній науці набуває нового значення. Феномен професійного спілкування досліджується з точки зору різних наукових підходів. Значний науковий інтерес викликають лінгвістичні дослідження, присвячені вивченню особливостей професійного спілкування у віртуальному просторі. З розширенням сфери вживання новітніх інформаційно-комунікативних технологій, контакти в професійній сфері починають здійснюватися за допомогою мережі Інтернет, що значно розширює можливості професійного спілкування.

**Метою** даної статті є виявити різні підходи до виділення професійного спілкування в особливий вид людської комунікації, розглянути характерні особливості професійного спілкування в межах дискурсивної спільноти, описати професійне спілкування в Інтернет-мережах на прикладі новітнього виду віртуальної комунікації в межах професійної віртуальної спільноти.

Здійснена спроба описати різні наукові підходи до виділення професійного спілкування в особливий вид людської інтеракції, враховуючи дискурсивний аналіз процесу комунікації та широке застосування професійного спілкування у віртуальному просторі на прикладі так званої віртуальної професійної спільноти визначає *актуальність* і *новизну* виділених у роботі проблем.

У лінгвістичних дослідженнях існує багато підходів до визначення поняття «професійна комунікація». З позицій комунікативно-інформативного підходу цей термін визначається як «комунікація, у процесі якої конструюються професійні спільноти» [7], як процес виникнення взаєморозуміння в певній предметній сфері [5], та як процес обміну інформації між спеціалістами [9]. Врахування професійної етики між комунікантами виділяє в дослідженні професійної комунікації гуманістичний підхід із позицій загальних етичних принципів і норм різних сфер професійної діяльності [10].

У сучасній лінгвістиці феномен комунікації досліджується з позицій вивчення дискурсу [1; 6; 11 та ін.], тому професійне спілкування (комунікацію) слід розглядати з урахуванням дискурсивних характеристик.

У сучасних наукових дослідженнях спостерігається тенденція до аналізу дискурсу в групі, критерієм для формування якої поряд із соціальними, культурними та іншими факторами виступають професійні. Професійна група визначається як локалізована в просторі, постійна, обов'язкова, формальна соціогрупа [8: 34].

В аспекті дослідження професійного спілкування з позицій дискурсу необхідно визначити термін «дискурсивна спільнота», вивченням якої займався у своїх дослідженнях американський лінгвіст Дж. Суейлз. Дискурсивна спільнота розділяє людей на групи за родом занять (тобто, професійною діяльністю) або за сферами інтересів. Залучення до цих груп відбувається шляхом навчання або отримання відповідної професійної кваліфікації [8: 34].

В. Кузнєцова, спираючись на класифікацію Дж. Суейлза, відмічає 6 складових, за якими професійну групу можна віднести до дискурсивної спільноти, а саме: 1) наявність широкого спектру цілей; 2) наявність взаємної комунікації між членами дискурсивної спільноти: зустрічі, бесіди, телекомунікації і т. д.; 3) наявність зовнішніх зв'язків, що забезпечують можливість передавати інформацію зовні та отримувати реакцію у відповідь на неї; 4) наявність одного чи декількох специфічних комунікативних жанрів, властивих певній дискурсивній спільноті; 5) наявність певної специфічної лексики, якою оперують члени дискурсивної спільноти в процесі спілкування в її межах (наприклад, професійної); 6) приналежність до даної дискурсивної спільноти членів, які відповідають її вимогам, і які володіють відповідною дискурсивною компетенцією.

Таким чином, професійна група отримує статус дискурсивної спільноти за умови її відповідності всім шести показникам, виділеним Дж. Суейлзом [8: 34-35].

Вивчення професійної комунікації в лінгвістичних дослідженнях здійснюється за двома основними напрямками, серед яких із позицій першого напряму вивчається інституційний дискурс у межах того чи іншого соціального інституту, а з позицій другого напряму – спілкування в межах професійної спільноти.

Інституційний дискурс відносять до статусно-зорієнтованого дискурсу, що протиставляється особистісно-зорієнтованому дискурсу. Різниця полягає в тому, що за умови особистісно-зорієнтованого дискурсу комуніканти розкриваються у всій повноті свого внутрішнього світу, а статусно-зорієнтований дискурс породжується суб'єктами певних соціальних груп. Інституційний дискурс зводиться до зразків вербальної поведінки, що склалися в суспільстві відповідно до закріплених у ньому сфер спілкування [3: 24].

Останнім часом увагу лінгвістів привертають дослідження, спрямовані на вивчення особистісно-зорієнтованого аспекту дискурсу, який досліджує професійну комунікацію з позицій спілкування в межах професійної спільноти між її членами [4; 12; 15]. Наприклад, деякі роботи розглядають професійне спілкування в аспекті комунікативної ситуації та статусно-рольових характеристик комунікантів, визначають основні характеристики професіонала: наявність спеціальності, отриманої в результаті освіти, а також офіційне заняття практичною діяльністю, що відповідає даній спеціальності [2: 119]. Отже, до професійної комунікації слід віднести спілкування між представниками певної професійної групи. Проте професійна комунікація може відбуватися як в офіційних, так і в неофіційних умовах, тому і професійне спілкування може охоплювати спілкування професіоналів як із собі рівними членами групи, так і професіоналів із непрофесіоналами.

Таким чином, у професійному спілкуванні в межах дискурсивної спільноти враховується не тільки комунікативна ситуація та статусно-рольові характеристики, а також офіційна або неофіційна форма комунікації. Виходячи із цих параметрів, можна виділити такі види професійної комунікації:

- спілкування, що породжується тільки професіоналами;
- спілкування, що відбувається між професіоналами та непрофесіоналами.

З розвитком Інтернет-технологій з'являються нові форми комунікації, опосередковані комп'ютерними засобами, що об'єднують численні групи людей у так звані віртуальні спільноти. Вперше термін «віртуальна спільнота» було вжито Г. Рейнхольдом у своїй книзі «The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier» у 1993 р., що визначається як 'social aggregations that emerge from the Net (Internet) with enough people carry on those

public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace' [18]. Ці спільноти у віртуальному просторі мають певні відмінності від традиційних спільнот – у віртуальних об'єднаннях приналежність особи до певної національно-культурної групи втрачає своє значення, соціальний статус комунікантів так само відходить на задній план. Основним об'єднуючим фактором до залучення комунікантів у спілкування є саме бажання поділитися інформацією, висловити свої думки стосовно теми, що складає сферу їх інтересів.

Віртуальні спільноти класифікують за характером та типом спілкування між її учасниками – такі як групи підтримки (*support groups*), дискусійні форуми (*discussion forums*) та консультаційні групи (*consulting groups*). В останніх групах організаторами зазвичай виступають спеціалісти в певній професійній сфері.

Отже, у межах віртуальної спільноти виділяють групи, що об'єднують учасників за спільною професійною діяльністю. Ці групи називають «професійні віртуальні спільноти» (*Professional Virtual Communities (PVC)*), що являють собою інтегроване поняття, яке складається із двох понятійних компонентів – «віртуальна спільнота» та «професійна спільнота». Таким чином, професійна віртуальна спільнота є асоціацією осіб, що переслідують цілі отримувати та ділитися знаннями в певній професійній сфері в процесі спілкування у віртуальному просторі [19].

В Інтернет-мережах професійні віртуальні спільноти також зустрічаються під назвами «*communities of interest*» або «*communities of practice*», які визначаються як неофіційні сомоорганізовані мережі користувачів із різним рівнем професійних знань, практичних навичок та здобутого досвіду, члени яких об'єднуються для обміну інформацією та вдосконалення власних знань шляхом спілкування з більш досвідченими спеціалістами [13].

Серед професійних віртуальних спільнот можна навести такі приклади як: IEEE Professional Communication Society, що об'єднує інженерів, вчених та інших професіоналів із технічною освітою; MirandaNet, до якої залучені працівники сфери освіти: викладачі, вчителі, та в рамках якої обговорюються професійні питання з різних методів навчання та підвищення професійної кваліфікації педагогів.

Сучасні Інтернет-технології надають можливість власноруч створити віртуальну спільноту із професійної тематики, де буде змога самостійно обирати теми для обговорення на форумі, слідкувати за відповідями, бути організатором цієї спільноти та її модератором. Наприклад, на спеціалізованому сайті з ІТ-технологій (від англ. Information Technologies – інформаційні технології) Oracle Fusion Middleware, надаються поради для створення такої спільноти, що буде об'єднувати кваліфікованих спеціалістів з ІТ-технологій, а також користувачів-непрофесіоналів – «технофілів» (від англ. technofile – людина, що цікавиться технологіями), які прагнуть отримати необхідну інформацію з професійної тематики у спеціалістів [14].

Отже, феномен професійного спілкування залишається багатоаспектним явищем у сучасних лінгвістичних дослідженнях. Розглянувши різні підходи до визначення професійного спілкування, у статті виділені наступні:

- професійне спілкування з позицій дискурсивного аналізу;
- професійне спілкування в межах професійної віртуальної спільноти, яке потребує подальших досліджень.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Ван Дейк, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 307 с.
2. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. – М.: Наука, 1993. – 172 с.
3. Галичкина Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках: на материале жанра компьютерных конференций: Дис. ... канд. филол. наук. – Астрахань, 2001. – 212 с.
4. Гарбовский Н. К. Профессиональная речь. Сопоставительно-стилистический аспект: на материале французских и русских военных текстов: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 1988. – 38 с.
5. Каптерев А. И. Информатизация социокультурного пространства. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 512 с.
6. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2004. – 390 с.
7. Колянов А.Ю. Коммуникативный подход к проблеме профессиональной деформации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://www.bj.ru/upload/files/lib\\_1166430386.pdf](http://www.bj.ru/upload/files/lib_1166430386.pdf). – Название с экрана.
8. Кузнецова В. В. Реализация принципа корпоративности в английском групповом профессиональном дискурсе: Дис. ... канд. филол. наук. – Иркутск, 2005. – 224 с.

9. Минкина В.А. Информационная культура и способность к рефлексии / В.А.Минкина // Высшее образование в России. – 1995. – № 4. – С. 27–36.
10. Протанская Е.С. Профессиональная этика. Моральная пропедевтика делового поведения: Уч. пособие. СПб.: Алетейя, 2003. – 288 с.
11. Седов К.Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. – М.: Лабиринт, 2004. – 320 с.
12. Тимофеев Ю.П. Профессиональное общение и его развитие. – Астрахань: Астрах. пед. ин-т, 1995. – 136 с.
13. Community of practice. Definition [Electronic Resource]. – Mode of access: URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/community-of-practice.html>. – Title from the screen.
14. Creating a Community of Interest [Electronic Resource]. – Mode of access: URL: [http://download.oracle.com/docs/cd/E15523\\_01/webcenter.1111/e10277/coi.htm](http://download.oracle.com/docs/cd/E15523_01/webcenter.1111/e10277/coi.htm). – Title from the screen.
15. Harris T.E. Small Group and Team Communication / T.E.Harris, J.C. Sherblom. – Boston: Allyn and Bacon, 2002. – 335 p.
16. IEEE Professional Communication Society [Electronic Resource]. – Mode of access: URL: <http://ewh.ieee.org/soc/pcs/>. – Title from the screen.
17. MirandaNet Fellowship. [Electronic Resource]. – Mode of access: URL: <http://www.mirandanet.ac.uk/>. – Title from the screen.
18. Professional Virtual Communities Reflect Modern Times [Electronic Resource]. – Mode of access: URL: [http://www.etni.org.il/etnirag/issue3/ann\\_shlapobersky1.htm](http://www.etni.org.il/etnirag/issue3/ann_shlapobersky1.htm). – Title from the screen.
19. Professional virtual community [Electronic Resource]. – Mode of access: URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/Professional\\_virtual\\_community](http://en.wikipedia.org/wiki/Professional_virtual_community). – Title from the screen.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Вероніка Теличко** – асистент та здобувач кафедри комунікації і лінгвокраїнознавства Київського національного університету ім. Т. Шевченка.

*Наукові інтереси:* комунікативна лінгвістика, англо-український художній переклад.

## КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ФУНКЦІЇ ВИГУКІВ

**Вікторія ТЕСЛЯ (Київ, Україна)**

*У статті розглянуто вигуки як мовні одиниці основною функцією яких є емотивна функція. Крім емотивної були розглянуті сигнальна, підсилювальна, та комунікативно-прагматична функції. При дослідженні останньої було розроблено класифікацію вигуків за іллокутивною метою.*

*The article presents emotive, intensifying and communication-pragmatical functions of the interjections as units of language. The research of communication-pragmatical function make possible to present the classification of the interjections that have different illocutionary effect.*

**Актуальність** статті зумовлена загальним спрямуванням сучасних лінгвістичних досліджень на комунікативну функцію мови та емотивні аспекти спілкування.

**Мета** статті полягає у дослідженні специфіки функціонування емотивних та волевиявних вигуків сучасної німецької мови у мовленні, оскільки під час спілкування людина не тільки передає свої емоції і почуття, а і впливає на емоційний стан слухача.

**Об'єктом** дослідження є комунікативно-прагматичні функції вигуків.

**Предметом** дослідження є іллокутивна сила вигуків.

У процесі говоріння людина не просто матеріалізує свої думки (усно чи письмово), вона наділяє висловлення певною іллокутивною силою. Зрозуміти емотивне значення слова легше, коли відомо, які саме почуття та емоції виражають сміх, плач, зітхання. Сміх, наприклад, виражає радість, веселий настрій; плач – горе. Однак сміх, плач, зітхання не є частинами мови. Вигуки пов'язані із вищезазначеними почуттями й емоціями, є частиною мови і мають емотивне значення [6: 129]. Багатозначність вигуків і, звідси – їх варіативність дозволяє цим лексичним одиницям виконувати комунікативно-прагматичні функції мови [5: 8].

Будь-яка діяльність людини викликає у неї певні емоційні переживання, які є сигналом для її припинення або навпаки, емоційні переживання дають змогу розуміти емоційний стан інших людей, співчувати їм. Основні емоційні стани людини поділяються на емоції та почуття. Проте виділяють ще такі стани як афект, стрес, пристрасть, настрої. Емоції виражають не об'єктивні значення, а суб'єктивні смисли. *Почуттями* називають стабільне емоційне ставлення, яке виділяє в оточуючому світі ціннісні реальні та ідеальні об'єкти, пов'язані з основними інтересами, заняттями особистості. *Волевиявлення* це волевий прояви, які зумовлені реальними і ідеальними об'єктами дійсності, які мають для особистості відносно стабільну суб'єктивну цінність. З наведених визначень можна зробити висновок, що універсальні для усіх людей емоційно виразні примітиви по формі і змісту не є стабільними і вони характеризують емоції не особистості із сталими ставленнями до її інтересів, занять, а емоції біологічного організму, які є оцінною складовою його біоритмів.

Когнітивний план емоційно виразних примітивів не можна віднести до усвідомлених образів і уявлень особистості, це лише комплекси відчуттів, які постійно змінюються.

Почуття, які виникають на базі емоцій, формувалися з історичним розвитком суспільства, пов'язані з його соціальними нормами та установками, тому вони можуть розвиватися і вдосконалюватися. На відміну від емоцій, почуття мають більш предметний характер і пов'язані з конкретним, незамінним об'єктом. Однак почуття і емоції відрізняються за якістю (позитивні, негативні та амбівалентні), глибиною, інтенсивністю і тривалістю впливу на діяльність. Власне емоції, які передаються за допомогою вигуків можуть бути позитивними, негативними та амбівалентними (емоції, які не мають яскраво вираженого негативного або позитивного забарвлення – співчуття, здивування). Негативні емоції відіграють більш важливу біологічну роль ніж позитивні. Негативні емоції сигналізують про небезпеку, а позитивні – про вирішення проблеми [3: 10–13].

У процесі пристосування людини до оточуючого світу, зокрема, до соціально-культурного середовища, когнітивний зміст її емоцій стає менш універсальним і більш складним, виникають похідні особистісно диференційовані почуття і волевиявлення. Мовні визначення емоцій і, на нашу думку, мовні засоби передачі емоцій сприяють їх розумінню і культурному нормуванню [1: 14–15].

З великої кількості емоційних станів у мислення фіксуються ті, які відрізняються тривалістю і переживаються частіше. Такі емоційні стани знаходять відображення у мові. Емоції, якими керується людина можуть полегшувати або ускладнювати спілкування. Соціокультурні правила експресії певних емоцій, різняться і в індивідуумів (вікові, гендерні особливості), і у представників соціальних груп (професійних, освітніх, політичних та ін.) [7: 283].

Вигуки, на нашу думку, є представниками емоцій у мові, і тому основною їх функцією є емотивна. Вони також можуть виконувати сигнальну функцію, наприклад: „*Tja, dann danke ich*“, *sagte Hansen zögern* [10: 47].

Вигук „*tja!*“ знаходиться в препозиції і сигналізує про поганий настрій співбесідника, про його незадоволення ситуацією, яка склалася.

У прикладі: *Der Alte nahm Borchert den Schlüssel aus der Hand und sah Stern an. „Nummer sechs, hä“?* [13: 88], вигук *hä* в постпозиції виражає здивування.

Вигук в будь-якій позиції надає висловлюванню образності і особливої експресивності, наприклад: „*Die Argumentation des heiligen Offiziums gegen Galilei lautete dahin, dass seine Sätze philosophisch absurd sein. Eine schlagendere Argumentation gibt es nicht.*“

„*Eh, eh, die Argumente unseres armen, großen Galilei haben sich als stichhaltiger erwiesen!*“ [12: 557] Незгода, яка виражена у відповіді, підсилена вигуком „*eh!*“ звучить яскравіше ніж без вигуку, порівняємо: „*Die Argumente unseres armen, großen Galilei haben sich als stichhaltiger erwiesen!*“ У наведеному прикладі вигук *eh* надає висловлюванню більшої виразності і повідомляє про незгоду з раніше зазначеним.

Отже, вигуки, які знаходяться в препозиції надають висловленню виразності, інформують про настрій співбесідника, його реакцію на повідомлене, на певне явище тощо. В постпозиції вигуки зазвичай виступають як самостійні речення, виражають емоції, почуття або волевиявлення і підсумовують попереднє висловлення або явище.

Комунікативний аспект мови спрямований на дослідження кінцевого результату – ефекту мовленнєвої комунікації, можна назвати *прагматикою* мови [8: 76]. Співвідношення семантики (значення мовної одиниці) і прагматики завжди цікавило вчених. На думку Ч. Моріса та його послідовників семантика була етапом, який передує прагматиці. Р. Карнап вважав, що семантика залежить від прагматики. Однак і прагматика, і семантика є взаємозалежними явищами. Мовленнєва діяльність пов'язана з системою мови, а також із системою соціальної взаємодії через суб'єкти мовленнєвої діяльності адресанта і адресата. Суттю прагмалінгвістики є семантико-функціональний підхід до аналізу вигуків [8: 68–76]. Вигуки найчастіше зустрічаються в усному мовленні, зокрема в діалогах. Діалог завдяки своїй простоті і чіткості є класичною формою мовленнєвого спілкування. Кожній репліці властива завершеність, яка виражає певну позицію адресанта, на яку можна відповісти [8: 81]. Однак на відміну від реального діалогу мовлення персонажа художнього твору є

„накладенням“ одного комунікативного процесу на інший, які протікають одночасно: комунікації між персонажами і комунікації між автором і читачами (глядачами). Діалог розгортається у двох планах: внутрішньому і зовнішньому, де внутрішній план – це комунікація „персонаж – персонаж“, а зовнішній план – комунікативна лінія „автор – читач“, яка залежить від багатьох компонентів сприйняття, найважливішими з яких є соціально-культурний, етнічний, психологічний [8: 82]. У нашому дослідженні нас цікавить внутрішній план діалогу.

За ознакою можливої реалізації виділяють усні та письмові мовленнєві акти. Існують усно-мовленнєві або власне іллокутивні акти, які здійснюються в усній формі, наприклад: молитись, сперечатись, співати пісні. Існують ще і інскриптивні (письмово-мовленнєві) акти, які здійснюються в письмовій формі: рецензувати, протоколювати тощо. Однак найчастіше зустрічаються універсальні мовленнєві акти типу: запитувати, відповідати, вимагати. Зазначимо, що у письмовій формі фіксуються практично усі усно-мовленнєві дії, а за умови їх передачі у формі прямого мовлення зберігається тип мовленнєвого акту [8: 83]. У процесі спілкування, крім інформування на співбесідника здійснюється певний вплив. І під час спілкування, у більшості випадків, комуніканти мають певні цілі. При цьому здійснюються мовленнєві дії, які є носіями певних комунікативних завдань (іллокутивні акти) і спрямовані на досягнення певних ефектів (перлокутивні акти).

Іллокуція – відношення мовлення до мети, мотивів і умов здійснення комунікації [2: 424]. Іллокутивні акти – мовленнєві дії такі як: ствердження, накази, описи, пояснення, вибачення, привітання тощо. Існує багато точок зору щодо класифікації іллокутивних актів. Класифікація Дж. Сьорля:

1) асертиви (репрезентативи), які повідомляють про положення речей і передбачають оцінку;

2) директиви, спонукають адресатів до певних дій;

3) комісиви, які повідомляють про обов'язки, які взяв на себе розмовляючий;

4) експресиви (виражають певну психічну позицію по відношенню до певних подій);

5) декларативи (визначають нове розгортання подій) [4: 53–54].

Услід за Дж. Серлем вчені класифікують мовленнєві акти так:

- інформативні мовленнєві акти;

- повідомлення (репрезентативні);

- акти спонукання (директиви, прескрипції);

- акти прийняття зобов'язань (комісиви);

- акти, які виражають емоційний стан (експресиви) [5: 25].

За допомогою вигуків можна визначити тип мовленнєвого акта. При дослідженні комунікативно-прагматичних функцій вигуків сучасної німецької мови ми розглядали вигуки у синтаксичних конструкціях різних типів, що дало змогу класифікувати вигуки за іллокутивною силою. За основу ми взяли роботу І.С. Шевченко, яка досліджувала прагматичні властивості англійського питального речення і дотримуючись класифікацій таких відомих лінгвістів як Дж. Сьорль та Г.Г. Почепцов, назвала ті мовленнєві акти, які є найбільш суттєвими для дослідження прагматичних якостей аналізованих речень. На нашу думку, найбільш частотними у вживанні і суттєвими за іллокутивною силою є вигуки-експресиви, вигуки-директиви, вигуки-метакомунікативи, вигуки-комісиви.

**Вигуки-експресиви** можуть бути як конвенційно-, так і контекстуально обумовленими. Контекстуально обумовлені вигуки є багатозначними і розкривають свої значення лише у контексті. Вигук *ah* має такі значення: задоволення, здивування, захоплення, розуміння, полегшення, радість. Проілюструємо деякі з цих значень у контексті:

Ausruf: 1) des Wohlgefallen: *Ah, die vielen Bäume! Ah, das lebendige Klima der Lebendigen! Wie es duftet!* (12: 685). У наведеному прикладі іллокутивною силою вигуку *ah* є вираження задоволення.

2) des Staunens, der Verwunderung, Überraschung: „*Ah, Ingenieur!*“ *Und Doktor Krokowski's Lächeln zog sich gleichsam zurück, büßte an Kraft und Herzlichkeit für den Augenblick etwas ein* (12: 27). З наведеного прикладу зрозуміло, що за допомогою вигуку-експресиву *ah* виражене здивування.

3) des Verstehens: „Ah, darum der Umweg“. *Der Wirt lächelte verständnisvoll* (10: 317).

Вигуки з конвенційно обумовленим значенням вживаються інгерентно (незалежно від контексту). До конвенційно обумовлених належать вигуки із сталою семантикою: *hurra, weh* (о weh), *Daus, bravo, bravissimo, puh, Klasse, i (iieh), äks, pfui, autsch, bäh, Quatsch* (umg. Quack).

Зазначена група вигуків виражає емоційний стан мовців (страх, жах, переляк, занепокоєння, біль, тривогу; радість, задоволення, захоплення, триумф, інтерес, полегшення, ніжність, розуміння; здивування, хвилювання, співчуття тощо) та оцінку того, що відбувається. З вищезазначеного можна зробити висновок, що до цього типу належать вигуки з позитивним, негативним та амбівалентним забарвленням: „Pah!“ *machte Olga und wandte sich verächtlich ab* (9: 71). Вигук „pah!“ повідомляє про те, що мовленнєвий акт за типом належить до експресиву, оскільки в ньому виражене негативне ставлення до об'єкта. „Bravo!“ *rief Settembrini. „Bravo, Leutnant! Sie bezeichnen sehr gut ein unzweifelhaft sittliches Moment im Wesen der Musik, nämlich dieses, dass Sie dem Zeitablaute durch eine ganz eigentümlich lebensvolle Messung Wachheit, Geist und Kostbarkeit verleit. Die Musik weckt die Zeit, sie weckt uns zum feinsten Genusse der Zeit...* (12: 162). За допомогою вигуку „bravo!“ можна визначити, що наведений вище мовленнєвий акт є експресивом, оскільки у ньому виражене захоплення музикою. Тобто іллокутивна сила зазначеного вигуку полягає у вираженні позитивного емоційного стану – *почуття захоплення*.

*Ach so, du fährst wohl schon wieder nach Hause in deinen Gedanken“, antwortete Joachim. „Nun warte nur, du kommst ja eben erst an. Drei Wochen sind freilich fast nichts für uns hier oben, aber für dich, der du zu Besuch hier bist und überhaupt nur drei Wochen bleiben sollst, für dich ist es doch eine Menge Zeit* (12: 1067). За допомогою вигуку „ach!“ у наведеному прикладі виражене співчуття. Співчуття, на нашу думку, є амбівалентним почуттям оскільки у ньому змішані позитивні і негативні почуття (позитивні – доброзичливе ставлення до об'єкта співчуття; негативні – негативне ставлення до ситуації, яка склалася). До цієї групи вигуків доречно було б віднести звуконаслідування, які передають звуки оточуючого світу за допомогою звуків мови: *bam, bim, hick, klack, klapp*.

**Вигуки-директиви** виражають волевиявлення мовців.

Вигуки *husch, sch, halt, basta* вживаються в директивних мовленнєвих актах, в яких мовець висловлює свою волю, спрямовану на виконання певної дії. Однак вигуки цієї групи слід розрізняти за категоричністю вираження волі і за сферами використання. За категоричністю вираження волі директиви поділяють на ін'юнктиви (спонукання-наказ) та реквестиви (спонукання-прохання). Залежно від сфери використання, об'єкту та суб'єкту діяльності вигуки-директиви можна поділити на: 1. *Вигуки звернені до людей* – професійні команди: циркові, військові, морські; вигуки під час виконання колективних робіт, (*marsch, Feuer, ahoi, basta, halt, ruck, pst (psst), sch*), наприклад: „Halt! Soll ich etwa alles allein aufräumen?“ *rief seine Mutter empört* (9: 98).

2. *Вигуки спрямовані на тварин* (*allez, kusch, Platz, hüh, hott*). Іллокутивна сила зазначеної групи вигуків полягає у вираженні волі мовця, яка обов'язково повинна бути виконана.

До вигуків, іллокутивною метою яких є не обов'язкове виконання волі мовця, а спонукання до дії, яка на думку мовця була б корисною, належать вигуки, які використовуються у повсякденному спілкуванні: вигуки застереження; вигуки побажання (*Achtung, Feuer, hopp, hopsa*).

Вигуки привітання, прощання мають іллокутивну мету встановлення, контакту продовження або завершення розмови. Названі вигуки належать до **вигуків-метакомунікативів** (*ade, adieu, servus, tschüss, tschau, hallo, na, huch*), наприклад: „Heho, hallo, Herr, ist noch mal gutgegangen“, *erwiderten sie* (11: 73). Іллокутивною силою наведених вигуків є контактовстановлення.

„Adieu, Menschenkind! Wünsche gute Ergebnisse!“ *Und sie war aus dem Zimmer* (12: 237). Іллокутивною силою вигуку „adieu!“ є завершення розмови.

До метакомунікативів доречним було б віднести вигуки іллокутивною силою яких є заповнення пауз для забезпечення безперервного мовленнєвого контакту: „Ich... äh... ihr wollt jetzt sicher den Umgang haben“, *stotterte er* (9: 48).



„Mm“, *murmelte Hansen teilnahmsvoll und bedankte sich mit einem Nicken bei der Großmutter, die eine Tasse vor ihn stellte und den Tee eingoss, bevor sie den Pesel wieder verließ* (10: 126). Іллокутивною силою вигуку „mm!“ у наведеному прикладі є встановлення контакту (бажання почати розмову).

Вигуки „Alarm!“, „alaaf!“, „bewahre!“ („i bewahre!“), „Vorsicht!“, „bei Gott!“, „vivat!“, „toi, toi, toi!“!, „prosit!“, „Gott bewahre!“ та інші ми відносимо до **вигуків-комісивів**. Зазначена група поділяється на такі підгрупи: менасив (погроза, застереження): *Vorsicht, Glass!* (Aufschrift auf Kisten) – іллокутивною силою наведеного вигуку є вираження застереження;

промісив (обіцянка, пропозиція, побажання (наше): *Prosit allerseits!* – іллокутивною силою висловлювання є – вираження побажання.

Отже, семантика і прагматика є взаємопов'язаними явищами. Семантика – це значення мовних одиниць закріплені у певній мовно-культурній системі. Прагматика – мовленнєва діяльність пов'язана з системою мови, а також із системою соціальної взаємодії адресанта і адресата. Вигуки є здебільшого багатозначними мовними одиницями комунікативно-прагматичними функціями яких є: передача емоцій, почуттів, бажань адресанта, його ставлення до адресата, до оточуючої дійсності, а також вплив на емоції, почуття співрозмовника. Проте один вигук може виражати, як ставлення до певного об'єкта, предмета, ситуації або явища, так і волевиявлення, і навпаки. Однак усі значення фіксовані мовною системою і використовуються у мовленні відповідно до мети спілкування.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Винарская Е.Н. К проблеме базовых эмоциональных концептов/ Е.Н. Винарская // Вестник ВГУ. Серия лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2001. – № 2. – С. 12–16.
2. Кочерган М.П. Загальне мовознавство. [підручник] / Михайло Петрович Кочерган. – К.: Видавничий центр «Академія», 2003. – 464 с.
3. Лук О. Н. Эмоции и чувства. / О.Н. Лук. – М.: Знание, 1972. – 80 с.
4. Николаева Е.С. Междометия в прагмалингвистическом аспекте (на материале русского и английского языков). Дис. на соиск. научн. степени кандидата филол. наук: спец. 10.02.19 „Теория языка“ / Елена Сергеевна Николаева; Ростов-на-Дону, 2006. – 165 с.
5. Пахолкова Т.В. Междометия в речевом общении. Дис. на соиск. ученой степени канд. филол. наук: 10.02.04 „Германские языки“ / Татьяна Васильевна Пахолкова; Череповец, 1998. – 149с.
6. Стивенсон Ч. Некоторые прагматические аспекты значения. / Ч. Стивенсон // Новое в зарубежной лингвистике: Лингвистическая прагматика. Сборник: Пер. с разн. яз. / сост. и вступ. ст. Н. Д. Арутюновой и Е.В. Падучевой.– М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16. – 500 с.
7. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций: [монография] / В.И. Шаховский. – М.: Гнозис, 2008. – 416 с.
8. Шевченко И.С. Историческая динамика прагматических свойств английского вопросительного предложения (16–20 вв.). Дис. на соиск. ученой степени доктора филол. наук: 10.02.04 „Германские языки“ / Ирина Семёновна Шевченко; Киев, 1999. – 358 с.

#### ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ

9. *Angela Sommer-Bodenburg. Der kleine Vampir und die große Liebe.* Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1985. – 118 S.
10. *Kari Köster-Lösche. Mit der Flut kommt der Tod.* Knauer Taschenbuch Verlag, 2006. – 398 S.
11. *Mann Th. Der Erwählte.* S. Fischer Verlag, 1980. – 299 S.
12. *Mann Th. Der Zauberberg.*, 1981. – 1067 S.
13. *Sebastian Fitzek. Das Kind.* Psychotriller. Knauer Taschenbuch Verlag. – 2009. – 394 S.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Вікторія Тесля** – аспірантка кафедри німецької філології Київського національного лінгвістичного університету.  
*Наукові інтереси:* лінгвокультурологія, прагмалингвістика.

## РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ СУСПІЛЬСТВА

Ірина ВЕЛИКА (Запоріжжя, Україна)

*У статті розглянуто поняття «реклама», «рекламний текст» і його структура, представлена типологія сучасної реклами, проаналізовано німецькомовну рекламу на предмет первинного і вторинного дискурсу.*

*The notions of “advertising”, “advertising text” and its structure are considered in the paper. The author presents the typology of modern advertisements, analyzes German advertising as a primary and secondary discourse.*

На сьогоднішній день існує безліч засобів, що впливають на формування масової свідомості суспільства – телебачення, радіо, преса, інтернет. Всі вони не тільки корегують світосприйняття людини, скеровуючи його в необхідному напрямку, а й формують його, спростовуючи застарілі погляди і нав'язуючи нові. Така агресивна субституція одних понять та цінностей іншими відбувається і за допомогою реклами – найпотужнішого інструменту впливу на людство на сьогоднішній день.

Під рекламою ми, услід за Б.С. Разумовським, розуміємо вид інформаційної діяльності, певну соціальну інформацію, що діє на споживача з метою створення і сатисфакції вже створених потреб [5: 9]. Таке визначення поняття «реклама» є, з нашої точки зору, близьким до лінгвістичної думки, тому що в ньому реклама розглядається як певний тип інформації, який передається як вербальними так і невербальними засобами, що у комплексі підлягають лінгвістичному аналізу. На сучасному етапі лінгвістичних досліджень реклами найбільш актуальним є розуміння реклами як певного виду комунікації [6]. З такою точкою зору також не можна не погодитись, тому що реклама – це дійсно процес спілкування, спілкування між автором реклами і її реципієнтами; це передача певної інформації адресату реклами і його реакція на неї, незалежно від того, чи є вона позитивною або негативною.

Для того, щоб конкретизувати поняття «реклама» необхідно звернути увагу на її форми, що виділяються в залежності від тих каналів, по яким реклама передається. Отже, дослідниками виділяються наступні види реклами: друкована реклама, реклама, що передається у комп'ютерній мережі, телереклама, радіореклама. До реклами, що з'являється у друкованому вигляді, відносять листівки або малоформатні видання, плакати або видання великого формату, буклети, проспекти, брошури або ілюстративні видання. Традиційні форми друкованої реклами – реклама у довідкових виданнях, газетах, журналах [1: 26]. Найефективнішим видом реклами вважається телереклама, тому що саме телебачення має можливість впливати на свідомість і підсвідомість реципієнтів реклами найбільшою кількістю способів. Сильна сторона телереклами полягає в її особливостях: по-перше, це поєднання звукового і зорового впливу, а по-друге, це широка аудиторія телеглядачів, яка збільшується впродовж показу телесеріалів [2: 704]. Слід відмітити, що саме телереклама може продемонструвати товари і послуги у дії, вона переконує реципієнтів силами дійових демонстрацій.

Рекламний текст (РТ) виступає продуктом рекламної діяльності, він несе у собі всю ту інформацію, що сприймається реципієнтом реклами, причому це не тільки експліцитна інформація про безпосередній продукт або продукти рекламування, але й імпліцитна інформація про суспільні відносини того чи іншого соціуму. РТ включає в себе всі вербальні і невербальні засоби, що виражають необхідну інформацію і доносять її до реципієнта, а також обумовлюють реакцію на неї.

За допомогою РТ відбувається формування масової свідомості, тобто відбувається вплив на аудиторію, формуються ідеали, установки, знання, переконання, які є вигідними для адресанта, але не завжди вигідними для адресата.

Говорячи про рекламу як про сферу масової комунікації, треба розглядати не індивідуальних, а колективних авторів і реципієнтів. Під колективним автором розуміємо ряд суб'єктів, що відіграють певну роль у створенні реклами. Цей ряд охоплює рекламодавців, що є замовниками реклами і відповідають за фінансове забезпечення

рекламної кампанії, спеціалістів з рекламної діяльності, психологів, соціологів, а також дизайнерів, графіків, художників, текстовиків, тобто виконавців, що безпосередньо відповідають за створення реклами [1: 41]. Адресати реклами також являють собою складне угруповання, що складається із цільових груп. Під цільовою групою розуміється сукупність суб'єктів або підприємств, що є адресатами рекламного повідомлення, на яких воно спрямовано задля досягання конкретної мети рекламної кампанії [9: 548]. Адресати рекламного повідомлення, або цільова група характеризуються певними ознаками: стать, освіта, вік, релігія, матеріальний і сімейний стан, соціальна і територіальна віднесеність, психологічні ознаки – уявлення, мотивації, споживацька поведінка [6]. Таким чином, при вивченні реклами необхідно враховувати те, що за нею стоїть значна кількість осіб, яка її створює та на яку вона спрямована. Одним із факторів вірного аналізу реклами є правильне визначення її цільової аудиторії.

Цілі реклами і сфера її функціонування дають можливість говорити про наступні її види: політична реклама, економічна реклама, культурна реклама, приватна реклама, етична (або соціальна реклама) [8: 145]. Політична реклама є одним із видів діяльності політичних партій і організацій, що застосовується для залучення нових членів організації, для поширення нових ідей. Під цим видом реклами часто розуміється пропаганда. Особливої актуальності цей вид рекламного дискурсу набуває у передвиборний час.

Приватний рекламний дискурс досліджує шлюбні оголошення, оголошення про свадьби, заручини. Менш дослідженим є на сьогодні дискурс культурної реклами, що представляє собою рекламу кінофестивалів, театральних вистав, виставок, концертів, фільмів і т.п. Соціальна реклама, що є найменш вивченим видом рекламного дискурсу, являє собою соціальну інформацію, що звертає увагу на певні проблеми у суспільстві, в центрі яких знаходиться людина, і закликає до їх вирішення. Замовниками соціальної реклами можуть виступати суспільні і релігійні організації, державні установи.

У нашому дослідженні ми також звертаємося до економічного або комерційного виду рекламного дискурсу, що являє собою інструмент маркетингової комунікації, за допомогою якого відбувається продаж і збут товарів і послуг. Так, у контексті маркетингової комунікації всі рекламні тексти можна поділити на РТ-примітиви (термін А. Вежицької, Л.В. Сахарного) і РТ-дескриптиви (термін І.А. Гусейнової). РТ-примітиви рекламують товари повсякденного попиту, наприклад одяг, парфуми, харчові продукти, товари відомих брендів. Вони мають просту структуру, складаються із одного рекламного лозунгу.

РТ-дескриптиви являють собою складну та цілісну структуру. Вони рекламують складне електронне обладнання, ноу-хау, ідеї, технології [1: 76].

На думку М.В. Томської, найбільш влучними для опису сутності РТ-дескриптивів є терміни «макроструктура» і «суперструктура» [6]. Макроструктура – це організація найбільш глобальних тем тексту. Макроструктура є відображенням глобального змісту тексту, вона віддзеркалює багатопланові і різноманітні явища і відношення об'єктивної дійсності. Суперструктура задає загальну форму тексту і може виражатися в термінах конкретних категорій. Найбільша частина рекламних текстів має наступну структуру: лозунг або комбінований слоган, основний інформаційний блок, данні для зворотного зв'язку (телефон, факс, адреса і т.п.) [1: 82]. У нашому дослідженні ми розглянемо РТ-дескриптив, цільовою групою якого є гендерно-нейтральна аудиторія.

Звертаючи увагу на змістове наповнення РТ, необхідно відмітити, що реклама включає в себе і об'єднує в єдине ціле наше сприйняття дійсності і той продукт, що ми отримуємо завдяки вираженню нашого світосприйняття. Автор РТ передає групі реципієнтів свої ідеї, думки, концепції, образи, створюючи таким чином закінчену єдність, яка презентує певний продукт рекламування. Отже, успішність або неуспішність, ефективність або неефективність реклами залежить від того, наскільки вірно і влучно підібрано рекламні образи. Звертаючись до конsumerістської культури слід зазначити так званий «measure up» прийом, принцип якого полягає у тому, що рекламний образ є завжди кращим за референта, він представляє собою недосяжний ідеал, що несе у собі стільки привабливості.

Говорячи про структуру рекламного повідомлення, слід розрізняти «первинний дискурс», що являє собою пропозицію товарів і послуг, що рекламуються, і «вторинний

дискурс», який демонструє суспільні цінності, полорольові, соціальні, гендерні стереотипи, що існують у конкретному суспільстві на даному етапі. Саме вторинний дискурс реклами найбільш впливає на реципієнта реклами, направляє його свідомість і керує нею. Як каже Грошев І.В. «у первинному дискурсі мова може йти, наприклад, про те, *наскільки* чисто пере той або інший порошок, *як* прекрасно працює нова кухонна техніка, *як* комп'ютер допомагає приймати правильні рішення, *який* незабутній запах має цей парфум і т.і. А вторинний дискурс інформує про те, *хто* пере (*повинен прати*) порошком, *хто* готує (*повинен готувати*) їжу, *хто* приймає (*повинен приймати*) рішення за допомогою комп'ютера і *кому* слід бути сексуально привабливим, щоб досягти успіхів у житті» [4: 174].

Дослідник М. Маркіна, що також наголошує на розділенні структури реклами як мінімум на два дискурси, уточнює, що первинний дискурс направлений на об'єкт пізнання, тобто на якість товару, що рекламується, а вторинний дискурс – на суб'єкт пізнання, тобто на особу або коло осіб, яким адресована реклама. У даній схемі автор виділяє окремо також деякі символічні продукти, що представляються у вигляді рекламних образів, які, в свою чергу, стимулюють фінансово-економічний аспект реклами [3]. Таким чином, реклама не тільки намагається просувати окремі товари і послуги, не тільки керує інтересами, смаками і поведінкою людей у певному суспільстві, а й створює ієрархію цінностей у суспільстві, надає приклад того, **яким чином** воно має існувати, за якими законами. Ці закони створюються рекламодавцями так, що вони буквально вбиваються у людську свідомість, люди починають вірити у пропоновану їм інформацію, намагаючись відповідати створеним суспільним нормам за всяку ціну.

Проаналізуємо комерційну рекламу, що надрукована у німецькомовному журналі „ADACmotorwelt“ [7: 2]. Даний РТ представляє собою РТ-дескриптив, спрямований на гендерно-нейтральну аудиторію. Реклама презентує новий вид палива для автомобілів і закликає всіх покупців, незалежно від статі, ознайомитись з інформацією про нього і згодом придбати, оцінивши всі його переваги.

Первинний дискурс даного РТ презентує конкретний продукт – інноваційний вид палива, вид палива майбутнього. Він представлений як вербальними, так і невербальними засобами, тобто фотографією модної автівки, заправного пристрою для неї і текстом: „Endlich 'ne Karte mit Kabelanschluss!“ – «Нарешті тачка з підключенням проводу!», що являє собою рекламний лозунг, надрукований великими літерами і ознайомлюючий потенційного покупця з товаром. Унизу бачимо наступний текст: „voRWEg gehen“, що можна трактувати в даному контексті як «їхати від RWE (назва нового виду палива)» та надпис „RWEAutostrom – Hier laden Sie auf!“ – «Автомобільний струм RWE – тут Ви заряджаєтесь!», які являють собою основний інформаційний блок і уточнюють інформацію, що сприйняв реципієнт РТ. Під рекламним лозунгом бачимо також посилання на сайт, де можна ознайомитись з інформацією про новий продукт.

Вторинний дискурс даної реклами представляє собою інформацію про те, хто саме повинен мати шикарне авто і заправляти його за допомогою нового виду палива. Цікавим є той факт, що уявлення, представлені у даній рекламі, являють собою не тільки думку колективного автора РТ, а й гендерні стереотипи, що існують у конкретному суспільстві, в нашому випадку, у суспільстві Німеччини. Інформацію про такі уявлення нам надає саме невербальний компонент РТ, тобто зображення. У кутку зображення бачимо чотири персони – двох пристарілих і двох молодих чоловіків і жінок, що говорить нам про те, що потенційними покупцями цього виду палива можуть бути як чоловіки, так і жінки всіх вікових груп, тобто і чоловіки, і жінки можуть однаково заробляти і водити авто. Але таке уявлення зовсім змінює зображення, на яке відразу звертається увага і яке знаходиться у центрі РТ. Це зображення молодого, модного і пихатого чоловіка, що стоїть поруч зі своїм спортивним авто. Така ілюстрація розповідає нам про те, що саме чоловіки перш за все повинні мати шикарні автівки, бути модними і мати можливість дозволити собі користуватися паливом майбутнього. Це сигналізує про традиційні для патріархального ладу гендерні відносини, встановлені у суспільстві Німеччини, які, незважаючи на змоги феміністок змінити таке положення речей, все ж таки домінують у свідомості німецького народу.

У статті проаналізовано німецькомовні рекламні тексти в семіологічному аспекті. Ці тексти можуть бути використано як первинні чи вторинні дискурси. З цього погляду сфера реклами є на сьогоднішній день недостатньо вивченою, тому треба робити нові спроби для її ретельного аналізу і подальшої класифікації, тому що реклама – це не тільки засіб впливу на людську свідомість, а й закодована інформація про суспільні процеси, відображені як за допомогою зображення, так і за допомогою лексичних одиниць рекламного тексту.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Гусейнова И.А. Дескриптивные рекламные тексты как инструмент воздействия в системе маркетинговой коммуникации (на материале журнальной прессы ФРГ). – Дис. .... канд. филол. наук. – М., 1999. – 223 с.
2. Корглэнд Л. Бове, Уильям Ф. Арнс. Современная реклама. – Тольятти: Издательский Дом Довгань, 1995. – 704 с.
3. Маркина М. Способы репрезентации женского образа в современной рекламе: проблема идентификации. [Электронный ресурс] //Институт «Русская антропологическая школа». – Режим доступа до сайту: <http://kogni.ru/>.
4. Грошев И.В. Рекламные технологии гендера /И.В. Грошев //Общественные науки и современность. – 2000. – № 4. – С.171-178.
5. Разумовский Б.С. Реклама как вид социальной информации. – Автореф. дис. .... канд. филол. наук. – Минск, 1992. – 25 с.
6. Томская М.В. Гендерный аспект рекламы (на материале социальных рекламных текстов). [Электронный ресурс] // Летняя школа «Общество и гендер». – Рязань, 2003. – Режим доступа до сайту: <http://www.gender-cent.ryazan.ru/>.
7. ADACmotorwelt. – Heft 9, September 2009. – 91 S.
8. Koschnik W.J. Standart – Lexikon. Werbung. Öffentlichkeitsarbeit: in 2 Bd. – München; New Providence; London; Paris, 1996. – 567 S.
9. Lexikon der Werbung / Hrsg. D. Pflaum und F. Bauerle. – Landsberg am Lech, 1995. – 671 S.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ірина Велика** – здобувач кафедри германської філології Київського національного університету ім. Т. Шевченка.  
*Наукові інтереси:* гендерний аспект німецькомовної реклами.

## **ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ПРЕСУПОЗИЦИЯ И ДРУГИЕ ИМПЛИЦИТНЫЕ СМЫСЛЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИАЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

**Тетяна ЗАЙМАК (Полтава, Україна)**

*У статті пропонується розуміння категорії прагматичної пресупозиції як уявлення комунікантів про ступінь спільності їх когнітивних фондів. Запропоноване трактування категорії прагматичної пресупозиції знімає проблему її тотожності категорії фонових знань, з одного боку, та конвенціональної імплікатури, з іншого. Аналіз дискурсивних фрагментів демонструє роль прагматичних пресупозицій в актуалізації імпліцитних смислів різного порядку в дискурсі.*

*The article suggests understanding the category of pragmatic presupposition as the speakers' notion of the extent of the community of their cognitive fund. The suggested interpretation of the category of pragmatic presupposition eliminates the problem of its identity to the category of background knowledge, on the one hand, and of the conventional implicature, on the other. The analysis of the selected discourse abstracts shows the function of pragmatic presuppositions in actualization of implicit meanings of different levels in the discourse.*

Актуальность данной статьи обусловлена отсутствием в современной лингвистической науке единого мнения относительно природы пресуппозиций и их влияний на структуру речевых произведений; открытым остается вопрос о дифференциации пресуппозиций и “фоновых знаний” (background knowledge), пресуппозиций и конвенциональных импликатур. Объектом исследования в данной статье являются высказывания, осознанно создаваемые автором исходя из прагматических пресуппозиций, не соответствующих истинному положению вещей. Предмет исследования – прагматические пресуппозиции как гипотетическое представление автора о присутствии в сознании адресата релевантной контекстуальной информации, необходимой для адекватной интерпретации высказывания. Материалом исследования в данной статье послужили дискурсивные фрагменты из сценариев современных англоязычных кинофильмов. Целью статьи является конкретизация понятий “прагматическая пресуппозиция”, “фоновые знания” и “конвенциональная импликатура”.

Категория пресуппозиции имеет богатую традицию исследования в рамках прагматики языка. Лингвистическая прагматика указывает на роль прагматических пресуппозиций как условий успешности реализации речевых актов [1: 88; 9: 120; 10: 49], когнитивная природа прагматических пресуппозиций понимается как “элемент общего знания говорящего и слушающего” [6: 101], “общий когнитивный фонд” [5: 135]. Однако, остается открытым вопрос о тождественности прагматической пресуппозиции и когнитивного образования, с

которым связывают общие знания участников коммуникации; нерешенной остается и проблема того, в какой мере общие знания, с которыми ассоциируется прагматическая пресуппозиция, определяет успешность коммуникации.

Мы считаем целесообразным сузить объем понятия прагматической пресуппозиции, под которой подразумеваем предположение автора об осведомленности адресата относительно “контекстуальных условий актуализации высказываний в дискурсе и их интерпретации” [5: 135], гипотетическое представление автора об объеме его с адресатом общего когнитивного фонда. Прагматическая пресуппозиция как исходное, предшествующее созданию высказывания предположение о присутствии в сознании обоих участников коммуникации релевантной контекстуальной информации отождествляется нами с условиями успешности реализации речевых актов только с позиции автора отдельного высказывания: сообразуясь с собственной гипотезой относительно того, в какой мере адресату доступны сведения о контексте, автор создает высказывание, которое он считает уместным. Само же знание контекста, являющееся частью общих “фоновых знаний” коммуникантов позволяет адресату однозначно интерпретировать высказывание. Таким образом, собственно прагматическая пресуппозиция рассматривается нами как условие уместного употребления высказывания, а сама информация о релевантном контексте, входящая в общий когнитивный фонд коммуникантов – как залог адекватной интерпретации, “экстралингвистический фактор” [8: 110]. Данный подход дает основания для разграничения общего когнитивного фонда и прагматической пресуппозиции: первое из этих понятий отождествляется с определенной информацией, присутствующей в сознании обоих коммуникантов, в то время, как второе трактуется как представление об объеме общего когнитивного фонда, а точнее, как представление о том, является ли сведения о контексте, необходимые для адекватной интерпретации высказывания, частью когнитивного фонда обоих коммуникантов.

Представляется интересным вернуться к кажущейся забытой семантике самого термина “пресуппозиция”: значение глагола *presuppose* “assume beforehand, take for granted”, определяющее значение существительного *presupposition* “the act of presupposing”, созвучно нашему пониманию пресуппозиции-предположения как знания как акта; знание как информация соотносится с общим когнитивным фондом.

Суть прагматической пресуппозиции в вышеописанном понимании можно представить в виде следующей установки автора высказывания:  $P_1$  (Я предполагаю/знаю, что Ты знаешь)  $I$  +  $P_2$  (Я предполагаю/знаю, что Ты предполагаешь/знаешь, что Я знаю)  $I$ , где под  $P_1$  и  $P_2$  понимаются элементы прагматической пресуппозиции, личные местоимения являются репрезентациями личностей коммуникантов в сознании автора, а  $I$  представляет релевантную контекстуальную информацию и не входит в состав собственно прагматической пресуппозиции. Данное понимание прагматической пресуппозиции перекликается с пониманием *mutual knowledge* Спербером и Уилсон [11: 17-18]: коммуникант А должен не только иметь представления о контексте, идентичные представлениям коммуниканта Б, но и предполагать, что Б имеет такие же представления ( $P_1$ ) и знает о том, что А имеет такие же представления ( $P_2$ ). Иными словами, при создании высказывания решающую роль имеет не столько степень ознакомленности участников общения со знаниями о контексте, сколько адекватное видение коммуникантами границ общего коммуникативного фонда.

Становится очевидным, что в рамках вышеизложенного подхода когнитивная сущность категории прагматической пресуппозиции сводится к ментальному указателю, направленному на определенную область знаний, которая позволяет адресату интерпретировать сказанное согласно с интенциями автора. В данной трактовке новое звучание приобретает понимание прагматической пресуппозиции Л.Р. Безуглой как индикатора имплицитных смыслов [2: 256; 3: 4].

Как уже было отмечено выше, пресуппозиция присутствует в сознании автора высказывания в виде предположения (знания, ожидания), из чего можно сделать вывод, что уместно говорить о “пресуппозиции автора”. Однако, как ментальная установка говорящего пресуппозиция проектируется на само высказывание, включаясь в его смысловую структуру

в качестве эксплицитно не выраженного смыслового элемента, что позволяет сделать вывод об уместности употребления сочетания “пресуппозиция высказывания”.

Если предположения о знании релевантной контекстуальной информации, составляющие прагматическую пресуппозицию, верны, они не актуализируются в дискурсе, а воспринимаются участниками коммуникации как данность, иными словами, принимаются как условие, заданное по умолчанию. Однако нередки случаи, когда адресант, предвидя в когнитивном фонде адресата пробел, затрудняющий однозначное понимание сказанного, не сопровождает свое высказывание коммуникативно уместным комментарием, который мог бы восполнить информационный дефицит адресата, и, таким образом расширить его когнитивный фонд. В таких случаях происходит сознательное нарушение принципа кооперации Г.П. Грайса [4: 222], как минимум, максимы количества. Но, не смотря на то, что адресант “закрывает глаза” на предполагаемую неосведомленность адресата относительно релевантной контекстуальной информации, адресат выводит ее из воспринятого содержания сказанного. В таких случаях не соответствующий истине пресуппозиционный элемент  $P_1$  (Я предполагаю/знаю, что Ты знаешь), сознательно “эксплуатируемый” автором (ср. эксплуатация пресуппозиции у Е.В. Падучевой [7: 27]) указывает адресату на ту информацию, которая, исходя из неискренного предположения автора, должна быть ему, адресату, известна.

Следующий пример является фрагментом диалога мужчины и женщины, которые только-что познакомились в баре (диалог из кинофильма “How to Lose a Guy in Ten Days”):

1) *I was just wondering if you find... exciting?*

*Yes. My wife and I love New York, especially this time of year. She'd been here before, and I'd...* [Buckley 2003]

Как видно из приведенного примера, автор высказывания “My wife and I love New York...” эксплицитно не сообщил собеседнице информацию, которая по определению не является частью ее когнитивного фонда, однако, в общении он поступает так, словно эта информация ей уже известна; заведомо неверное предположение об осведомленности адресата как бы оправдывает такую форму высказывания.

В подобных случаях сведения о контексте, уместность опоры на которые автор оправдывает исходя из прагматической пресуппозиции, актуализируются в дискурсе в виде конвенциональной импликатуры: невербальная реакция (изменение выражения лица) собеседницы, которую можно охарактеризовать как удивление (I did not know you are married), подтверждает, что она вывела интендируемый автором имплицитный смысл “I have a wife”. Однако, характеризуя ситуации, аналогичные вышеописанному примеру, с нашей точки зрения, нельзя говорить о функционировании пресуппозиции в качестве импликатуры, ведь автор интендирует передачу адресату смысла “I have a wife”, и в его намерения не входит сообщить ему о собственном знании положения вещей.

Сделанное наблюдение позволяет провести различие между прагматической пресуппозицией и конвенциональной импликатурой: прагматическую пресуппозицию понимаем как проецируемую на смысл высказывания расположенность адресанта считать информацию об определенных объектах окружающего мира обоюдно доступной ему и его собеседнику, конвенциональную импликатуру трактуем как имплицитный смысл, вводимый в высказывание посредством эксплуатации прагматической пресуппозиции. Конвенциональная импликатура ассоциируется с определенной информацией, которая при корректности прагматической пресуппозиции должна быть частью общего когнитивного фонда коммуникантов.

Интересны ситуации, когда имплицитный смысл, передача которого является интендируемой автором, представлен содержанием самой прагматической пресуппозиции. В таких случаях контекстуально релевантная информация является обоюдно доступной коммуникантам, но адресат не знает, что автору о ней известно. Коммуникативным намерением автора является сообщить адресату о своей осведомленности относительно коммуникативно релевантного положения вещей.

Следующий пример является фрагментом диалога подчиненного и новой начальницы рекламной компании, в ходе которого подчиненный пытается выведать, кто является самым крупным заказчиком на данный момент (диалог из кинофильма “What Women Want”):

2) *What's your biggest fish? I mean, to your mind, who's your whale? Um...Nike? Women's Division?*

*You heard they were shopping?* [Josh Goldsmith 2000]

В данном случае вопрос “Who is your whale?...Nike?” осознанно задается коммуникантом А исходя из некорректной пресуппозиции о том, что коммуникант Б знает, что коммуниканту А известна релевантная контекстуальная информация I (Nike are shopping). Передача имплицитный смысл “Nike are shopping”, очевидно, не является интендируемой коммуникантом А, поскольку эта информация известна его собеседнице; гораздо важнее, чтобы она поняла, что коммуниканту А эта информация известна. Таким образом коммуникант А вкладывает в вопрос еще более значимый смысл: он знает, следовательно, его профессиональный уровень высок.

Похожая ситуация представлена в фрагменте диалога клиентки банка и управляющего, в ходе которого она дает ему понять, что они знакомы:

3) *How are Bobby and Snooky doin'?*

*Why, they're just fine, thank you. Nice of you to ask.* [Rubin 1990]

В данном примере вопрос “How are Bobby and Snooky doin'?” строится коммуникантом А исходя из предположения, что коммуникант Б знает, что коммуникант А знает, к кому относятся имена Бобби и Снуки. Невербальная реакция удивления коммуниканта Б показывает, что это предположение не соответствует истине; из воспринятого сообщения он выводит, что коммуникант А знает, что, Бобби и Снуки (вероятно) его дети, а, следовательно, и то, что коммуникант А знаком с его семьей и они уже встречались.

Из рассмотренных примеров становится ясно, что прагматические пресуппозиции могут функционировать в качестве конвенциональных имплицатур; при этом передача пресуппозиционального смысла влечет за собой выведение адресатом имплицатур другого порядка, к примеру, адресат понимает, что знание определенного положения вещей адресантом подразумевает его эрудированность, профессионализм, определенную степень знакомства с адресантом, и т. д. Функция прагматической пресуппозиции в подобных ситуациях сравнима с функцией пароля.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

1. Арутюнова Н.Д. Понятие пресуппозиции в лингвистике / Н.Д. Арутюнова // Известия АН СССР, серия литературы и языка, 1973. – Т. 32. – Вып. 1. – С. 84–90.
2. Безугла Л.Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі: монографія / Л.Р. Безугла. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2007. – 332 с.
3. Безугла Л.Р. Роль пресупозиції висловлення у конструюванні дискурсивної імплікатури (на матеріалі німецькомовного діалогічного дискурсу) / Л.Р. Безугла // Науковий вісник Чернівецького ун-ту. – Вип. 408-409. Германська філологія. – 2008. – С. 3–12.
4. Грайс Г.П. Логика и речевое общение / Г.П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике, 1985. – Вып. 16. – С. 217–238
5. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М.: Гнозис, 2003. – 208 с.
6. Падучева Е.В. Понятие презумпции в лингвистической семантике / Е.В. Падучева // Семиотика и информатика. – М.: ВИНТИ, 1977. – Вып. 8. – С. 91–125.
7. Падучева Е.В. Презумпции и другие виды неэксплицитной информации в предложении / Е.В. Падучева // Научно-техническая информация, серия 2. – 1981. – № 11. – С. 23–30.
8. Шендельс Е.И. Имплицитность в грамматике / Е.И. Шендельс // Сб. науч. тр. МПНИЯ им. М. Тореза. Вып. 112 : Вопросы романо-германской филологии. Синтаксическая семантика. – М.: МПНИЯ, 1977. – С. 109–120.
9. Fillmore C.J. Types of Lexical Information / C.J. Fillmore // Studies in Syntax and Semantics. F. Kiefer (Ed.). – Dordrecht : Reidel, 1969. – P. 109–137.
10. Keenan E.L. Two kinds of presupposition in natural language / E.L. Keenan // Studies in linguistic semantics. C.J. Fillmore, T. Langendoen (Eds.). – N.Y. etc. : Holt, Rinehart and Winston, 1971. – P. 45–52.
11. Sperber D. Relevance: Communication and Cognition / D. Sperber, D. Wilson. – Oxford & Cambridge : Blackwell, 1996. – 326 p.

#### ИСТОЧНИКИ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Kristen Buckley, Brian Regan, Burr Steers. How to Lose a Guy in 10 Days. Paramount Pictures (USA), United International Pictures GmbH, (Germany), 2003. – Режим доступа: [http://www.script-o-rama.com/movie\\_scripts/h/how-to-lose-a-guy-in-10-days-script.html](http://www.script-o-rama.com/movie_scripts/h/how-to-lose-a-guy-in-10-days-script.html).
2. Josh Goldsmith, Cathy Yuspa, Diane Drake. What Women Want. Icon Entertainment, North America, Paramount Pictures (USA), 2000. – Режим доступа: <http://www.awesomefilm.com/script/whatwomenwant.html>.
3. Bruce Joel Rubin. Ghost. Paramount Pictures (USA), 1990. – Режим доступа: <http://n.1asphost.com/cinemaobsession/read/ghost.txt>.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Тетяна Займак** – викладач кафедри англійської філології Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г.Короленка.

*Наукові інтереси:* лінгвістична прагматика, аналіз дискурсу.



## ЗАГАЛЬНА ЗРОЗУМІЛІСТЬ У МІЖНАРОДНОМУ АНГЛОМОВНОМУ Авіаційному дискурсі

Анна КИРИЧЕНКО (Кіровоград, Україна)

*Стаття присвячена проблемі визначення зрозумілості в міжнародному авіаційному дискурсі. Узагальнено підходи до визначення цього поняття, а також запропоновано визначення загальної зрозумілості в міжнародному авіаційному дискурсі та визначено її природу.*

*The paper is dedicated to the problem of the definition of intelligibility in the international aviation discourse. The approaches to the definition of this notion are summarized, the definition of general intelligibility in the international aviation discourse is suggested and its nature is described.*

Глобалізаційні процеси у світовій авіаційній індустрії зумовили широке використання англійської мови в цій галузі та набуття нею статусу мови-посередника, що спричинило значне збільшення кількості її користувачів серед авіаперсоналу багатьох країн. Професійна комунікація в умовах англійського авіаційного дискурсу може охоплювати три види взаємодії комунікантів: 1) спілкування між природними носіями мови; 2) спілкування між носієм (мовцем M1) та неносієм мови (мовцем M2); 3) спілкування між неносіями мови. На сучасному етапі питома вага англійської авіаційної комунікації між носіями англійської мови як нерідної значно переважає спілкування між її природними носіями.

Оскільки переважна більшість користувачів авіаційної англійської належать до різних мовних спільнот, основним критерієм правильності їхньої вимови виступає «взаємна зрозумілість» (*mutual intelligibility*) [10: 2], а не відповідність орфоепічним моделям [7: 144; 8: 3-7]. Не зважаючи на те, що зрозумілість є об'єктом багатьох досліджень (Дж. Дженкінс, Дж. Кенворсі, Б. Качру, Л. Сміт, С. Нельсон тощо), серед дослідників дотепер не існує єдиної думки щодо визначення цього поняття, а проблема специфіки зрозумілості в міжнародному авіаційному дискурсі ще не отримала належного висвітлення в науковій літературі.

Дослідження категорії зрозумілості на кожному з мовних рівнів, включаючи фонетичний, неможливе без усвідомлення сутності загальної зрозумілості. З огляду на це, метою статті є визначення загальної зрозумілості (ЗЗ), з'ясування її природи та структури. Досягнення поставленої мети передбачає систематизацію визначень поняття «зрозумілість» та суміжних з ним термінів у лінгвістичних дослідженнях, його визначення у площині досліджень міжнародної комунікації, а також з'ясування природи зрозумілості та її структури.

Під міжнародним авіаційним дискурсом (МАД) розуміємо комунікативну діяльність, що здійснюється комунікантами, які використовують англійську мову як мову-посередник для задоволення потреб професійного спілкування в авіаційній галузі.

На часі зрозумілість (*intelligibility*) є об'єктом не лише лінгвістичних досліджень, а й наукових розвідок із суміжних галузей знань: дефектології, діалектології, досліджень акустики приміщень, синтетичного мовлення тощо, де термін *зрозумілість* вживається здебільшого у значенні «відповідності між метою мовця та реакцією слухача на мовлення, що передається у певному середовищі [12: 13]». У кожній з окремих галузей знань зрозумілість вивчається під різними кутами зору, наприклад, в акустиці приміщень вона є характеристикою середовища [15: 38], а в дефектології – характеристикою мовлення [5: 118].

З поширенням англійської мови у світі та з початком її використання як *lingua franca* міжнародною спільнотою, категорія зрозумілості стала важливим аспектом вивчення міжнародної комунікації. Аналіз наукових праць з цієї проблеми [1; 2; 3; 10; 11; 13; 16 та ін.], проведений нами, перш за все, засвідчив відсутність у сучасній літературі чіткої термінологічної системи зрозумілості / *intelligibility*.

Будучи «найменш дослідженим та найменш зрозумілим поняттям у міжкультурному та міжмовному контекстах» [11: 94], зрозумілість/*intelligibility* використовується зарубіжними вченими у таких варіаціях: *зручна зрозумілість* / *comfortable intelligibility* [13: 120], *взаємна зрозумілість* / *mutual intelligibility* [10: 2], *міжнародна зрозумілість* / *international intelligibility* [16: 75; 18: 10], *загальна зрозумілість* / *general intelligibility* [14: 274]. З метою узагальнення підходів до визначення *зрозумілості* пропонуємо огляд досліджень,

присвячених цій проблемі. Для зручності та більш точної диференціації термінів подаємо їх разом з англійськими відповідниками.

Дж. Кетфорд вважає, що зрозумілість-intelligibility має місце тоді, коли «слухач розуміє слова мовця, тобто його реакція відповідає лінгвістичним формам висловлення» [3: 8]. Адресант (A1) досягає повної зрозумілості-intelligibility тоді, коли ці лінгвістичні форми (слова, морфологічні та синтаксичні засоби, а також звуки) є відповідно підібраними [там само]. Дослідник також вживає термін *ефективність / effectiveness*, що позначає розуміння мети мовця [3: 7]. Зазвичай метою адресанта є виклик такої реакції адресата (A2), яка б відповідала меті говоріння A1 [там само]. Отже, якщо мовцю вдається викликати адекватну реакцію, спілкування вважається ефективним. Ефективність не полягає виключно в *зрозумілості-intelligibility* висловлення, а передбачає врахування інших елементів ситуації – нелінгвістичних засобів, – що допомагають A2 відреагувати на висловлення у відповідності до мети A1 [3: 8].

Л. Сміт та С. Нельсон пропонують три терміни: зрозумілість-intelligibility, зрозумілість-comprehensibility та зрозумілість-interpretability [17: 429]. Під *зрозумілістю-intelligibility* вони розуміють впізнавання слова або висловлення; *зрозумілість-comprehensibility* тлумачиться як розуміння значення слова чи висловлення, або локутивний зміст / locutionary force; а *зрозумілість-interpretability* є розумінням значення поза словом чи висловленням, або іллокутивним змістом / illocutionary force [там само]. Причому, Л. Сміт вважає, що ці категорії утворюють ієрархію зі *зрозумілістю-intelligibility* на найнижчому, та *зрозумілістю-interpretability* – на найвищому рівнях [16: 76]. С. Нельсон вживає також терміни *загальна зрозумілість / general intelligibility*, або *розуміння / understanding*, які охоплюють три вище зазначені складові та позначають процес розуміння взагалі [14: 274]. Автор наголошує на доцільності поділу розуміння на *зрозумілість-intelligibility*, *зрозумілість-comprehensibility* та *зрозумілість-interpretability*, що є необхідним для їхнього детального аналізу та опису [там само].

Дж. Кенворсі вживає термін зрозумілість-intelligibility, яку вважає синонімом *розуміння-understanding*, та протиставляє ці два терміни *комунікації / communication*. Зрозумілість-intelligibility та розуміння-understanding обмежуються впізнаванням слів: «чим більше слів, вимовлених певним мовцем, може правильно розпізнати слухач, тим більш зрозумілим-intelligible є цей мовець» [13: 117]. З огляду на те, що слова складаються зі звуків, суть зрозумілості-intelligibility полягає у правильному декодуванні звукового коду [там само]. *Комунікація / communication* передбачає розуміння мети мовця [13: 119-120], а відтак вона є складнішим процесом, ніж *зрозумілість-intelligibility*, оскільки вимагає від слухача врахування всієї доступної інформації про мовців, ситуацію, пресупозицію тощо [13: 120].

Дж. Кенворсі також піднімає питання *ефективної комунікації / effective communication* та *ефективності (дієвості) комунікації / efficiency of communication*. Авторка вважає, що навіть, якщо жодне слово не є зрозумілим-intelligible, комунікація є ефективною, за умови, коли A2, спираючись на екстралінгвістичні засоби, зуміє правильно ідентифікувати комунікативну інтенцію A1, а це, в свою чергу, дасть йому можливість зрозуміти зміст повідомлення. Однак, якщо мовлення A1 характеризується постійними запинаннями, самовиправленнями, перефразуванням тощо, які спричинюють значні труднощі в декодуванні повідомлення, така комунікація не може бути ефективною / efficient, і таку *зрозумілість-intelligibility* не можна описати дескриптором *зручна / comfortable* [там само].

Б. Качру розглядає зрозумілість-intelligibility в контексті досліджень англійської мови як мови-посередника. Хоча дослідник і не подає чіткого визначення цього поняття, він зауважує, що однією з проблем більшості досліджень зрозумілості-intelligibility є те, що «вони зосереджені переважно на фонетичному рівні, а перешкоди зрозумілості-intelligibility на інших рівнях, особливо в комунікативних одиницях, ще не достатньо досліджені» [11: 94]. Б. Качру розглядає зрозумілість-intelligibility як здатність бути зрозумілим взагалі, допускає існування різних рівнів розуміння, але не розмежовує їх.

А. Бемгбоуз пропонує термін зрозумілість-intelligibility й визначає його як «комплекс чинників, що включають впізнавання мовного виразу, знання його значення та специфіки його використання в соціокультурному контексті» [2: 11]. Це визначення співвідноситься з

трьома термінами, запропонованими Смітом та Нельсоном, оскільки «впізнавання виразу», «знання його значення» та «знання соціокультурного контексту його вживання» подібні до їхніх визначень *зрозумілості-intelligibility*, *зрозумілості-comprehensibility* та *зрозумілості-interpretability*, відповідно.

К. Джеймс оперує трьома термінами: *зрозумілість-comprehensibility*, *зрозумілість-intelligibility* та *комунікативність / communicativity*. *Зрозумілість-comprehensibility* використовується автором як «загальний термін, що охоплює всі аспекти доступності змісту висловлення на противагу його форми» [9: 212]. *Зрозумілість-comprehensibility*, на думку дослідника, складається з *зрозумілості-intelligibility* та *комунікативності / communicativity*, першу з яких він тлумачить як «доступність основного, буквального значення, пропозиційного змісту, закодованого у висловленні» [9: 216], а під другою розуміє «доступність прагматичного, імпліцитного, конотативного змісту» [там само]. *Комунікативність / communicativity* є «досягненням вищого порядку, що передбачає передачу правильної соціальної інформації» [9: 217].

Дж. Дженкінс використовує термін *зрозумілість-intelligibility* й тлумачить його як «продукування та впізнавання формальних властивостей слів та висловлень, зокрема здатність породжувати й сприймати їхню фонологічну форму» [10: 78]. Це визначення зроблене на основі тлумачення поняття, запропонованого Смітом та Нельсоном. Отже, у розумінні Дж. Дженкінс *зрозумілість-intelligibility* обмежується рівнем впізнавання слів.

Дж. Філд вживає два терміни: *зрозумілість-intelligibility* та *зрозумілість-comprehensibility*, де перший визначається як «ступінь впізнаваності змісту повідомлення» [4: 35], а другий – як «ступінь розуміння повідомлення мовця, яке досягається шляхом поєднання відповідного словникового запасу, правильного (або близького до правильного) синтаксису, точної прагматики та володіння основними рисами вимови» [там само]. Таким чином, на думку автора, *зрозумілість-intelligibility* є частиною *зрозумілості-comprehensibility*.

Аналізуючи зміст трьох термінів, запропонованих Смітом та Нельсоном, С.Н. Атечі зазначає, що *зрозумілість-intelligibility* є цілісним явищем, та піддає сумніву доцільність поділу її на складові [1: 44]. Вслід за Б. Качру, він розглядає її як здатність бути зрозумілим взагалі [там само].

Таким чином, аналіз теоретичної літератури з проблеми дослідження, засвідчив, що більшість дослідників розмежовує *зрозумілість* лінгвістичної та екстралінгвістичної інформації (Дж. Кетфорд, Л. Сміт та С. Нельсон, Дж. Кенворсі, К. Джеймс і Дж. Філд). Не зважаючи на термінологічні розбіжності, у визначенні *зрозумілості* позамовних явищ спостерігається певна схожість думок. Однак *зрозумілість* мовного матеріалу розглядається вченими під різними кутами зору. Дж. Кетфорд, К. Джеймс та Дж. Філд тлумачать *зрозумілість-intelligibility* як розуміння загального змісту, закодованого одиницями мовного коду. Л. Сміт та С. Нельсон, Дж. Кенворсі, Дж. Дженкінс розглядають *зрозумілість-intelligibility* у вужчому розумінні, вважаючи її впізнаванням слів або висловлень, в основі якого лежить декодування звукової інформації.

В російськомовних наукових джерелах термін «intelligibility» перекладається здебільшого як «разборчивость» (укр. *розбірливість*) і вживається в контексті акустичних досліджень, спрямованих на вивчення проблем передачі мовлення за допомогою телекомунікаційних технологій (І.А. Алдошина, А.Г. Войшвилло, О.Ю. Радзишевський, Ю.М. Новіков). Основна увага при цьому приділяється з'ясуванню особливостей якісної передачі мовленнєвого сигналу та його коректного сприйняття слухачем. Тут *розбірливість* тлумачиться як характеристика мовлення, а слухач є її пасивним оцінювачем, що дозволяє говорити про зосередженість цих досліджень в основному на фізичному аспекті усного мовлення.

З урахуванням функціонального аспекту мовлення в умовах міжнародної комунікації, на нашу думку, більш точним українським відповідником англійського *intelligibility* є *зрозумілість*, а не *розбірливість*. Термін *зрозумілість* вбирає в себе усі якості, притаманні явищу, яке він позначає, оскільки характеризує не тільки повідомлення, а й учасників комунікації, адже процес розуміння повідомлення залежить не лише від якості мовленнєвого продукту адресанта, а й від знань, комунікативних умінь і мовних навичок адресата. Крім

того, про функціональний аспект поняття «intelligibility» свідчать і його дескриптори – «взаємна», «міжнародна», «загальна» та «зручна», які не можуть бути застосованими для характеристики *розбірливості*.

Тож, у контексті досліджень міжнародного спілкування вважаємо за доцільне використання терміну «загальна зрозумілість/ *general intelligibility*» для позначення розуміння змісту висловлення взагалі. Визначаючи природу загальної зрозумілості в МАД, розглядаємо її як характеристику комунікації, що дозволяє врахувати комплексність досліджуваного явища.

Комплексний характер категорії загальна зрозумілість в міжнародній авіаційній комунікації відрізняє її від тлумачення цього поняття в інших галузях знань, де використовуються схожі терміни, і де здебільшого зрозумілість зумовлюється одним чинником: у діалектології – конкретним діалектом (мовним кодом); у дефектології – фізіологічними особливостями мовного апарату (адресантом); в акустиці – середовищем (каналом) тощо.

Комплексність ЗЗ полягає у врахуванні всіх чинників, які на неї впливають, у нерозривній єдності: адресанта, адресата, мовного коду, контексту, каналу передачі повідомлення, і зміна значення одного з них може спричинити втрату зрозумілості. На нашу думку, ЗЗ залежить не лише від здатності А1 кодувати повідомлення, а й від умінь А2 декодувати його. Разом з тим, достатні мовленнєві вміння комунікантів не гарантують зрозумілості повідомлення, якщо комунікація відбувається через канал, який містить перешкоди, що не дозволяють А2 правильно декодувати повідомлення.

Для більш точного опису загальної зрозумілості в умовах міжнародного авіаційного дискурсу, необхідно виокремити її складові компоненти. Відштовхуючись від тлумачення загальної зрозумілості Л. Сміта та С. Нельсона, пропонуємо такі її рівні:

1) фонетична зрозумілість, під якою розуміємо здатність встановлювати та відтворювати відповідності між звуками та фонемами (фонетико-фонологічні відповідності), що робить можливим впізнавання слова або висловлення;

2) лексична зрозумілість, що є встановленням та відтворенням відповідності між словом і певним явищем дійсності;

3) граматична зрозумілість, яку тлумачимо, як встановлення та відтворення відношень, у яких перебувають явища дійсності, а також відношення людини до тих явищ;

4) дискурсивна зрозумілість, під якою розуміємо встановлення та відтворення відповідності між позамовними засобами та метою адресанта.

Отже, загальна зрозумілість як невід’ємна характеристика комунікації у міжнародному авіаційному дискурсі є комплексною категорією. Її комплексний характер полягає в необхідності врахування усіх чинників, які зумовлюють загальну зрозумілість. Її структуру можна представити у вигляді сукупності рівнів, що складається з фонетичної, лексичної, граматичної та дискурсивної зрозумілості.

Структура загальної зрозумілості, а також місце у ній фонетичної зрозумілості, потребує докладнішого вивчення, що і є перспективою подальшого дослідження цієї проблеми.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Atechi S.N. The Intelligibility of Native and Non-native English Speech: a Comparative Analysis of Cameroon English and American and British English. – Chemnitz: Chemnitz University of Technology, 2004. – 263 c.
2. Bamgbose A. Torn between the Norms: Innovations in World Englishes // World Englishes. – 1998. – Т. 17. – №1. – С. 1-14.
3. Catford J. Intelligibility // English Language Teaching Journal. – 1950. – т. 1. – №1. – С. 7-15.
4. Field J. The fuzzy notion of ‘intelligibility’: A headache for pronunciation teachers and oral testers // IATEFL Special Interest Groups Newsletter. – 2003. – p. 35-38.
5. Gordon-Brannan M.E., Weiss C.E. Clinical management of articulatory and phonologic disorders. – London: Lippincott Williams & Wilkins, 2006. – 359 c.
6. Gordon-Brannan M.E., Weiss C.E. Clinical management of articulatory and phonologic disorders. – London: Lippincott Williams & Wilkins, 2006. – 359 c.
7. Hunter M. The Music is the Message: Prosody in Aviation Discourse // Turney M.A. Tapping diverse talent in aviation: culture, gender, and diversity. – Farnham: Ashgate Publishing, Ltd., 2004. – С. 129-153.
8. ICAO Manual on the Implementation of ICAO Language proficiency Requirements (Doc 9835 AN/42), 2004.
9. James C. Errors in language learning and use: exploring error analysis. – London: Longman, 1998. – 304c.
10. Jenkins J. The Phonology of English as an International Language. – Oxford: Oxford University Press, 2000. – 258 c.
11. Kachru B.V. The Alchemy of English: The Spread, Functions, and Models of Non-native Englishes. – Illinois: University of Illinois Press, 1990. – 200 c.

12. Kent R.D. *Intelligibility in speech disorders: theory, measurement, and management.* – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1992. – 365 с.
13. Kenworthy J. *Intelligibility* // Kenworthy J. *Teaching English Pronunciation.* – London: Longman, 1996. – С. 117-130.
14. Nelson C. *Intelligibility and world Englishes in the classroom* // *World Englishes.* – 1995. – № 14. – С. 273-279.
15. Sabine P.E. *Acoustics and Architecture.* – New York: Read Books, 2007. – 340 с.
16. Smith L.E. *Spread of English and Issues of Intelligibility* // Kachru B.B. *The Other Tongue: English Across Cultures.* – Illinois: University of Illinois Press, 1992. – С. 75-90.
17. Smith L.E., Nelson C.L. *World Englishes and Issues of Intelligibility* // Kachru B.B., Kachru Y., Nelson C.L. *The Handbook of World Englishes.* – Oxford: Wiley-Blackwell, 2009. – С. 428-446.
18. Walker R. *Pronunciation for International Intelligibility* // *English Teaching Professional.* – 2001. – № 21. – С. 10-14.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Анна Кириченко – викладач кафедри іноземних мов Державної льотної академії України.

*Наукові інтереси:* проблеми дослідження міжнародного англомовного авіаційного дискурсу.

## ФОРМУВАННЯ ПРИБЛИЗНОСТІ ІНДИВІДОМ У ВИСЛОВЛЮВАННІ

Ганна КІРСАНОВА (Запоріжжя, Україна)

*У статті розглянутий процес формування приблизності індивідом у висловлюванні, проаналізовані когнітивні механізми цього процесу, описані засоби актуалізації приблизності.*

*In this article the process of individual approximate formation is investigated. Cognitive devices of this process are analyzed. The means of approximate actualization are described.*

На початку ХХІ ст. набуло актуальності комплексне дослідження мови. Зміна парадигм у лінгвістиці так чи інакше залишила слід у науці про мову, змушуючи напрямки впливати один на одного. Новий підхід у лінгвістиці – когнітивно-дискурсивний – увібрав у себе попередні етапи мовознавства. Новий термінологічний апарат і нова позиція когнітивно-дискурсивної лінгвістики до кожного окремого питання робить більший акцент на ментальних процесах людини. Звертаючи увагу лінгвістів на теорію категоризації та концептуалізації людського досвіду, вона не залишає осторонь теорію мовленнєвої діяльності й теорію висловлювання, що безумовно входять також до компетенції комунікативної та психолінгвістики.

Формування висловлювання індивідом завжди вивчалось на матеріалі праць психолінгвістів. Деякі філософські засади цього питання розвинені з праць В. фон Гумбольдта, О.О. Потебні [4; 11]. Особлива увага при вивченні цього питання зверталась на праці російських психологів Л.С. Виготського, О.Р. Лурії, О.О. Леонт'єва [3; 7; 8], що детально роз'яснили психічні процеси породження та сприйняття мовлення. Але нова наукова парадигма лінгвістики, в руслі якої ведеться наше дослідження категорії приблизності, вимагає нового опису та аналізу мовленнєво-мисленнєвої діяльності. Тому у нашому дослідженні ми також використовували актуальні наукові міркування відомих учених-когнітивістів О.С. Кубрякової, В.А. Звегинцева, О.В. Падучевої [5; 10; 15] та ін. Вивчення формування приблизності у висловлюванні набуває своєї актуальності в рамках когнітивно-дискурсивного підходу у лінгвістиці, що дає змогу показати, як протікають когнітивні процеси свідомості у мовних формах.

Приблизність є універсальною властивістю кожної мови. Пошуками приблизності в англійських оцінних реченнях займалися Ю.Є. Сорокін, О.М. Вольф та Н.Д. Арутюнова [1; 2; 13]. Але ними не була розкрита роль когнітивних механізмів формування приблизності індивідом у висловлюванні. Цей бік питання недостатньо висвітлений й у вітчизняній науковій літературі. Тому набуває актуальності подальше дослідження нами категорії приблизності у когнітивно-дискурсивному аспекті.

Мета даної статті полягає у з'ясуванні послідовності процесу формування приблизності у висловлюванні. З цією ціллю необхідно: по-перше, прослідити роль когнітивних механізмів при побудові висловлювання; по-друге, проаналізувати процес вербалізації приблизного висловлювання; по-третє, з'ясувати мовні засоби вираження приблизного висловлювання.

Спочатку звернемось до деяких основ нашого дослідження. „Психіка – це системна якість високоорганізованої матерії, що полягає в активному відображенні суб'єктом об'єктивного світу, в побудові ним невідчужуваної від нього картини світу та саморегуляції на цій основі своєї поведінки і діяльності” [12: 324]. У такому випадку картина світу індивіда

базуватиметься на результатах власних когнітивних (психічних) процесів. Ці процеси є невід'ємною біологічною властивістю кожної здорової людини. Вони впливають на породження та сприйняття мовлення, котре саме по собі теж є когнітивним процесом. Крім того мовлення є ще й діяльністю, що нам яскраво доводять прибічники теорії мовленнєвої діяльності. Які ж ще існують когнітивні процеси свідомості людини? Це й сприйняття, й увага, пам'ять, мислення, творчість та ін. „Когнітивний (пізнавальний) процес являє собою вид поведінки тварин і людини, в основі якого знаходиться не умовно-рефлекторна відповідь на вплив зовнішніх стимулів, а формування внутрішніх (мисленнєвих) уявлень про події та зв'язки між ними” [12: 231]. Зазначимо, що усі когнітивні процеси людини мають бути свідомими, тобто інтенціональними. З цього випливає, що когнітивні процеси мають бути виражені засобами мови. При цьому всі механізми праці людської свідомості є несвідомими, бо вони таким чином є біологічно обумовленими. До таких механізмів І.П. Меркулов відносить: рецепції, фільтрації, інтерпретацію інформації та інші [9].

Багато учених по-різному виділяють види мислення. М.П. Кочерган розрізняє три типи мислення: чуттєво-образне, технічне і поняттєве. „Тільки поняттєвий тип мислення протікає в мовних формах” [6: 187]. Поняттєвий тип мислення є тим вищим психічним процесом, на який ми звертаємо увагу в нашій роботі. Саме на основі цього мислення відбувається вербалізація будь-якої категорії. При вивченні процесу формування приблизності у висловлюванні стає необхідним прослідити, яким чином проходить вербалізація цієї категорії у процесі мислення.

Взагалі, до породження висловлювання повинні пройти певні когнітивні стадії, без яких неможливо подальше правильне мовлення. Ф.С. Бацевич виділяє наступні етапи процесу вербалізації висловлювання: превербальний (підетапи – інтенціональний та внутрішнє мовлення) та вербальний (підетапи – пропозиціоналізація, побудова поверхневої структури і заміни) [14]. Власне категоризація, під якою Ф.С. Бацевич розуміє „когнітивну операцію підведення виділених на етапі розчленування початкового задуму аспектів під певні абстрактні типи ситуацій” [14: 33], відіграє суттєву роль у превербальному етапі вербалізації висловлювання. На нашу думку, на даному етапі використовуються усі три функції висловлювання: номінація, предикація, локація. Цей етап формування висловлювання полягає не тільки у доборі відповідних частин мови, а також у виборі корелятивних зв'язків між ними. Таким чином, мовець нібито розраховує кількість таких зв'язків та їх обумовленість. Яскравим прикладом формування приблизності у висловлюванні є явище хезитації у мовленні, що пов'язано з пошуком відповідної номінації з обмеженої зони можливостей. Це пояснюється тим, що „у мовах світу одні й тіж самі засоби часто обслуговують і приблизну номінацію і препаративну підстановку” [16: 438]. „Мовець не просто відкладає правильну номінацію, а відмовляється від пошуку правильної номінації після невдалих спроб або просто сигналізує, що відповідної номінації „під рукою” немає, а слухач повинен спробувати самостійно відновити потрібний фрагмент смислу з контексту” [16: 439]. Після спричиненої паузи в мовленні звичайно знаходиться *подібна* номінація, що перетворює висловлювання з хезитацією на приблизне.

У сучасній англійській мові для явища хезитації використовуються такі лексеми, як *sort of*, *kind of*, *like*, *not like* та інші у випадках, коли мовець не може добрати відповідних найменувань. Наприклад, *Of course war's terrible, and all that sort of thing* (W. S. Maugham, 'The moon and sixpence', ch. 58). Хезитація зникає з приблизного висловлювання, коли навмисне неточне найменування спричинює явище приблизності. При виборі таких засобів вираження приблизності в тексті не завжди існують справжні паузи, що свідчить про швидкий процес мислення індивіда і відсутність необхідності більш точного найменування. Наприклад, *I received the impression of a life which was a bitter struggle against every sort of difficulty; but I realised that much which would have seemed horrible to most people did not in the least affect him* (W. S. Maugham, 'The moon and sixpence', ch. 21). Дуже часто автори художніх творів використовують метафору для приблизного найменування. Тобто вони не вагаються у доборі альтернативних засобів, а проводять певне порівняння з іншим об'єктом. Наприклад, *There was just that shadowiness about them which you find in people whose lives are part of the social organism, so that they exist in it and by it only. They are like cells in the body, essential, but,*

so long as they remain healthy, engulfed in the momentous whole (W. S. Maugham, 'The moon and sixpence', ch. 8). Мовець може уживати засоби приблизності з метою передачі емоційного стану інших людей. Наприклад, *I imagine that a pickpocket, proud of his light fingers, must feel a sort of indignation with the careless woman who leaves in a cab a vanity-bag with all her jewels in it* (W. S. Maugham, 'The moon and sixpence', ch. 18). А іноді автор тексту звертається до приблизності, щоб прозвести на сприймача повідомлення підсилювальний емотивний ефект. Наприклад, *From the hat the eyes of the robust anarchist wandered to the displaced table, gazed at the broken dish for a time, received a kind of optical shock from observing a white gleam under the imperfectly closed eyelids of the man on the couch* (J. Conrad, 'A secret agent', ch. 12). Але трапляються випадки, коли мовець навмисно обирає засоби вираження приблизності, щоб зробити своє мовлення більш лаконічним, уникнути повторів, тавтології, або таким чином виказати зневагу до предмету обговорення. Наприклад, *"There wasn't any need to insult her that I can see," I said. "After all, it was rather a compliment she was paying you." "That sort of thing makes me sick," he said roughly* (W. S. Maugham, 'The moon and sixpence', ch. 13).

Формування приблизності у висловлюванні може відбуватися також на основі інших лексичних засобів. Практика доводить, що на якому б мовному рівні не вивчалась приблизність, на кожний наступний рівень мовної системи будуть впливати нижчі рівні, в більш істотній мірі попередні. Отже, сукупність висловлювань утворюють дискурс. Це нове поняття в сучасній лінгвістиці, що характеризує собою набір усіх мовних та позамовних засобів, що виникають під час розмови або у ході письмової комунікації. Дискурс є максимальною одиницею мови, у якому зосереджуються усі засоби її втілення від фонемних до синтаксичних.

У ході дослідження ми з'ясували чинники, що грають роль під час формування приблизності індивідом у висловлюванні. Якщо взяти до уваги хід мислення індивіда і результати категоризації ним дійсності, тобто підведення якогось об'єкта чи явища під певну категорію, то приходимо до висновку, що категорія приблизності має своє вираження передусім у нечітко сформульованих фразах, деяких паузах у мовленні, підборі лексичних одиниць з семою «приблизність». І це, на нашу думку, пояснюється як фізіологічними процесами мозоку людини (як окрема тема для подальшого вивчення у нейролінгвістиці), так і цілеспрямованими проявами мовлення індивіда.

Намітемо декілька пріоритетних напрямків дослідження категорії приблизності. Ними можуть бути подальше виявлення різнорівневих лінгвістичних засобів репрезентації категорії приблизності в дискурсі, визначення головних та факультативних параметрів представлення приблизних ситуацій в дискурсах різних типів, виявлення специфіки прояву категорії приблизності в діалогічному мовленні, дослідження відносин категорії приблизності з категорією емотивності, оцінки та інших категорій, виявлення універсального та специфічного у приблизних ситуаціях у текстах певних типів, розробка комплексного дослідницького методу вивчення категорії приблизності в дискурсі.

Наше дослідження може відігравати важливу роль при написанні дипломних, магістерських, науково-дослідних робіт з когнітивної лінгвістики, а також використовуватися у читанні лекцій з цієї дисципліни. Подальший напрямок вивчення цієї проблеми може знайти своє відображення у дослідженні інших питань категорії приблизності в комунікативній та психолінгвістиці.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл / Арутюнова Н. Д. – М.: Наука, 1976. – 383 с.
2. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки / Вольф Е. М. – М.: Наука, 1985. – 228 с.
3. Выготский Л. С. Развитие высших психических функций / Выготский Л. С. – М., 1960. – 500 с.
4. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / Гумбольдт В. фон. – М.: Наука, 1984. – 397 с.
5. Звегинцев В. А. Предложение и его отношение к языку и речи / Звегинцев В. А. – М.: Изд-во МГУ, 1976. – 307 с.
6. Кочерган М. П. Загальне мовознавство: підруч. [для студ. філ. спец. вищ. навч. закл.] / Кочерган М. П. – К.: ВЦ "Академія", 2006. – 464 с.
7. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность / Леонтьев А. А. – М.: Просвещение, 1969. – 214 с.
8. Лурия А. Р. Язык и сознание / Лурия А. Р. – М.: Изд-во МГУ, 1979. – 319 с.
9. Меркулов И. П. Когнитивные способности / Меркулов И. П. – М.: ИФ РАН-ГУГН, 2005. – 182 с.
10. Падучева Е. В. Высказывание и его соотношение с действительностью: референциальные аспекты семантики местоимений / Падучева Е. В. – М.: Наука, 1985. – 272 с.
11. Потебня А. А. Мысль и язык / Потебня А. А. – К.: СИНТО, 1993. – 192 с.

12. Психология : словарь / [ред. А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский]. – М. : Политиздат, 1990. – 494 с.
13. Сорокин Ю. Е. Синтаксические конструкции приблизительной оценки в современном английском языке : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. фил. наук : спец. 10.02.04 „Германские языки” / Ю. Е. Сорокин. – М., 1988. – 16 с.
14. Бацевич Ф. С. Когнітивне і лінгвальне в процесах вербалізації (на матеріалі аномальних висловлень) / Ф. С. Бацевич // Мовознавство. – 1997. – № 6. – С. 30–36.
15. Кубрякова Е. С. О номинативном компоненте речевой деятельности / Е. С. Кубрякова // Вопросы языкознания. – 1984. – № 4. – С. 13–22.
16. Подлеская В. И. О лексических маркерах гезитации в спонтанной речи: уроки армянского / В. И. Подлеская, В.Г. Хуршудян // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии. Труды межд. конф. „Диалог 2006” (Бекасово, 31 мая – 4 июня 2006 г.). – 2006. – № 4. – С. 429–439.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ганна Кірсанова – аспірант кафедри англійської філології Запорізького національного університету.  
*Наукові інтереси:* лінгвокогнітивістика, дискурсологія.

## АКЦЕНТНА ФУНКЦІЯ ЗАПЕРЕЧНОГО ПОВТОРУ В ТЕКСТАХ НОВИН АМЕРИКАНСЬКИХ ГАЗЕТ

Ганна КРИШТАЛЮК (Кам'янець-Подільський, Україна)

*У статті розглядаються когнітивні особливості функціонування заперечення як засобу акцентування компонентів подій на різних етапах розгортання текстів американських газетних новин. Досліджено, що акцентування складників подій досягається одноразовим або багаторазовим повтором заперечень.*

*This article focuses on negation as a means of accentuating the aspects of events at different stages of American news text development. It is investigated that accentuating of event components is achieved through non-recurring or recurring repetition of negative units.*

Заперечення бере участь у передачі інформації й висвітленні основних її моментів [4: 25; 11: 234; 14: 994]. Інформативна функція заперечення розглядалася в межах комунікативно-синтаксичного [17: 765-766], структурно-семантичного [13: 114, 117] й прагматичного підходів [16; 17]. Однак, нерозкритими залишаються когнітивні чинники представлення запереченнями аспектів подій на різних етапах розгортання текстів, що визначає **актуальність** цієї статті. Її **метою** є дослідження лінгвокогнітивних особливостей функціонування заперечного повтору як засобу акцентування компонентів подій у текстах американських газетних новин. Зміст тексту новин поступово розподіляється між заголовком, вступом, блоками головної події, фонових подій і коментарів, які містять висловлювання очевидців [2: 256-257]. Призначення газетних новин інформувати про те, що відбувається в різних сферах життя людини [3: 10-11], визначає реалізацію запереченнями функції акцентування компонентів подій у текстах цього жанру.

**Акцентування** – це композиційно-сміслова функція заперечень, що полягає в наголошенні ними у вступі, блоках головної події та коментарів на значущих аспектах події, представленої в заголовку, для формування закладеного в тексті бачення її адресатом. Реалізація запереченнями функції акцентування спирається на прийом висунення (foregrounding), що полягає в розміщенні на передньому плані важливої за значимістю мовної форми, яка виступає пошуковим стимулом або “ключем” у процесах мовної обробки інформації [8: 21]. Втілення запереченнями прийому висунення особливо актуально для газетних новин, оскільки для збереження інформативності структура тексту повинна виводитися зі стану автоматизму [9: 95]. Заперечні одиниці акцентують компоненти подій, втілюючи такий тип висунення як повтор [1: 24; 5: 9; 9: 195], який є ефективним засобом привернення уваги адресата до представленої в газетному тексті події [6: 17; 12: 11] та її запам'ятовування [10: 131].

**Заперечний повтор** полягає у вживанні виявлених у заголовку заперечень один або більше разів у блоках тексту новин, що забезпечує висунення одиниць на позначення окремих аспектів повідомлення з метою їх акцентування. Функціонування заперечного повтору як засобу акцентування компонентів подій базується на взаємодії образ-схем, – елементарних ментальних структур сенсомоторного походження [15: xiv], які визначають не лише значення заперечень [7: 124], але й композиційно-сміслову структуру текстів, оскільки забезпечують смислову зв'язність і моделювання подій [15: 41; 20: 28]. У текстах новин



спостерігається одноразовий повтор заперечення заголовка у вступі і його багаторазовий повтор у тексті.

**Одноразовий** повтор виявляється у вживанні у вступі заперечень (*ban, collapse, criticize, deny, dismiss, fail, not fund, not help, not protect, rebuff, refuse, reject* тощо), які представляють у заголовку відношення сили, що спираються на однойменні образ-схеми, структуровані вектором, джерелом і ціллю [15: 43]. Одноразовий повтор заперечення заголовка у вступі привертає увагу читача до основної теми повідомлення й визначає напрям її сприйняття. Наприклад, у заголовку *Groups criticize Romney's comments* (The Washington Post, 16.09.2005) заперечна одиниця *criticize*, яка позначає вектор образ-схеми КОМУНІКАТИВНА ПРОТИДІЯ, що формується словесним зіткненням джерела (*groups*) й цілі (*Romney's comments*) однакової сили, повторюється у вступі формою минулого часу *criticized: Boston, Sept. 15 – Civil liberties and Muslim groups criticized Massachusetts Gov. Mitt Romney on Thursday for suggesting that authorities should spend more time monitoring mosques and their attendees*.

У наведеному вступі заперечення *criticized* повторюється з метою акцентування джерела КОМУНІКАТИВНОЇ ПРОТИДІЇ, позначеного підметом *civil liberties and Muslim groups*, цілі, позначеної додатком *Massachusetts Gov. Mitt Romney*, часу (*on Thursday*) та причини (*for suggesting that authorities should spend more time monitoring mosques and their attendees*) її здійснення.

**Багаторазовий** повтор заперечень заголовка полягає у їх вживанні у вступі, основному й заключному блоках коментарів з метою наголошення на основному смислі повідомлення. У 95 % новин багаторазовий повтор заперечень є **переривчастим**, тобто спостерігається не послідовно в структурі тексту, а через інтервали, представлені фоновими блоками. У новинах виявлено багаторазовий переривчастий повтор заперечних одиниць *no, missing* із перцептивним значенням і *delay, postpone* зі значенням соціальної перешкоди, яка виявляється в тому, що джерело використовує свої повноваження для припинення діяльності цілі.

Багаторазовий переривчастий повтор включеного в заголовок заперечення *no*, яке сполучається з одиницями на позначення сприйняття, у вступі й блоках коментарів здійснюється з метою наголошення на відсутності об'єктів у межах поля зору читача або учасника події. Так, у заголовку *Autopsy finds no toxin in Milosevic's blood* (The International Herald Tribune, 18-19.03.2006) заперечення *no* з предикатом *finds* вказує на невиявлення виконавцями автопсії (*autopsy*) отруйних речовин (*toxin*) у полі зору, окресленому обставиною *in Milosevic's blood*.

Повтор вжитого в заголовку заперечення *no* в наведеному нижче текстовому фрагменті, представленому вступом (абзац 1) і двома коментарями (абзаци 3, 8), акцентує увагу адресата на відсутності ознак небезпечних речовин (*evidence of any toxin or abnormal levels of the prescribed medicines, indications of poisoning, traces of rifampicin*) у тілі Слободана Мілошевича (*on the body of Slobodan Milosevic*), спонукаючи читача виключити отруєння з ряду можливих причин його смерті: (1) *THE HAGUE: A Dutch autopsy on the body of Slobodan Milosevic, the former Yugoslav president, detected no evidence of any toxin or abnormal levels of the prescribed medicines, the United Nations war crimes tribunal announced Friday*. (3) *“So far, no indications of poisoning have been found,” Judge Fausto Pocar, the tribunal president, said at a crowded news conference*. (8) *No traces of rifampicin were found, the published results said*.

Багаторазовий переривчастий повтор використаного в заголовку заперечення *missing* у вступі й заключному абзаці акцентує на кількості зниклих осіб, часі, обставинах зникнення, а також на викликаних ним подальших діях. Наприклад, у заголовку новин *Reservoir dam bursts in Hawaii; one is killed and 7 are missing* [NYT 31] про прорив дамби на Гавайях заперечення *missing* наголошує на кількості осіб (7), зниклих під час катастрофи. Включене в заголовок заперечення *missing* повторюється у вступі, розширюючи відомості про основну тему повідомлення, і в заключному абзаці, повертаючи увагу читача до зникнення, яке виступає основним смисловим моментом повідомлення: (1) *HONOLULU, March 14 – One person was killed and as many as seven were missing on Tuesday morning after an earthen dam burst on the North Shore of Kauai*. (7) *The Coast Guard used a C-130 plane and two H-65*

helicopters to search about 9,200 square miles of coastline and ocean for the missing people, said Chief Petty Officer Marsha Delaney.

У наведеному вступі (1) повтор заперечення *missing* акцентує кількість зниклих (*seven*), момент (*on Tuesday morning*) і місце (*on the North Shore of Kauai*) їхнього зникнення та його причину (*after an earthen dam burst*). У заключному абзаці (7) заперечення *missing* повторюється для наголошення на пошукових роботах (*Guard used a C-130 plane and two H-65 helicopters to search about 9,200 square miles of coastline and ocean*), викликаних зникненням.

Багаторазовий переривчастий повтор заперечень *delay*, *postpone* у вступі й коментарях акцентує на діях, що спричинили позначувану цими засобами тимчасову СОЦІАЛЬНУ ПЕРЕШКОДУ, на виявлених або прогнозованих її наслідках і реакції на неї учасників події. Так, у заголовку *Sony shares fall; delay on new console feared* (The New York Times, 15.03.2006) іменникове заперечення *delay* акцентує на наслідках (*Sony shares fall*) тимчасової СОЦІАЛЬНОЇ ПЕРЕШКОДИ, ціль якої позначена додатком *new console*.

У тексті під наведеним заголовком заперечення *delay* повторюється п'ять разів: у формі дієслова *might delay* у вступі (1) та в іменникових формах *a delay*, *delays* – в коментарях (2, 3, 5), відбиваючи динаміку потенційної перешкоди, ймовірність реалізації якої зростає до кінця тексту: (1) *TOKYO, Wednesday, March 15 – Shares of Sony, the ailing Japanese electronics giant, fell as much as 2 percent in early trading Wednesday in Tokyo amid renewed speculation that the company might delay the release of its newest game console.* (2) *Investors apparently fear that Mr. Kutaragi could announce a delay in completion of the new console, PlayStation 3, a product whose success is crucial for a turnaround at Sony.* (3) *But analysts say reaching that goal looks increasingly unlikely because of possible delays involving a powerful new DVD drive that is a centerpiece of the new console.* (5) *Sony has already acknowledged the possibility of delays. On Wednesday, a major business newspaper, Nihon Keizai Shimbun, reported that problems with copyright protection technology could force a delay in PlayStation 3 until November.*

Сполучення у вступі заперечення *delay* з модальним дієсловом *might* вказує на низьку ймовірність створення компанією (*the company*) тимчасової СОЦІАЛЬНОЇ ПЕРЕШКОДИ, ціль якої ідентифікується додатком *the release of its newest game console*, оскільки *might* пояснюється як “можливість, в якій ви не впевнені” [18: 1039]. Повторення заперечення *delay* у вступі також наголошує на наслідках затримки випуску приставки (*Shares of Sony, the ailing Japanese electronics giant, fell as much as 2 percent*), дні (*Wednesday*) та місці (*in Tokyo*) їх виявлення, висуваючи висловлення на позначення цих аспектів ситуації в ініціальну позицію абзацу.

Заперечення *a delay*, *delays* у сполученні з одиницями *could announce*, *possible*, *acknowledged the possibility*, *could force* на позначення “можливості виконання дії” [18: 355, 1275] в блоках коментарів (2, 3, 5) представляють позиції інвесторів (*Investors*), аналітиків (*analysts say*), компанії в цілому (*Sony*) для переконання читача в можливості створення тимчасової СОЦІАЛЬНОЇ ПЕРЕШКОДИ для виробництва ігрової приставки (*completion of the new console*).

Таким чином, заперечення бере участь у конструюванні новинного повідомлення, акцентуючи компоненти подій на різних етапах розгортання текстів. Засобами акцентування слугують одноразовий повтор заперечення заголовка у вступі та його багаторазовий переривчастий повтор у вступі й блоках коментарів. Одноразовий повтор у вступі включених у заголовки заперечень зі значенням сили акцентує учасників, місце, час, причини події, взаємодіючи з одиницями на позначення цих аспектів, з метою визначення напряму сприйняття основної теми повідомлення. Багаторазовий переривчастий повтор перцептивного заперечення *no*, ужитого в заголовку, акцентує відсутність референтів у межах поля сприйняття читача або учасників події. Багаторазовий переривчастий повтор перцептивного заперечення *missing* наголошує на кількості зниклих осіб, часі, обставинах зникнення, а також на його наслідках. Багаторазовий переривчастий повтор заперечень зі значенням соціальної перешкоди представляє цю діяльність з різних позицій, а також акцентує на її причинах і наслідках.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арнольд И. В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста / И. В. Арнольд // Иностранные языки в школе. – 1978. – № 4. – С. 23–31.
2. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Ван Дейк; [пер. с англ. под ред. В. И. Герасимова]. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Добросклонская Т. Г. Что такое медиалингвистика? / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2004. – № 2. – С. 9–17.
4. Занина Е. Л. Вариативность отрицательной синтаксической конструкции в современном английском языке : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.04 / Занина Елена Леонидовна. – М., 1994. – 224 с.
5. Змиевская Н. А. Лингвостилистические особенности дистантного повтора и его роль в организации текста (на материале английской и американской прозы) : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 „Германские языки” / Н. А. Змиевская. – М., 1978. – 24 с.
6. Коломієць Н. В. Лінгвістичні особливості організації гіпертексту інтернет-новин (на матеріалі англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. филол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови” / Н. В. Коломієць. – К., 2004. – 21 с.
7. Кришталюк Г. А. Типологія заперечних одиниць сучасного американського газетного дискурсу: семантико-когнітивний аспект / Г. А. Кришталюк // Наукові записки. Серія Філологія : зб. наук. праць / [наук. ред. Н. Л. Іваницька]. – Вінниця : Вінницьк. держ. пед. ун-т імені Михайла Коцюбинського, 2008. – Т. 2. – С. 123–127.
8. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – М.: Филологическ. ф-т МГУ, 1996. – 245 с.
9. Лотман Ю. М. Структура художественного текста / Ю. М. Лотман. – М.: Искусство, 1970. – 383 с.
10. Луканина М. В. Газетный текст через призму теории коммуникации / М. В. Луканина // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2003. – № 2. – С. 123–133.
11. Мелиг Х. Р. Коммуникативная функция общего и частного отрицания / Х. Р. Мелиг // Коммуникативно-смысловые параметры грамматики и текста : сб. науч. статей к юбилею Г. А. Золотовой / [сост. Н. К. Онипенко]. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – С. 232–242.
12. Пілик В. В. Лексико-граматична структура турецького газетного тексту : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. филол. наук : спец. 10.02.13 „Мови народів Азії, Африки, аборигенних народів Америки та Австралії” / В. В. Пілик. – К., 2007. – 24 с.
13. Сызранцева Л. М. Отрицание в семантической структуре предложения: дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.04 / Сызранцева Лариса Михайловна. – М., 1995. – 196 с.
14. Giora R. Anything negative can do affirmative can do just as well, except for some metaphors / R. Giora // Journal of Pragmatics. – 2006. – Vol. 38, № 7. – P. 981–1014.
15. Johnson M. The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination and Reason / M. Johnson. – Chicago; L.: The Univ. of Chicago Press, 1987. – 233 p.
16. Jordan M. P. The power of negation in English: text, context and relevance / M. P. Jordan // Journal of Pragmatics. – 1998. – Vol. 29, № 6. – P. 705–752.
17. Koptová E. On negation / E. Koptová // Journal of Pragmatics. – 1990. – Vol. 14, № 5. – P. 761–790.
18. Longman Dictionary of Contemporary English / [ed. D. Summers]. – 4<sup>th</sup> ed. – Harlow : Longman, 2005. – 1949 p.
19. Maat H. P. Classifying negative coherence relations on the basis of linguistic evidence / H. P. Maat // Journal of Pragmatics. – 1998. – Vol. 30, № 2. – P. 177–204.
20. Turner M. The Literary Mind. The Origins of Thought and Language / M. Turner. – N.Y.; Oxford : Oxford Univ. Press, 1998. – 187 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ганна Кришталюк - викладач кафедри англійської мови Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

Наукові інтереси: когнітивна й функціональна лінгвістика.

**ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ ТА СОЦІОЛІНГВІСТИЧНІ ЧИННИКИ  
УСПІШНОСТІ КОМУНІКАТИВНОГО АКТУ  
(на матеріалі сучасної англійської прози)**

**Ольга МАРТИНОВА (Житомир, Україна)**

*У статті розглянуто прагмалінгвістичні та соціолінгвістичні фактори успішності комунікативного акту на матеріалі сучасної англійської прози. Визначається роль мовної особистості у забезпеченні успішної інтерактивної взаємодії.*

*Pragmalinguistic and sociolinguistic factors providing the successful communicative act are investigated in this paper on the example of modern English prose. The role of the language personality in the achievement of successful interactive intercourse is determined.*

Дослідження мовних одиниць з урахуванням антропоцентричного фактору як домінуючого набуває все більшої актуальності у сучасній мовознавчій науці. Антропоцентризм, як методологічне підґрунтя лінгвістики кінця ХХ та початку ХХІ століть, зумовлює необхідність всебічного аналізу людського фактору у мовленні. Однією з центральних проблем сучасної лінгвістики стає проблема мовної особистості та її ролі в комунікації. Значний внесок у дослідження поняття мовної особистості зробили В.В. Красних, Н.Д. Арутюнова, Ю.Н. Караулов, Л. Н. Чурилина, розробивши типологію мовних особистостей та дослідивши особливості їхніх концептуальних та мовних картин

[8; 2; 7; 1]. Аналізуючи різні типи мовних особистостей, вченими було встановлено вплив різних концептосфер мовців на специфіку їх вербальної поведінки та хід комунікації в цілому. Проблема протікання комунікативного акту досліджується останнім часом досить плідно, вивчаються умови, що зумовлюють ефективність комунікативного акту, розглядаються фактори, що впливають на його порушення (Б.А. Гудман, Є.В. Ключев, Л.Л. Славова, О.А. Земська, Б.Ю. Городецький, І.П. Сабурова [5; 9; 10; 6; 3]).

**Актуальність** статті зумовлюється спрямованістю більшості лінгвістичних досліджень на фактори успішності протікання інтерактивної взаємодії. На наш погляд, актуальним є комплексне вивчення впливу лінгвістичних чинників на успішність комунікації.

**Метою** статті є визначення прагмалінгвістичних та соціолінгвістичних чинників успішності комунікативного акту.

Розглядаючи мовну особистість як суб'єкт мовленнєвої діяльності, більшість вчених пропонують розрізняти поняття мовної, мовленнєвої та комунікативної особистості. Наприклад В.В. Красних виділяє: мовну особистість (представляє себе у мовленнєвій діяльності, має знання та уявлення); мовленнєву особистість (реалізує себе у мовленні, обирає стратегії, тактики та репертуар дій); комунікативну особистість (виступає конкретним учасником конкретного комунікативного акту) [1: 216]. У нашому дослідженні ми дотримуємось терміну мовна особистість, як найбільш загального поняття, що відображає властивості як мовленнєвої, так і комунікативної особистості та має трьохрівневу структуру. Ю.М. Караулов розробив концепцію мовної особистості, яка включає три рівні: 1) вербально-семантичний, який передбачає володіння мовою, 2) когнітивний, одиницями якого є поняття, ідеї, концепти, що складають систематизовану картину світу, яка відображає систему цінностей людини, 3) прагматичний – цілі, мотиви, інтереси, установки, перехід від оцінок мовленнєвої діяльності до осмислення реальної діяльності у світі [7]. З трьох рівнів мовної особистості практичний вплив на її вербальну поведінку у комунікації становить прагматичний рівень, одиниці якого можна віднести до прагмалінгвістичних та соціолінгвістичних властивостей мовної особистості, адже успішність або неуспішність комунікації залежить значною мірою від цілей, мотивів та установок мовців.

Мовна особистість у комунікативному акті виконує дві ролі: адресант і адресат, які у процесі розгортання розмови можуть змінюватись, адже кожен з учасників спілкування має свої цілі та схеми їх реалізації. Аналізуючи прагмалінгвістичні особливості мовної особистості, ми поділяємо думку Н.Д. Арутюнової, яка розрізняє прагмалінгвістичні властивості мовленнєвої особистості в залежності від ролей, які мовленнєва особистість відіграє у спілкуванні, а отже від адресанта та адресата [2]. До прагматичних факторів відносяться: 1) ілюктивні сили висловлювання; 2) мовленнєві стратегії, тактики та типи мовленнєвої поведінки; 3) правила комунікації відповідно до принципу кооперації (максима кількості, максима якості, максима манери спілкування, максима відношення); 4) установки адресанта; 5) референцію; 6) прагматичні пресупозиції; 7) ставлення до свого повідомлення.

Адресант розпочинає та скеровує процес комунікації – саме від нього залежить виникнення, тривалість, завершення комунікації, шляхи взаємодії з адресатом та тематика спілкування. У зв'язку з адресантом до уваги беруться ілюктивні сили висловлювання. Під ілюктивними силами слід розуміти мету висловлювання, яка може бути відкрито або приховано висловлена. Саме мета комунікації і є рушійною силою для виникнення комунікативного акту. Мета може виражатися у повідомленні, запитанні, проханні, наказі, обіцянці, пораді тощо. Наприклад:

*He stepped out of the shadow. "Is that you, Laura?"*

*"Yes. "*

*"Mother was getting anxious. Was it all right? "*

*"Yes, quite, Oh Laurie!" She shook his arm, she pressed up against him.*

*"I say, you are not crying, are you? " asked her brother.*

*Laura shook her head. She was.*

*Laurie put his arm round her shoulder. "Don't cry, " his said in his warm, loving voice, "Was it awful? "*

*"No," sobbed Laura [13: 73].*

У даному прикладі адресант розпочинає спілкування з відкритою метою втішити свою сестру, що стає зрозумілим від самого початку діалогу, його перебігу та врешті досягненні мети адресантом спілкування. Для реалізації поставленої мети обрані певні мовні засоби, такі як: загальні та розділові питання з нисхідною інтонацією, порада, виражена формою наказового речення.

Залежно від іллокутивних сил та мети, адресант обирає кооперативну чи конфронтативну стратегію поведінки та підбирає відповідні мовленнєві тактики. Кооперативна стратегія поведінки передбачає мовленнєві тактики, втілені в інформативних та інтерпретативних діалогах у формі порад, обміну думками, розповіді, повідомленні тощо. Конфронтативна стратегія реалізується такими тактиками, які спричиняють конфлікти, суперечки, ситуації домінування, претензії, погрози та ухилення від відповіді. Проілюструємо на прикладі реалізацію конфронтативної стратегії:

*"From now on, " Archer said coldly. "do me a favour. Stop protecting me. Let me know what's happening. "*

*"Anything you say." O' Weill looked weary and he dug his fingers into his eyes [13].*

При розмові адресант обирає тактику домінування над адресатом, та керуючись нею тон його стає різким, поведінка конфліктною, та все це допомагає йому досягти поставленої мети, а отже й досягти того, що адресант йде на поступки. Для цього він обирає різкі наказові речення, озвучені сухим тоном.

При побудові вдалого процесу комунікації адресант повинен зважати на принцип кооперації, що виступає єдністю максим (лат. *maxima* – основне правило), які визначають внесок учасників комунікативного акту в мовленнєву ситуацію [4]. Кожна максима складається з кількох постулатів. *Максима повноти інформації* передбачає готовність адресанта адекватно нормувати інформацію, тобто повідомляти не менше або не більше ніж необхідно. *Максима якості інформації* вимагає повідомляти тільки істинну та обґрунтовану інформацію. Дотримання цієї максими має важливе значення в комунікації. Г.П. Грайс стверджує, що багатослівну людину, яка порушує максиму кількості, засуджують співбесідники меншою мірою, аніж ту, що каже неправду [4]. Згідно *максими відношення*, для досягнення мети комунікації адресант має робити повідомлення релевантним відносно теми розмови, не ухилятися від неї та говорити по суті. *Максима манери мовлення* вимагає від адресанта під час розмови слідкувати, щоб його мовлення було ясним та послідовним. Недотримання однієї з зазначених максим може привести до непорозуміння між комунікантами та завадити нормальному спілкуванню. Проілюструємо, наприклад, недотримання комунікантами максими відношення під час розмови та окреслемо можливі ускладнення процесу спілкування. Під час розмови комуніканти рідко обговорюють одну тему, частіше помітні переходи на інші теми, що може ускладнити реалізацію поставленої мети.

*"...It's only by accident we've heard of it. If someone had died there normally – and I can't understand how they keep alive in those poky little holes – we should still be having our party, shouldn't we? "*

*"Mother isn't it really terribly heartless of us? "*

*"Darling!" Mrs. Sheridan got up and came over to her, carrying the hat. Before Laura could stop her she popped it on. "My child!" said her mother, "the hat is yours. It's made for you. It's much too young for me. I have never seen you look such a picture. "*

*"But mother," Laura began again [13:67].*

Розмовляючи з матір'ю про те, щоб скасувати вечірку через те, що помер їхній сусід поряд, комунікант помічає, що його партнер змінює тему розмови, переходячи на зовсім неважливу в той час. Окрім того, помітно, що відбувається зміна ролей: адресант стає адресатом і відповідно, адресат – адресантом. Новий адресант має власну мету – провести вечірку, та намагається досягти її за допомогою зміни теми розмови, при цьому він вдається до певних мовних засобів: складних синтаксичних конструкцій, вставних речень, пестливих звертань. Це викликає обурення та протест адресата, що може врешті призвести до сварки та відстоювання власної думки кожним з учасників спілкування.

Необхідно також зазначити, що кожний комунікант має певну установку – прагматичне кодування мовлення, що виступає імпліцитною стороною мовлення, та виявляється у натяках, непрямих висловлюваннях тощо, та залежить від вибору комуніканта як вести комунікативний акт з певним партнером та у певній ситуації.

*"Come in Albert, come in. I think you know everybody here. "*

*Albert entered and shook hands with his wife's friends.*

*"Have you just come from the city? " she asked eagerly, though she knew there was nowhere else he could come from.*

*"Would you like a cup of tea? "*

*"No, thank you my dear. I had tea in my office. "*

*Mrs. Albert Forrester smiled still more brightly and the rest of the company thought she was perfectly wonderful with him.*

*"Ah, but I know you like a second cup. I will pour it out for you myself [14:148-149].*

У даному випадку адресант має установку показати, як гарно вона ставиться до чоловіка та хоче, щоб це зрозуміли її партнери по комунікації, а саме гості. Свою установку вона реалізує за допомогою турботливих імперативних конструкцій, пропозицій та вставних слів. З рештою, це приносить бажаний для неї результат, адресати стають впевненими, що вона – турботлива дружина.

Керуючись своїми намірами адресант відносить мовні висловлювання відповідно до предметів дійсності. Це віднесення може бути прямим, опосередкованим, вторинним (переносні значення засобів мовного коду) тощо. Крім того комунікант має оцінити спільний фон знань, інтересів, думок, психологічного стану та здатності розуміння адресата, що знаходить своє відображення в прагматичних пресупозиціях адресанта комунікації.

*"Jose come, here," Laura caught hold of her sister's sleeve and dragged her through the kitchen to the other side of the green baize door. There she paused and leaned against it. "Jose!" she said, horrified, "however are we going to stop everything?"*

*"Stop everything, Laura!" cried Jose in astonishment. "What do you mean?"*

*"Stop the garden-party of course ". Why did Jose pretend?*

*But Jose was still more amazed [13: 65].*

У даному випадку стає зрозумілим, що адресант розпочав спілкування, переслідуючи власну мету, обравши для цього звертання та питальні речення, але під час розмови він починає розуміти, що реакція адресата не така, на яку він сподівався, тому він починає оцінювати здатність адресата до розуміння його мети, та приходить до думки, що адресат його не розуміє, що значно ускладнює процес подальшого спілкування.

Адресат сприймає повідомлення і відповідно до своїх стратегій і конкретних контекстних та ситуативних умов інтерпретує та реагує на повідомлення адресанта. Адресат – це не пасивний споживач інформації, а активна особистість, від якої значною мірою залежить успіх спілкування.

Під час розмови адресат декодує мовлення, зокрема, правила виведення імпліцитного з експліцитного значення висловлювання. У таких правилах необхідно враховувати контекст, прагматичну ситуацію, а також мету, з якою мовець може порушувати прагматичні максими. У наступному прикладі реакція адресата на повідомлення не є адекватною очікуванням адресанта, адже адресат використовує запитання адресанта як натяк до дії та досягнення власної мети.

*"Mr. Poirot," Mr. Waverly entered the room - " have you discovered anything? Have you any clue to where the boy has been taken? "*

*Poirot handed him a piece of paper. "Here is the address."*

*"But this is the blank sheet. "*

*"Because I'm waiting for you to write it down for me. "*

*"What the-" Mr. Waverly's face turned purple [11: 21].*

Як видно з даного прикладу, не завжди адресант може розраховувати на певну реакцію з боку адресата, іноді бувають випадки, коли адресат розуміє повідомлення не так, як того очікує адресант та починає переслідувати власну мету, застосовуючи при цьому такі мовні засоби, як: прості синтаксичні конструкції та складний додаток.

Про успішність комунікативного акту свідчить наявність перлокутивного ефекту висловлювання на адресата. Йдеться про готовність чи неготовність, спроможність чи неспроможність адресата до сприйняття саме такого типу висловлювання, та виникненні змін в його емоційному та естетичному стані.

*Mrs. Albert Forrester with a slight bow seated herself.*

*"I should have preferred to see you alone, Albert," she said*

*His eyes twinkled.*

*"Since anything you have to say concerns Mrs. Bulfinch as much as it concerns me I think it much better that she should be present."*

*"As you wish."* [14: 172].

У цьому прикладі ілюструється неготовність адресата до ведення діалогу тет-а-тет, його настрої дещо змінюється, та він готовий захищати власну думку, щоб кохана жінка залишилась поруч, що підкреслює обраний ним складний синтаксис висловлювання.

До соціолінгвістичних факторів успішності комунікативного акту відносяться:

1) соціальний статус та стосунки між мовцями; 2) форми мовленнєвого спілкування; 3) соціально-етикетний бік мовлення; 4) участь у певних мовленнєвих актах. Мовленнєве спілкування може відбуватися у формі інформативного діалогу, дружньої бесіди, суперечки, сварки тощо. Зокрема,

*Peter caught a room clerk's eye. "Has someone called the Fire Department?" "I'm not sure, sir. I thought..." Peter snapped.*

*"Do it now!"* [12].

Даний приклад ілюструє вплив офіційних стосунків між партнерами по комунікації на розгортання розмови та скеровує весь процес комунікації. Розмова відбувається між босом та підлеглим, де адресант демонструє домінуючу поведінку, використовуючи питальні речення та різкі імперативні конструкції, а адресат, будучи розгубленим та нижчим за статусом має підкоритися.

Не менший вплив на розгортання розмови має соціально-етикетний бік мовлення (наприклад, форми звертання, стиль спілкування):

*"Mary" I expostulated.*

*"My name is Maria and no one knows it better than you, and if you can't call me Maria you can call me Madame Falterona or Princess."* [15: 115].

У даному прикладі адресант порушує правила етикету та дозволяє собі звернутися до адресата доволі фамільярно, що провокує останнього на роздратування та пояснення адресанту як себе вести, вдаючись до складних синтаксичних конструкцій.

Таким чином, успішність протікання комунікативного акту залежить від низки чинників, зокрема, прагмалінгвістичних та соціолінгвістичних. Мовна особистість обирає певну стратегію, що відповідає поставленій меті, дотримуючись правил розмови, та принципу кооперації, мовна особистість буде вдале мовленнєве спілкування. Правильна оцінка загальних знань, психічного стану та можливостей розуміння мовної особистості адресата допоможуть успішно провести комунікативний акт, а отже і досягти власної мети. Правильне декодування повідомлення, своєчасне зважання на перлокутивний ефект повідомлення, та вибір типу мовленнєвого реагування допоможе уникнути комунікативних помилок та невдач. Для досягнення успіху в комунікації необхідно зважати на такі соціолінгвістичні чинники, як соціальний статус партнера, взаємовідносини між комунікантами. Перспектива нашого дослідження вбачається у моделюванні різних комунікативних ситуацій на матеріалі сучасної англомовної прози.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Актуальные проблемы современной лингвистики. Учебное пособие / Л.Н. Чурилина. М.: Издательство «Флинта», С.206-219.
2. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. – М.: Наука, 1988. - 341с.
3. Городецкий Б.Ю. Кобозева И.М., Сабурова И.П. К типологии коммуникативных неудач // Диалогическое взаимодействие и представление знаний. – Новосибирск: АН СССР Сибирское отделение ВЦ, 1985. – С. 64- 78.
4. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1985. – Вып.16 Лингвистическая прагматика. – С. 217-237.
5. Гудман Б.А. Идентификация референта и связанные с ней коммуникативные неудачи // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Энергия, 1989. – Вып. 24. Компьютерная лингвистика. – С. 209-258.

6. Земская Е.А. К построению типологии коммуникативных неудач // Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. – М.: Наука, 1993. – С. 30-59.
7. Караулов Ю.Н. Русская языковая личность и задачи её изучения // Язык и личность. М., 1989.
8. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации. М., 2001.
9. Клюев Е.В. Речевая коммуникация. – М.: Приор, 1998. – 224с.
10. Славова Л.Л. Типологія комунікативних невдач (на матеріалі сучасного англійського мовлення). – Житомир, 2005. – 107 с.
11. Christie A. The Case of the Rich Woman. – Вінниця: Нова Книга, 2004. – 259с.
12. Hailey A. Hotel. – London: Pan Books, 1965. – 413 p.
13. Mansfield K. Selected Stories. – М.: Foreign Language Publishing House, 1957. – 182p.
14. Maugham W.S The Creative Impulse // Honeymoon and Other Stories by English Writers. – М.: Айрис Пресс, 2002. – 280p.
15. Maugham W.S. The Voice of the Turtle // Honeymoon and Other Stories by English Writers. – М.: Айрис Пресс, 2002. – 280 p.
16. Maugham W.S. Theatre // Вінниця: Нова книга, 2002. – С.147.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ольга Мартинова** – викладач кафедри англійської мови Житомирського державного університету ім. І.Франка.  
*Наукові інтереси:* комунікативна лінгвістика англійської мови.

## **ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ДИСКУРСУ**

**Світлана МОЙСЕЄНКО (Київ, Україна)**

*Ця стаття присвячена науково-технічному дискурсу, що за своєю прагматичною спрямованістю належить до інформативного/аргументативного типу дискурсу.*

*This article is devoted to the scientific and technical discourse that in accordance with its pragmatic trend belongs to the informative and argumentative type of discourse.*

Як відомо, тексти підлягають розгляду з різних точок зору. В поданій роботі наша мета – розглянути науково-технічні тексти з точки зору їх прагматичної цінності, а також жанрово-стильові, комунікативні та метакомунікативні особливості цих текстів.

Розв'язання практичних завдань різних галузей науки й техніки зумовлює інтерес до вивчення науково-технічного тексту на підставі теоретичного доробку досліджень мови й мовлення. Насамперед наше завдання – розглянути матеріали науково-технічного тексту як форми фіксації писемної інформації, спрямованої на процес чи результат, інформативної та аргументативної.

Розгляд дискурсу з погляду прагматики (що розуміється семіотично як частина моррісовської тріади семантика – синтактика – прагматика) варто розпочати з аналізу схеми, запропонованої бельгійським лінгвістом Е. Бюїссансом [6: 45 - 97]. Вона полягає в наступному: «langue – система, певна відхилена розумова конструкція, discours – комбінації, за допомогою реалізації яких мовознавець використовує код мови, (тобто сема), parole – механізм, що дозволяє здійснити ці комбінації (тобто семіотичний акт)».

Слід згадати про те, що у французькій лінгвістиці існує позиція, запропонована Емілем Бенвеністом: дискурс не є простою сумою фраз, при його створенні відбувається розрив із граматичною будовою мови. Дискурс – це такий емпіричний об'єкт, з яким зіштовхується лінгвіст, коли він відкриває сліди суб'єкта акту висловлювання, формальні елементи, що вказують на присвоєння мови тими, хто говорить [2].

Тут ми бачимо, по суті, підтвердження того, що дискурс може розумітися як індивідуальний надмовний код, що підкорює собі граматичну будову мови. Розуміння такого коду вимагає з боку реципієнта певних зусиль, спрямованих на «підключення» до коду дискурсу і, таким чином, включення себе в мовленнєву ситуацію.

За своєю прагматичною спрямованістю англійськомовний науково-технічний дискурс належить до інформативного/аргументативного типу дискурсу [7: 42]. Невід'ємною складовою його змісту є ілюкутивна сила переконливості, що спонукає читача сприймати зміст науково-технічного дискурсу як вірогідний.

Автор науково-технічного тексту, як ініціатор спілкування, створює певний текст і розгортає його у певній логічній послідовності. При цьому він виконує певну стратегічну і тактичну програму досягнення прагматичних цілей свого спілкування з читачем. У такому розумінні, дискурс науково-технічного тексту є інформативним, тому що автор намагається



надати читачеві певну інформацію у формі переконливих аргументів з метою подальшого розширення, або, навіть, зміни світобачення, світосприйняття читача.

Говорячи про інформативність науково-технічного дискурсу, варто зазначити, що він складається з декількох мовленнєвих актів. А саме, з аргументативного мовленнєвого акту та інформативного мовленнєвого акту [4: 302 – 303].

*Аргументативний мовленнєвий акт* спрямований на надання читачеві переконливих аргументів з метою зміни його світобачення, світосприйняття.

*Інформативний мовленнєвий акт* науково-технічного тексту спрямований на надання читачеві певної інформації науково-технічного змісту.

Який з вище зазначених мовленнєвих актів є ведучим у науково-технічному дискурсі?

Деякі науковці, зокрема [1: 109 – 234] відносять науково-технічний дискурс до аргументативного дискурсу. І в цьому є сенс. Але, на наше переконання, науково-технічний дискурс є більш інформативним, оскільки не можливо з кожним текстом, з кожною науковою точкою зору змінювати світобачення, світосприйняття. Читач може усвідомлювати наявність тієї чи іншої наукової думки, навіть повністю протилежної його думці. Але не кожна наукова точка зору може змінювати світобачення читача. Більш того, наявність інших поглядів є нормативною в сучасному суспільстві і свідчить про толерантність суспільства взагалі, і толерантність, зваженість, високу культуру поведінки учасників науково-технічної комунікації.

Саме тому ми наголошуємо, що дискурс науково-технічного тексту є інформативним, і його прагматична цінність полягає в тому, щоб надати читачеві певну інформацію науково-технічного змісту з метою розширення світобачення читача і, навіть, з метою подальшої зміни його світосприйняття.

Щодо учасників комунікації науково-технічного дискурсу, варто зазначити, що автор і читач повинні бути в певній мірі, фахівцями тієї галузі знань, про яку йдеться в тексті. Ступінь фахової підготовки, рівень знань автора і читача може бути різним. Автор може мати як більш високий, так і більш низький рівень знань, ніж його читач. Інколи ці рівні можуть бути більш-менш тотожними.

Людині, як відомо, цікаво говорити з людиною, яка має приблизно такий же рівень знань, або ж більш високий. Саме тому науково-технічні тексти мають певну жорстку структуру, яка дозволяє не тільки орієнтуватися читачеві в потоці інформації, але й корегує співвідношення фахової підготовки автора і читача. Іншими словами, жорстка структура науково-технічного тексту, певна фреймованість науково-технічного дискурсу сприяє спілкуванню автора і читача як учасників акту комунікації.

Як відомо, дискурс – це «не просто двобій, боротьба двох розумів, це двобій між особистостями, де «Я» одного комуніканта намагається перемогти «Я» іншого» [2: 293]. Саме тому дискурс можна пов'язати з поняттям конфліктності. В цьому сенсі, конфлікт – це «не тільки протиріччя в різних формах існування, але й спосіб вирішення цих протирічч» [1: 62]. Щодо науково-технічного дискурсу, ми пов'язуємо поняття конфлікту з протиріччям існування застарілої картини світосприйняття у адресата і нової, запропонованої автором. Вирішення цієї конфліктної ситуації можливе завдяки успішній аргументації. Бо саме «парадокс аргументації полягає в тому, що в ній існують і розбіжності, і згода» [1: 63]. Крім того, успіх розв'язання такої конфліктної ситуації залежить від дотримання комунікантами правил комунікації, відомих як максими Грейса, Ліча [8: 136]. Крім того, на наше переконання, успіх розв'язання вище зазначеної конфліктної ситуації можливий, якщо з самого початку спілкування учасники комунікації усвідомлюють наявність інших поглядів, навіть протилежних, як норму, і тому будують своє спілкування як рівноправне, не намагаючись надавати своїй точці зору статус «вищої інстанції».

Прагматичними чинниками створення й адекватного розуміння змісту науково-технічного дискурсу слугують риторичні норми наукового спілкування: а) принципи кооперації та мовленнєвої ввічливості [3: 28], б) етикетизація (в термінах Г.Г. Почепцова, О.М. Ільченко) [5; 7] англомовного науково-технічного дискурсу як його національно-культурна норма, що знаходить свій вияв у некатегоричній формі викладу, в) принципи відносного характеру істинності наукового знання та його композиційної організації. Останні

передбачають знання основних жанрово-стильових параметрів науково-технічного дискурсу: композиційно-структурних (стандартизації, лінійності), структурних та семантичних (категорії авторизації, фактора адресата й подвійного адресанта – автора + метаавтора). Під *метаавтором* (від гр. *meta* – “разом”, “згідно з”, “за”) розуміють опонента / пропонента основного суб’єкта мовлення – автора, тобто об’єкт його референції й оцінки [7; 5].

Характерною ознакою англійського науково-технічного дискурсу є його жанрова стратифікація та варіативність. До основних жанрів англійської науково-технічної прози належать: оглядові й експериментальні статті, наукові статті типу “обговорення за круглим столом”, “інтерв’ю”, матеріали наукових конференцій, повідомлення про майбутні та минулі конференції, нові наукові й технічні розробки, анотації, рецензії, монографії, подання на отримання грантів, традиційна та “електронна” наукова кореспонденція тощо. Наукові праці, зокрема сучасні англійські науково-технічні статті, особливо експериментальні, варіюють за структурою елементів композиційної будови, яка в цілому містить такі блоки: “анотація”, “вступ”, “методи дослідження”, “результати”/“висновки”. Такі макроблоки містять ряд мікроблоків типу “визначення території, ніші та зайняття ніші”, “фонова інформація”, “додаткова інформація”, “дефініція”, “опис”, “гіпотеза”, “перефразування”, “оцінювання”, “ствердження”, “підсумовування” та інші елементи, зокрема, такі, що виділяються в рамках теорії риторичних структур [5: 56].

Як інгерентна ознака саме науково-технічного дискурсу, *лінійність* виявляється у його надзвичайно чіткій структурованості, підпорядкуванні мікропропозицій макропропозиції, компресованості, уникненні дигресій і передається через низку метадискурсивних мовних одиниць та риторичних фігур, корекцію, експлетив, дистинкцію, енумерацію, які допомагають адресату краще орієнтуватися в тексті. Саме орієнтацією на адресата, полегшенням декодування інформації й зумовлюється етикетна функція засобів вираження лінійності в науково-технічному тексті. Згадані засоби передають:

- послідовність (*first; second; next; we begin with; we conclude by*);
- додаткову інформацію (*additionally; moreover; also*);
- уточнення та (само)виправлення (*or rather*);
- перефразування та пояснення (*simply put; in other words; that is to say*);
- екземпліфікацію та кларифікацію (*for instance; for example*);
- підсумовування (*to put it in a nutshell; in sum*);
- компресію (*in a word; briefly*).

Вони не тільки структурують дискурс, але й привертають увагу адресата до істотних фрагментів тексту з метою полегшення декодування інформації, надання читачеві найповнішого та найточнішого уявлення про предмет, явище, процес.

Жорстка структурованість науково-технічного тексту дозволяє будь-які асиметричні (нерівні) відношення між учасниками комунікації підвести до більш-менш рівноправних, до співробітництва, коли такий чинник, як ступінь фахової підготовки, постає на другий план у порівнянні з науковою цінністю роботи.

В англійських науково-технічних працях часто вживається так званий “історичний теперішній час” – *historical present*, який позначає вічну актуальність, а отже, і високу оцінку доробку певного вченого або групи вчених: *X writes/argues* замість *X wrote/argued*. У посиланнях спостерігається різний ступінь персоналізованості – від максимальної персоналізованості до часткової та мінімальної персоналізованості посилань. В етикетному плані, деперсоналізовані посилання натякають на спільність поглядів між адресантом та адресатом. Неприпустимим явищем у наукових працях є плагіат, випадки якого зазвичай засуджуються, а від винуватців вимагають обов’язкових етикетних вибачень, які друкуються на шпальтах відповідних друкованих видань.

Підсумовуючи, слід зазначити, що науково-технічний дискурс як реально існуюче явище, відображений у науково-технічних текстах. Він є:

а) інформативним і спрямованим на надання адресату певної інформації науково-технічного змісту з метою розширення світобачення читача і, навіть, з метою подальшої зміни його світосприйняття;

б) жорстко структурованим і передбачає толерантність відносин між учасниками комунікації.

У цьому сенсі, наявність протилежних поглядів є нормативною, і тільки обґрунтована аргументативність є способом змінити точку зору співрозмовника (читача).

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации // Дис. док. фил. н. – К., 1998. – 443 с.
2. Бенвенист Э. Общая лингвистика: Пер. с англ./ - М.: Прогресс, 1975. – 446 с.
3. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. – Волгоград: "Перемена", 1997. – 345 с.
4. Гуменюк Н. Информативність дискурсу науково-технічних текстів // Сучасні проблеми лінгвістичних досліджень, Ч.1, 2007. – С. 302 – 303.
5. Ільченко О.М. Етикет англomовного наукового дискурсу: Монографія. – К.: ІВЦ "Політехніка", 2002. – 288 с.
6. Моррис Ч.У. Основания теории знаков // Семиотика: Антология / Сост. Ю.С. Степанов. М.: Акад. Проект, 2001. – С.45 – 97.
7. Почепцов Г.Г. (мол.) Теорія комунікації. – 2-ге вид., доп. – К.: ВЦ "Київський університет", 1999. – 308 с.
8. Leech G.N. Principles of Pragmatics. – London: Longman, 1983. – Vol. XII. – 250p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Світлана Мойсєнко** – здобувач кафедри теорії та практики перекладу англійської мови Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут".

*Наукові інтереси:* прагматика сучасного англomовного науково-технічного дискурсу.

## **СЕМАНТИЧНА ФУНКЦІЯ НОМІНАТИВНИХ ЛАНЦЮЖКІВ БАНКІВСЬКИХ НОМІНАЦІЙ У СПЕЦІАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ**

**Тетяна ГРОШКО (Чернівці, Україна)**

*У статті виокремлено методи аналізу дискурсу, а саме семантичний, компонентний, концептуальний та дискурсивний і досліджено функціонування банківських номінативних ланцюжків у спеціальному дискурсі.*

*The given paper highlights the discourse methods such as semantic, component, conceptual and discourse. The functioning of bank nominative chains in a special discourse was analyzed.*

Вивчення механізму мовної номінації пов'язане з потребою комплексного дослідження змісту цього явища, особливо – вивчення та визначення одиниць вторинної номінації, що здійснюється у спеціальному, тобто банківському дискурсі, де вживаються особливі номінації та формуються нові підсистеми банківського дискурсу.

Проблема вторинної номінації отримала детальне висвітлення у плані її семантичних та словотворчих особливостей (Ф.С. Бацевич (1997), В.І. Заботкіна (1991), Л. Павленко (1999), М. Докуліл (1962), У. Вайнрайх (1972), текстотворчих функцій (А.І. Сатарова (1991), а також з точки зору синтаксичних (Н.Д. Аругюнова (1999), Б. Палек (1968) та стилістичних (Е.С. Азнаурова (1988), І.В. Арнольд (1990), М.П. Брандес (1983), Н.Ф. Пелєвіна (1980), О.Д. Пономарів (1992), Н.М. Старцева (1996), О. Ахманова (1976), В.А. Кухаренко (2000), Е. Різель (1975), Е. Шендельс (1975), Б. Совінські (1991), Г. Відовсон (1992) позицій.

У структурі банківського дискурсу можна дослідити банківські лексеми процесу вторинної номінації, визначити її у спеціальному дискурсі, які не були темою спеціальних досліджень і які неможливо вирішити поза дискурсом.

Досліджуючи одиниці номінації індивідуум звертається, в першу чергу, до лексикуна як зберігача готових одиниць номінації: для набору значень виокремлюється корелятивна мовна одиниця. Об'єктивізація особистого значення у висловлюванні передбачає передуючу йому перебудову цього змісту в мовне значення, метою якого є його пристосування до стереотипних форм мовного вираження певних значень.

**Метою** даного дослідження є встановлення функціональної семантики банківських номінативних ланцюжків у спеціальному дискурсі.

Семантика слів загальної лексики розвивається природним шляхом. Термін-слово виявляється знаком терміну-поняття, що належить до іншої системи матеріалізованим своїм особливим чином. Аналіз лексичних значень елементів, що входять в термін-слово, не дає достатньо точного значення терміну, а служить лише дороговказною ниткою для розуміння терміну-поняття.

Процеси номінації понять, явищ і ситуацій у сфері економічного життя дедалі глибше пов'язуються з потребою висловити ставлення до них, дати оцінку в образній та емоційній формі, зумовлюють посилену експлікацію фразеологічних одиниць з банківським компонентом, які або в результаті повного фінансового переосмислення, або завдяки частково набутій фінансовій маркованості своєї семантики здатні образно та експресивно характеризувати типові фінансові ситуації, зокрема такі як комерція, бізнес, маркетинг, товарно-грошові відносини, інвестиції.

У ході дослідження ми можемо зробити висновок, що банківські терміни є невід'ємним компонентом мовної комунікації, завдяки динамізму та гнучкості своєї структурної будови і семантики, легко пристосовуються до потреб найрізноманітніших комунікативних ситуацій, збагачуючи смислову виразність та підсилюючи експресивність, емоційності висловлювання.

Взаємодія номінативного аспекту дискурсу із семантичним виявляється в наявності у номінативних одиниць семантичних перетворень у тексті, в участі номінативних одиниць у семантичному узгодженні. Смысловий (когнітивний) аспект надає номінативним одиницям та їхній організації концептуалізуючої функції на підставі підпорядкованості макрознака авторському задуму, інтенції, когнітивній карті тексту (інформаційному масиву, закладеному в твір). Зв'язок номінативного аспекту з граматичним у дискурсі зумовлено участю номінативних одиниць у синтаксичних відношеннях та морфологічному структуруванні текстових одиниць. Структурний аспект шляхом номінативного організовує текстову членованість різних типів: архітектонічну, синтаксичну, смислову, тема-рематичну.

Концептуальний аналіз – це логічне продовження традиційного семантичного аналізу. Семантичний аналіз скерований на виявлення мовного значення, концептуальний – на пізнання організації знань про світ [11:590].

Концептосфера – це простір, сукупність концептів, пов'язаних із знанням і культурним досвідом людей. Лінгвістична природа концепту передбачає його вербалізацію, наявність плану вираження, його значущість для мовного колективу в процесі інформаційного обміну [11:573]. У моделюванні концептів використовується ономазіологічний, семасіологічний та лінгвоміфопоетичний підходи [1, 14].

У семантиці використовується широкий спектр дослідницьких методів – від загальнонаукових методів спостереження, моделювання і експерименту до приватних методів, часто що спираються на досягнення суміжних наук – наприклад, логіки (пресупозиційний аналіз) і психології (різного роду асоціативні експерименти). Найбільшу відомим з власне семантичних методів здобув метод компонентного аналізу.

Компонентний аналіз значення в найширшому значенні є набором процедур, в результаті яких слово зіставляється його визначення, що є тим або іншим способом структурований набір семантичних компонентів, задаючих умови застосовності даного слова.

Компонентний аналіз значень слів сприяв проникненню в семантику експериментальних методів дослідження.

А.М. Кузнєцов, який модифікував визначення, зазначає, що компонентний аналіз – дослідження мінімальних семантичних складових мовних одиниць як диференціальних ознак, що можуть вирізнити мовні одиниці одного рівня. Значення кожної мовної одиниці складається із семантичних компонентів (сем) і словниковий склад певної мови може бути описаний за допомогою обмеженої і порівняно невеликої кількості семантичних ознак.

Компонентний аналіз, на думку Ж. Вардзелашвили, є методом дослідження значень слів, з'єднаних в одну лексичну мікросистему по певній інтегральній смисловій ознаці, шляхом послідовного зіставлення значень одиниць цієї мікросистеми по різних смислових параметрах (форма, колір, розмір і т.д.) з метою виявити диференціальні ознаки, розрізняючи значення, даних одиниць в межах аналізованої мікросистеми (10: 151-152).

"Аналіз дискурсу повинен бути заснований на систематичній реконструкції соціально-історичного поля, в якому був створений об'єкт аналізу дискурсу" [9:4]. При цьому вивчається як синтаксична форма пропозицій, так і загальна організація дискурсу, а не тільки загальні теми і "локальні значення". Детально розглядається стилістика і риторика дискурсу (риторичні прийоми, мовні акти, стратегії і т.д.). Такі структури звичайно відносять до елементів соціального контексту.

Як зазначає В.В. Михайленко, дискурсивний аналіз – це лінгвістичний аналіз уривка (усного/письмового) мовлення, більшого ніж речення для встановлення:

- 1) ланцюга речень (висловлювань), що відзначені в однакової дистрибуції;
- 2) набору засобів лексико-граматичного зв'язку (когезії);
- 3) правил об'єднання речень в абзаці (параграфі) та абзаців (параграфів) у дискурсі;
- 4) стратегії мовця введення або зміни теми, а також стимулювання слухача для отримання мовленнєвого зворотнього зв'язку;
- 5) контенсивної завершеності мовленнєвого уривку (когеренції).

Банківський дискурс представлений статтею *Banks Raised Billions, Geithner Says. The country's biggest banks* have made moves to bolster their balance sheets by about \$56 billion since the government disclosed the results of its financial "stress tests" two weeks ago, Treasury Secretary Timothy F. Geithner said Wednesday.

Skip to next paragraph... the plan to team up with private investors to buy billions of dollars in toxic assets from **banks**.

In describing the banking system, Mr. Geithner, said that **the country's largest financial institutions** had raised billions by issuing common stock and new debt, including \$8 billion in bonds not guaranteed by the government. After reviewing the condition of 19 of **the country's largest financial institutions**, regulators said on May 7 that 10 banks needed to raise a total of \$75 billion in additional capital to withstand losses if the economy took another turn for the worse.

Since then, **the banks** have raised or announced plans to raise \$56 billion – \$48 billion of which came from the 10 banks that needed to bolster their capital levels, Mr. Geithner said.

**Several banks**, including Goldman Sachs, Morgan Stanley and State Street, have said that **they** want to repay the money ...

Для досліджуваної статті характерним є:

- вживання спеціальної фахової, загальнонаукової та міжгалузевої, загальноновживаної лексики;
- використання номінативних ланцюжків для вираження зв'язності.

Отже метою дослідження банківських номінацій спеціального дискурсу було виокремлення ланцюжків і встановлення їх семантичних функцій.

Для цього спочатку проводимо морфологічний аналіз:

$PN = SN^1 (<NPos + Adj + N) + SN^2 (<NPos + Adj + Adj + N) + SN^3 (<Adv + N) + SN^4 (<Pron).$

PN – banks

SN<sup>1</sup> – The country's biggest banks

SN<sup>2</sup> – the country's largest financial institutions

SN<sup>3</sup> – Several banks

SN<sup>4</sup> – they

Семантичний аналіз банківських номінації показав, що всі вони відносяться до семантичного поля **BANK**.

Дискурсивний аналіз з якого видно, що БН виконують когезивну функцію, який виступає фрагментом мовної картини світу.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Акімова О.В., Солнышкина М.И. Типология дискурса в профессиональной коммуникации. / Сборник научных трудов "Актуальные проблемы теории коммуникации". СПб. – Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 253-270.
2. Волкова Т.Я. Концептуальный аппарат и структурно-семантические та генетичні особливості термінології англійського літературознавства: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Одеськ. нац. ун-т ім. П.Меншикова. – Одеса, 2002. – 19 с.
3. Жаботинская С.А. Теория номинации: когнитивный ракурс // Вестник МГДУ. – М.: МГЛУ, 2003. – Вып. 478: Лексика в разных типах дискурса. – С. 145-164.
4. Журавлева Т.А. Особенности терминологической номинации. – Донецк: Донбасс, 1992. – 253 с.
5. Йокояма О.Б. Когнитивная модель дискурса и русский порядок слов. – М.: Языки слав'янской культуры, 2005. – 424 с. – (Studia philologica).
6. Карташкова Ф.Й. Косвенная номинация в английском языке: деятельностно-процессуальный подход: Автореф. дис. ... докт. филол. наук: 10.02.04 / Санкт-Петербург. гос. ун-т. – СПб., 2001. – 33 с.
7. Ковбасюк Л.А. Семантичний та функціональний аспекти одиниць вторинної номінації з компонентом «кольороназва» в сучасній німецькій мові: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. нац. лінгв. ун-т. – К., 2004. – 20 с.
8. Левицький А.Е. Функціональний відхід до аналізу системи номінативних одиниць сучасної англійської мови // Вісн. Харків. нац. ун-ту. – Харків, 2000. – Вып. 471. – С.137-143.
9. Микитюк І.М. Ономазіологічні дослідження лексичної номінації // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Наука і освіта 2003": Філологія. – Дніпропетровськ: Наука і освіта. – 2003. – Том 13. – С. 88-89.

10. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрямки та проблеми: Підручник. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.
11. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
12. Banks Raised Billions, Geithner Says. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до тексту: // www.thebanker.com

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Тетяна Грошко – асистент Буковинської державної фінансової академії.  
Наукові інтереси: сучасний англомовний банківський дискурс.

**КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ БІЗНЕСОВОЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ**

**Дмитро ЛОЗОВИЙ (Горлівка, Україна)**

*У статті розглянуто особливості концептуальної структури дискурсу бізнесової презентації, наведено модель концептуального поля цього різновиду дискурсу та проаналізовано взаємозв'язок його компонентів.*

*The business discourse conceptual structure specifics is investigated in this paper. The conceptual field of this discourse model is given and the correlation between its components is analyzed.*

Поняття дискурсу є одним із основних понять у сучасній лінгвістичній теорії, зорієнтованої на поглиблене вивчення процесу міжособистісної комунікації. Вивчення дискурсу як продукту мовленнєвої діяльності має певні стадії розвитку, від розуміння та дослідження його як мовленнєвого утворення, одиниці рівня, вищого за речення, до єдиної системи нормативних когнітивних схем, вироблених суспільством, що забезпечують комунікацію у межах культурного суспільства в цілому, а також комунікативної практики всередині специфічних суспільних груп.

Значної актуальності набули дослідження дискурсу в контексті когнітивної лінгвістики, виявлення механізмів та принципів взаємовпливу адресанта та адресата у процесі розгортання дискурсивного континууму.

Дискурс бізнесової презентації в цьому плані становить особливий інтерес, бо він є специфічним форматом автороцентричного аргументативного дискурсу, метою якого є вплив на адресата за допомогою певних комунікативних тактик та стратегій. Вивчення категоріальної структури дискурсу бізнесової презентації, виявлення особливостей його концептуальної організації сприятиме дослідженню специфіки механізму текстотворення цього різновиду дискурсу та реалізації комунікативних стратегій адресанта стосовно адресата на когнітивно-мотиваційному рівні спілкування.

Найприйнятнішим розумінням терміну «дискурс» у нашому дослідженні ми вважаємо надане С.А. Сухих та В.В. Зеленською – «комунікативно-прагматичний зразок мовної поведінки, котра протікає у певній соціальній сфері, котра має певний набір змінних факторів: соціальні норми, відносини, ролі, конвенції, показники інтерактивності тощо». Співвідношення дискурсу, як комунікативної ситуації, з мовленням, текстом, комунікацією визначається О.А. Селівановою наступним чином: «мовлення розглядається як засіб комунікації; текст – як цілісна семіотична форма організації комунікації; комунікація – як процес інформаційного обміну; дискурс – як комунікативна подія, ситуація, що включає текст та інші складові» [2: 43].

Досліджуючи дискурс, як реалізацію мовленнєвої діяльності, ми, насамперед, звертаємо увагу на його систематизоване та впорядковане утворення, регуляція якого відбувається згідно з певними правилами та нормами («право на відхилення від норми» у цьому випадку є також частиною норми), тобто комуніканти будь-якого дискурсу взаємодіють у точно визначеному фреймі комунікації, обов'язково виконуючи правила функціонування фрейму – наявність ролей «адресант-адресат», соціальних ролей, соціокультурна складова фрейму тощо. Існує велике розмаїття дискурсивних типів, характеристики яких залежать від теми, інтенцій, стратегій, типів реагування адресатів тощо, що породжує певну проблему стратифікації комунікативної ситуації дискурсу. Але, беручи до уваги положення про системність мовлення, лінгвісти завжди орієнтувались на загальну стратифікацію комунікативної ситуації, що відображалось у цілій низці різноманітних комунікативних моделей (К. Бюлера, Р. О. Якобсона, Г.П. Грайса та інших). Сучасні лінгвісти в якості компонентів дискурсу виокремлюють учасників ситуації, екстралінгвістичний контекст,

котрий використовується для інтерпретації мовного матеріалу, фізичні, соціальні та культурні показники ситуації спілкування. Ці елементи також доповнюються паралінгвістичними факторами, інтертекстом [5: 1], жанром дискурсу, тематикою та метою комунікації [5: 78].

Окрім елементарної стратифікації, дослідники говорять про рівневу стратифікацію – комунікативна ситуація розглядається як трьохрівнева, що складається із формально-семіотичного, когнітивно-інтерпретаційного та соціально-інтерактивного рівнів [3: 10]. Перший рівень співвідноситься із вербально-знаковою репрезентацією дискурсу, другий – із закладеним у ньому смыслом та його інтерпретацією, третій – із інтеракцією комунікантів у суспільному середовищі, співвіднесенням їхньої мети, стратегій та реакцій. Дослідники також наголошують на тому, що всі рівні дискурсу мають природу наскрізної взаємодії – усі елементи рівневої стратифікації дискурсу пов'язані між собою спільними факторами когнітивно-породжувальної діяльності адресанта та когнітивно-інтерпретаційної діяльності адресата, що забезпечує коректну соціально-інтерактивну взаємодію комунікантів.

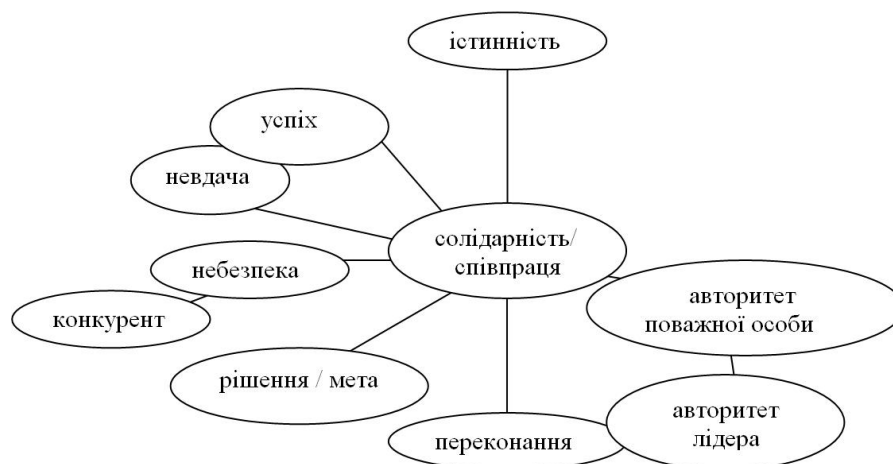


Рис 1. Модель концептуального простору бізнесової презентації.

Особливу роль для комунікантів дискурсу грають концепти – «провідники найрізноманітнішої інформації, що є повністю або частково матеріалізованими у мові [...] концепти як ідеальні утворення кодуються в почуттєво-образних уявленнях, система яких створює так звану концептуальну картину світу» [1: 22–24].

Базові концепти того або іншого дискурсу визначають загальні пресупозиції комунікантів, вони є точками зіткнення концептуальних картин світу адресата та адресанта, а, також, основою взаємовпливу комунікантів. Бізнесовий дискурс у цьому сенсі не є виключенням, оскільки однією з його основоположних властивостей є вплив на адресата шляхом конструювання нових значень на основі об'єднання смислових елементів та практик усіх соціальних сфер.

Оскільки концепт становить основу когнітивної діяльності людини і є основою механізму мислення, спрямованого на ототожнення та розрізнення явищ світу, дослідження концептуального простору бізнесового дискурсу є поглибленням у специфіку публічного аргументативного дискурсу, спробою виокремлення базових понять, на які спирається адресант під час промови, визначення важелів впливу на свідомість аудиторії.

Слід зазначити, що у формуванні концептуальної системи аргументативного дискурсу стрижневу роль грають базові, первинні концепти, що закладені у свідомості людини на рівні підсвідомості та інстинкту, призначені на вплив на рівні інстинкту, що і відображається у мовній тактиці та стратегії адресанта. Базові концепти є фіксованими поняттями, під впливом котрих розвиваються усі інші, тобто піддаються подальшому уточненню та модифікаціям. Лексико-семантична оболонка виступу відображає форму вербалізованого персуазивного мислення, що має свої особливості у бізнесовому дискурсі. Також варто

підкреслити, що бізнес дискурс характеризується наявністю широкого спектру тематичних полів, що зумовлено різноманітною соціальною діяльністю людини, адже бізнесовий дискурс може мати цілу низку завдань, такі як: демонстрація (послуг, продукту); агітація та залучення колективу до спільної генерації ідей, стратегій розвитку бізнесової структури; продаж (послуг, ідей); презентація (компанії, продукту) тощо. Водночас, разом із певною тематичною диференціацією, усі види бізнесового дискурсу мають спільний «стрижень» – головною метою будь-якого бізнесового дискурсу є вплив на адресата. Саме цей вплив і здійснюється за допомогою «первинних» та «вторинних» концептів, що утворюють концептуальний простір бізнес дискурсу.

Досліджуваний нами тип дискурсу має значне аргументативне навантаження, що полягає у специфічній дії на свідомість адресата певних мовних виражень, котрі є організованими у відповідності до прийнятих у певній культурі принципів переконання. Найбільш дієвим у цьому плані є вплив аргументування на процес прийняття рішень адресатом, що досягається через трансформацію його концептуальної моделі світу та відображається у прагматичній категорії інтенції акту аргументації та концептуальному просторі дискурсу. Рівень важливості комунікативної мети зумовлює вибір комунікативних стратегій та тактик, серед яких риторичні виділяють логічні (індукція, дедукція, аналогія) та психологічні (перебільшення, провокація, раптовість, гумор). Якщо логічні тактики, перш за все, керуються здатністю аудиторії до логічного умовиводу, психологічні взаємодіють із підсвідомими частинами людської психіки, котрі переважно базуються на основних інстинктах людини (самозбереження, продовження роду тощо). Ці поняття становлять основу концептуального простору досліджуваних нами видів дискурсу. По ходу розгортання дискурсивного континууму різні концепти, рівень пріоритетності яких у кожній фазі виступу зумовлений специфічними завданнями комунікації, поступово нашаровуються один на інший, утворюючи специфічне концептуальне поле.

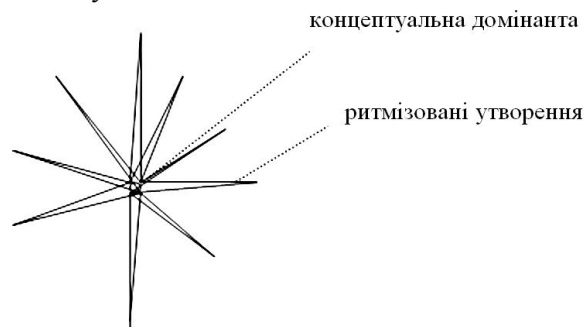


Рисунок 2. Модель ритмізованої структури концептуального простору дискурсу.

У процесі дослідження розробок англійських бізнесових презентацій ми виявили низку концептів, котрі допомагають адресанту встановити контакт із реципієнтом та зблизити концептуальні картини світу комунікантів:

1) «Небезпека» – цей концепт фігурує переважно на початку виступу, з метою єднання аудиторії за принципом «суспільне протистояння поставленій проблемі» (є витоком для формування концептів «співпраця» і «солідарність»): у бізнесовому дискурсі концепт «небезпека» частіше пов'язаний із концептом «конкурент». Наявність концепту залежить від характеру презентації:

*«Let's look at the competition. Now, our main competitor – Benton – entered the market in 1982 – ten years later than us. But since then they have grown more rapidly and are now the biggest in terms of market share. [...] Their products are better, sold at lower prices and presented more attractively»[4].*

2) «авторитет лідера» – адресант звертається до нього з метою аргументації тези своєї доповіді словами людини, авторитет якої аудиторія не піддає сумніву, замінюючи об'єктивні факти (результати досліджень, статистичні, соціологічні дані тощо) суб'єктивними (авторитет слів, на які посилається мовець, на момент виступу сприймається більшістю аудиторії як істина): в силу того, що презентацію може проводити не тільки і не стільки



голова структури, а й співробітники, концепт «авторитет лідера» тяжіє до трансформації у «авторитет поважної людини»; антропоцентр «лідер» не співпадає із адресантом (у деяких випадках він може стосуватись на однієї людини, а групи, яка проводила дослідження).

3) концепт «успіх» є наявним у переважній більшості дослідженого мовленнєвого матеріалу та має свою специфіку:

Частіше за все він пов'язаний із фактуальністю викладу інформації і є наявним як характеристика стану розвитку бізнесової структури чи продукту на теперішній момент. Прагматика цього виду дискурсу зумовлює часте звернення до концепту «успіх» після концепту «невдача» задля пом'якшення негативного впливу попереднього повідомлення:

*«Finally, our cheapest model, the C3456. If we look at the figures for years 1 and 2, we see that sales increased rapidly in the second year to reach 250,000, then in the third year they rose again by 200,000 to reach 450,000. Fourth year sales were also good – the end-of-year figure went up to 580,000. Year 5 sales dropped slightly – they were down to 550,000 and this figure was maintained last year. I'm sure you'll agree, these results are excellent»[4].*

4) концепт «невдача» також має свою специфіку вербалізації, що зумовлено різними прагматичними стратегіями адресанта відносно адресата задля досягнення мети спілкування. У бізнесовому дискурсі є результатом переважно фактуальний викладу інформації адресантом – якщо метою презентації є стимуляція аудиторії до подолання якоїсь проблеми, уникнення її зазначення може призвести до комунікативної невдачі. Слід зазначити, що адресант вербалізує концепт «невдача» безпосередньо, уникаючи маскуванню чи перекручення фактів і, водночас, пов'язує невдачу із можливим рішенням чи перспективою:

*«So, that brings me to the opportunities. We're clearly not taking the opportunity we have to dominate the small business user market. We could be achieving significantly higher sales – I estimate fifty to sixty percent more. We could also be building a much more extensive customer base – this would ensure a more secure future as well»[4].*

5) концепт «рішення» («вихід із проблемної ситуації», «мета») є важливим елементом побудови концептуального простору зазначених видів дискурсу як логічне продовження звертання адресанта до концепту «небезпека»(сам концепт «рішення», частіше за все, позиціонується як двокомпонентний – «рішення»/«мета»). Цей концепт може мати різні вияви, що зумовлено різноплановістю бізнесової презентації – кожна конкретна ситуація має конкретне рішення, наприклад, у презентації з приводу проблем логістики вірним рішенням пропонується скорочення, заміна або вдосконалення етапів виробничого процесу на більш ефективні:

*«Now, we can identify three potential bottlenecks which can lead to inventory levels rising to unacceptably high levels. One I mentioned on the start, where we supply the boards for cutting before they move onto the coating stage: as I said, we supposedly stock five days' supply. That's OK»[4].*

б) концепти «співпраця» та «солідарність» є важливими опорами автороцентричного дискурсу для спрямування комунікації у позитивний бік та залучання адресата до активних дій. У дискурсі бізнесовій презентації концепти «співпраця» та «солідарність» є імпліцитними, бо від співпраці колективу бізнесової структури залежить загальний успіх, і це відомо усім співробітникам. До солідарності адресата також можуть закликати концепти «проблема» та «рішення», згадування яких передбачає згуртованість для винесення вірного рішення, формування ідеї чи стратегії розвитку.

Концептуальне поле досліджуваного нами виду дискурсу тяжіє до певної домінанти, із якою пов'язані усі інші концепти. Слід зазначити, що проаналізовані зразки бізнесових презентацій мають домінанту «солідарність\співпраця» (рисунок 1).

У наведеній моделі концептуального простору бізнесової презентації в центрі знаходяться імпліцитні концепти «співпраця» та «солідарність», що зумовлено важливістю суспільного вкладу співробітників у розвиток бізнесової структури. Логічний концепт «істинність» є одним із базових, позаяк адресат сприймає слова адресанта, не потребуючи їх доведення, а окремі елементи доповіді адресанта підкріплені фактичним матеріалом, що надає концепту «переконання» особливої аргументативної сили. Концепт «авторитет лідера» є наближеним до концепту «переконання», бо адресант аргументує надані факти або

висловлені ідеї за допомогою посилання на фахівців тієї чи іншої сфери виробництва. «Авторитет лідера» часто заміщується концептом «авторитет поважної особи» через неспівпадання особистості лідера колективу із особистістю, думкою якої адресант підкріплює свої слова. Концепти «успіх» та «невдача» почасти ідуть у зв'язці задля зменшення можливої негативної реакції аудиторії на зазначені негативні факти. Концепт «небезпека» опосередковується концептом «конкурент» та пов'язується із концептом «рішення»/«мета» – така зв'язка зумовлена логічною послідовністю розвитку дискурсу.

Функцію формування концептів мають презентації, метою яких є представлення компанії, продукту, колективу, послуги тощо, наприклад, у наведеному нами фрагменті презентації адресант формує концепт операційної системи «Windows», котра не була відома до дев'яностих років ХХ століття, отже, не мала відповідного концепту у свідомості людей: «...when you get to your desk in the morning, you should switch on your machine and the first screen you see will be a menu inviting you to choose documents, accounts or customer information. Now let's say you choose accounts: it then asks you to select from a list which type of accounts and so on. Another big advantage is that you can bring another file up on screen at the same time. For example, if you want to check some customer information at the same time, you can open a window on this while maintaining the accounts on screen»[4].

Усі інші концепти виконують роль аргументу доведення точки зору адресанта, причому між концептами встановлюється поперемінний зв'язок, тобто адресант щоразу вертається до домінанти. Ця структура може мати вигляд: «Солідарність – успіх – істинність – солідарність – авторитет поважної особи – безпека – невдача – солідарність тощо», тобто існує постійний зв'язок «центр-периферія». Графічно цю модель можна представити як зірку, де у центрі буде знаходитись домінанта впливу, а «променями» будуть виступати певні концепти (рисунок 2).

Таким чином концептуальне поле дискурсу, що характеризується певним ритмом, є базовим фактором ритмізації мовленнєвої поведінки.

Наведені моделі не репрезентують усі варіації в концептуальному просторі досліджуваних типів дискурсу, але наявність в них сталих системних утворень дає підстави говорити про існування специфічного концептуального ритму, існування та функціонування якого тісно пов'язане із соціальним аспектом функціонування дискурсу бізнесової презентації. Подальші перспективи дослідження передбачають вивчення взаємозв'язку між концептуальним полем та прагматикою бізнесової презентації.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Манакин В. Н. Сопоставительная лексикология. – К.: Знання, 2004. – 326 с.
2. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие. – К. – ЦУЛ, Фитосоциоцентр, 2002. – 336 с.
3. Сусов И. П., Аристов С. А. Коммуникативно-когнитивная лингвистика и разговорный дискурс // Лингвистический вестник. – Ижевск, 1999. – № 1.
4. English for Business and Administration. – Oxford.: Oxford University Press, 1998. – 220 p.
5. Cook G. Discourse and Literature. – Oxford.: Oxford University Press, – 1995. – 285 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Дмитро Лозвий – аспірант кафедри практики мовлення та інформаційних технологій Горлівського державного педагогічного інституту іноземних мов.

Наукові інтереси: менталінгвістика та просодичні параметри дискурсу.

## СПОСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ АГОНАЛЬНОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Олександр ПУШКАР (Кам'янець-Подільський, Україна)

Стаття присвячена способам реалізації агональності в англomовному політичному дискурсі та використанню мовних засобів для її вираження у відповідному дискурсі.

The article deals with cognitive and semantic tactics and strategies of agon in the political discourse. Linguistic means of expressing agon have been taken into consideration as well.

Інтенція боротьби за владу – це специфічна характеристика політичного дискурсу, особливості якого в останні роки активно обговорюють різні дослідники, зокрема

В.Н. Базильов, А.Н. Баранов, Н.А. Безменова, О.І. Воробйова, В.З. Дем'янков, О.П. Єрмакова, Е.А. Земська, Е.Г. Казакевич, В.І. Карасик, Ю.Н. Караулов, В.Г. Костомаров, Л.П. Крисін, Н.А. Купіна, П.Б. Паршин, В.В. Петров, Г.Г. Почепцов, П. Серіо, Ю.А. Сорокін, Ю.Б. Феденева, А.П. Чудінов, В.Н. Шапошніков, В.И. Шаховський, Е.Й. Шейгал і ін.

Інтенція боротьби за владу знаходить відображення у такій властивості політичного дискурсу, що називається *агональністю* (від гр. агон – «змагання», «боротьба двох ідей, які захищають сторони, що суперничають, причому боротьба азартна, жагуча» [5: 68]. Таким чином, мова може бути сприйнята й здійснена як боротьба, причому боротьба й перемога становлять головну мету спілкування.

А. Ф. Лосєв виділяє два типи відносин [5: 51]:

1. Гармонізуючий (основу якого становлять істина й згода).
2. Агональний (в основі – боротьба й перемога).

У політичній комунікації, у зв'язку із цим, мова може бути зрозуміла й здійснена як боротьба. Політика, якщо її розуміти як боротьбу за завоювання й утримання влади – це, безумовно, переважно сфера агонального мислення, сфера побуту агональних мовних ідеалів. Отже, політичний дискурс являє собою демонстрацію боротьби, агона: «запекла боротьба за владу розігрується як змагання, як великі національні ігри, для яких важливі певні іміджі, форми прояву мовної агресії й т.д.» [6: 24].

Мета статті – характеристика когнітивно-мовленнєвих стратегій і тактик, що використовувались політичним діячем Бараком Обамою у боротьбі за владу.

На мовленнєвому рівні виявляється, що обраний комунікантами спосіб спілкування характеризується наявністю протиборчих сторін (агональність, як і усіяка боротьба, не може бути реалізована без суперника), а також наявністю адресата – спостерігача (агон – це, крім боротьби, і театральне видовище, немислиме без глядачів).

Під впливом фактора «наявність протиборчих сторін» мовець змушений обрати такий план оптимальної реалізації мовних намірів, у результаті застосування якого можна максимально зменшити значимість статусу співрозмовника ( $S_b - 2$ ), тобто розгорнути позиції свого політичного супротивника й максимально збільшити значимість свого статусу, тобто підняти себе ( $S_b - 1$ ) [6: 128].

Наявність же адресата – спостерігача визначає можливість «гри на глядача», яким є потенційний виборець, тобто  $S_b - 3$ . Мовець прагне зробити процес спілкування більше видовищним, викликати емоційні відгуки й тим самим заволікти адресата – спостерігача, що сприймає «політичні події як якесь дійство, що розігрується для нього» [7: 23], у процес гри, зробити його співучасником.

Під впливом даних факторів, як відзначалося вище, у політичному дискурсі формуються три стратегії [5: 172]:

- 1) Стратегія на зниження;
- 2) Стратегія на підвищення;
- 3) Стратегія театральності.

Під комунікативною стратегією розуміється план оптимальної реалізації комунікативних намірів, що враховує об'єктивні і суб'єктивні фактори та умови, в яких протікає акт комунікації і які, в свою чергу, обумовлюють не тільки зовнішню та внутрішню структуру тексту, але й використання певних мовних засобів.

Кожна стратегія політичного дискурсу реалізується завдяки використанню певного набору тактик. Під тактиками в даному дослідженні розуміється сукупність прийомів, що обумовлюють застосування мовних засобів [2: 16]. Розглянемо докладніше використання тактик при реалізації стратегій політичного дискурсу.

Спрямованість на суперника, прагнення розвінчати його позиції передбачає стратегію «гри на зниження». Реалізується ця стратегія через наступні тактики:

1. Тактика аналіз – «мінус» – розгляд або розбір ситуації, заснований на фактах, що припускає вираження негативного відношення до описуваного, а також, до людей, їхніх дій і вчинків.

2. Тактика обвинувачення – приписування кому-небудь якої-небудь провини, визнання винним у чому-небудь, а також розкриття, виявлення чієїсь непорядних дій, намірів, якостей.

3. Тактика безособового обвинувачення – обвинувачення, при якому не вказуються винуватці засуджуваних дій або вчинків, тобто ті особи, чиє зловживання, таємні задуми й т.п. стають предметом відкритого обговорення й осуду.

4. Тактика викриття – приведення з метою викриття фактів і аргументів, що роблять очевидною провину, злочинність кого-небудь.

5. Тактика образи – нанесення образи, приниження кого-небудь, що супроводжується експлікацією емоційного складового компоненту замість наведення доказів.

У результаті аналізу тактик, що репрезентують стратегію на зниження, можна зробити висновок про те, що їхньою загальною рисою є як експліцитне, так і імпліцитне вираження негативного відношення мовця (Sb – 1) не тільки до предмета обговорення, але й до адресата (Sb – 2). Вибір стратегії на зниження відбиває наявність у мовця установки негативного характеру, оскільки адресат найчастіше є політичним супротивником, опонентом [2: 13]. Крім того, слід зазначити, що протиборство учасників детермінує активність, спрямовану на оволодіння комунікативною ініціативою. У результаті дії даної установки чітко простежується прагнення мовця дискредитувати опонента [2: 5-20].

Прагнення мовця підняти себе над суперниками припускає стратегію, спрямовану на підвищення. Ця стратегія відображає прагнення мовця максимально збільшити значимість власного статусу. Реалізується стратегія на підвищення завдяки використанню наступних тактик:

1. Тактика аналіз – «плюс» – розгляд або розбір ситуації, заснований на фактах, що припускає імпліцитне вираження позитивного відношення мовця до описуваної ситуації.

2. Тактика презентації – представлення кого-небудь у привабливому вигляді.

3. Тактика прихованої самопрезентації – виражене непрямо, без прямої вказівки на об'єкт позитивного оцінювання, подання мовцем себе в привабливому, вигідному йому світлі.

4. Тактика відводу критики – наведення з метою доказу невинності аргументів і/або фактів, за допомогою яких можна пояснити (виправдати) які-небудь дії та вчинки.

5. Тактика самовиправдання – заперечення негативних суджень про об'єкт критики і його причетності до того, чому дається негативна оцінка.

Наявність у політичному дискурсі адресата – спостерігача обумовлює реалізацію стратегії театральності – «театральний» підхід до ситуації, що представляє її «трактування в якості драми, де люди намагаються зробити один на одного певне враження» [2: 17].

Фактор аудиторії (Sb – 3), яку мовець постійно враховує, визначає існування стратегії театральності в політичному дискурсі. Як і інші стратегії, вона представлена певним набором тактик:

1. Тактика спонукання – заклик до якої-небудь дії, до прийняття точки зору.

2. Тактика кооперації – такий спосіб звертання до адресата, за допомогою якого мовець конструює образ останнього, апелюючи до ідей і цінностей, носієм яких він (на думку мовця) є.

3. Тактика розмежування – виявлення розходжень і відмінностей в позиціях і думках.

4. Тактика інформування – приведення даних і фактів, що не супроводжується вираженням відношення мовця.

5. Тактика обіцянки – добровільне зобов'язання зробити що-небудь.

6. Тактика прогнозування – пророкування, судження про подальший плин, розвиток чого-небудь на підставі інтерпретації різних наявних даних.

7. Тактика попередження – застереження, що випереджає повідомлення про можливі події, дії, ситуації й т.п.

8. Тактика іронізування – здійснення впливу за рахунок контрасту між виголошеним і тим, що мається на увазі.

9. Тактика провокації – підбурювання кого-небудь до таких дій, які можуть викликати важкі для нього наслідки.

Продемонструємо використання мовних засобів для вираження агональності в політичному дискурсі, проаналізувавши виступ Барака Обами. Барак Обама починає свій

виступ, активізуючи тактику кооперації стратегії театральності, для реалізації якої використовує прийом «ми – інклюзивне»:

*e. g. This is a timely address. Whatever else people disagree upon in America today, they at least agree on one point: America is in the midst of a profound debate about its future. I want to talk to you plainly today about this debate, the reasons for it and how to resolve it. In every crisis there is an opportunity. There is one here for America now, if we have the courage to take it [8: 2].*

Потім підкріплює це використанням лексичних засобів, що експлікують базову опозицію політичного дискурсу «свої» – «чужі»:

*e. g. The debate over Europe should not be conducted by trading insults or in terms of personality. It should be an open and frank exchange of ideas. And right at the outset I want to describe clearly how I define the debate and the disagreement underlying it.*

*The issue is not between a "free market" Europe and a social Europe, between those who want to retreat to a common market and those who believe in Europe as a political project.*

*Look at our children and the technology they use and the jobs market they face. The world is unrecognisable from that we experienced as students 20, 30 years ago. When such change occurs, moderate people must give leadership. If they don't, the extremes gain traction on the political process. It happens within a nation. It is happening in Europe now [8: 3].*

Таким чином, можна констатувати, що в основу маніпуляції покладене створення ілюзії входження слухача в особисту сферу мовця. Адресант, говорячи «our children, we experienced», акцентує увагу на ідеї спільності, що поєднує значення наведених вище лексем, тим самим, навмисно збільшуючи кількість власних прихильників, щоб нав'язати слухачеві думку про те, що «проблеми Америки загальні для всіх, нас багато і ми впораємося з ними». Також цій меті служить обраний адресантом вокатив «With your permission», звертання до якого покликане підкреслити рівність мовця та слухачів в статусному відношенні, тобто об'єднати у світі «своїх». Такого роду невіддільність слухачів від мовця дозволяє останньому подавати інформацію таким чином, що повідомлення сприймається так: «Є якась значна подія, до якого ми підходимо разом. Отже, майбутнє в нас загальне, а значить, проблеми, які існують, можна вирішити тільки спільно і ніяк інакше». Таким чином, спікер імпліцитно підводить слухачів до думки про нероздільність їхнього майбутнього, про неможливість існування один без одного. Ця ідея підтримується використанням граматичних засобів («We are living through...»), що репрезентують ми – інклюзивне. Вищевказані мовні засоби вибудовані в паралельні синтаксичні конструкції, завдяки чому мовцем реалізується прийом синтаксичного паралелізму з метою створення сугестивності.

*e. g. This is a union of values, of solidarity between nations and people, of not just a common market in which we trade but a common political space in which we live as citizens.*

*The idea of America, united and working together, is essential for our nations to be strong enough to keep our place in this world.*

*We are living through an era of profound upheaval and change [8: 5].*

Так, спікер, коли промовляє наведені речення, структурує свідомість слухачів за допомогою сполучення двох метафоричних моделей: моделі будинку/дому та моделі шляху/дороги («We are living through, space in which we live as citizens, our place in this world»). Метафора будинку традиційно пов'язана з позитивним прагматичним змістом: будинок – це сховище від життєвих негод, сімейне вогнище, символ фундаментальних моральних цінностей. Однак, у даному контексті ця метафорична модель пов'язана з метафорою шляху/дороги, тобто чогось нового, невідомого, тому відбувається актуалізація вектора тривожності, що стимулює виникнення бажання бути захищеним, знайти підтримку. Саме для задоволення цього бажання спрямований прийом, що був описаний вище, по використанню лексем зі значенням спільності. Мовець, тим самим, сигналізує слухачам: «Ти не один, ми разом, я тобі допоможу».

При використанні лексем, що позначають реалії, які мають найвищу цінність для людини (благополучне майбутнє, благополуччя дітей і онуків), на ідею загальності, що була сформована на початку тексту, у свідомості слухачів накладається думка про значущість, важливість, вирішальну роль усього, що відбувається, а отже, і всього, про що піде мова далі. При цьому майбутнє подається в нерозривному зв'язку зі справами, діями, але справами,

діями – спільними. Таким чином, завдання цієї частини виступу – привести слухачів до усвідомлення безумовної значимості моменту, підготувати вигідну для мовця актуалізацію подальшої інформації, змусити слухачів оцінити її як життєво важливу, а основна ідея, яку приховано нав'язує мовець слухачам, така: «Ми разом, у нас загальне майбутнє і благополуччя цього майбутнього залежить тільки від наших спільних дій, отже, ці дії необхідні».

В наведених далі реченнях відбувається актуалізація тактики аналіз – «мінус» стратегії на зниження.

*e. g. To say that is the issue is to escape the real debate and hide in the comfort zone of the things we have always said to each other in times of difficulty.*

*There is not some division between America necessary to succeed economically and social America. Political America and economic America do not live in separate rooms.*

*We talk of crisis.*

*It is understanding the difference between the challenges that have to be managed and those that have to be confronted and overcome. This is such a moment of decision for America [8: 7].*

В даному тексті ми можемо визначити те, як спікер за допомогою подвійного використання прийому маскування асерції під пресупозицію, імплікує думку про те, що все гарне залишилося в минулому («великою, сильною, незалежною наша держава вже була»), нав'язуючи при цьому ще й додаткову думку про силу й незалежність держави. При цьому суб'єкт – носій цієї думки не називається (використовується прийом усунення суб'єкта: не ясно, ким саме держава по праву вважалася великою). Відбувається відхід від конкретики, забезпечується вплив на свідомість слухачів: «Коли наша країна була сильною й незалежною?» Мовець не дає конкретної інформації, а уникає її шляхом використання конструкції («in times»). У результаті залишається незрозумілим, який період історії має на увазі політик. Для того, щоб слухачі ясніше усвідомили положення речей, для створення колоритної картини «times of difficulty», автор різко поляризує лексичні засоби. За допомогою оцінної лексики він вибудовує антитезу («Велика держава – Америка в найтяжкому стані»), завдяки якій уміло протиставляє незалежність великої держави у минулому, важкому сьогоденню, використовуючи невизначеність лексеми «in times» та референтну віднесеність лексеми «now». Лексеми «сильна», «незалежна», «по праву великої держава», експлікують позитивну оцінку (у такий спосіб характеризується країна в минулому), вираз «in times of difficult» – негативну, а використання найвищого ступеню порівняння потрібна для позначення вищого ступеня прояву ознаки.

Крім того, негатив створюється завдяки використанню лексем: «nation», «country», «America». Маючи можливість вибору між ними, політик використовує в кожному конкретному випадку саме ту лексему, за допомогою якої можна виразити своє відношення до предмета мови. Так, у момент опису «прекрасного минулого» політик актуалізує лексему «nation», коли ж потрібно виразити негативне відношення до того, що відбувається сьогодні, обирається лексема «country» або «America».

Таким чином, спікер, сформувавши у свідомості слухачів певний ментальний простір, змушує слухачів, тим самим, некритично сприймати повідомлення й провокує на здійснення вигідних для даного політика вчинків.

Проведений дискурс – аналіз тексту виступів Барака Обами дозволяє констатувати приналежність мовця до політичного дискурсу. Мовець досить очевидно демонструє інтенцію боротьби за владу, експлікуючи бажання спочатку заволодіти нею, а потім і втримати. Дана обставина (інтенція боротьби за владу) обумовлює наявність агональності, що структурує аналізований текст і, проявляється за допомогою обраного способу спілкування (здійснюваний мовцем вибір стратегій і тактик). Виходячи з вище зазначеного, ми можемо говорити про те, що мова кожного політичного діяча поєднує в собі усі три види стратегій прояву агональності. Перевага однієї з них відбувається на фоні інтенцій самого спікера, але незважаючи на це, усі вони відіграють безпосередню роль підсвідомого впливу на слухачів.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Жинкин Н.И. Язык. Речь. Творчество. (Избр. труды). – М.: Лабиринт, 1998. – 368 с.
2. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5 – 20
3. Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты. – М., 2000. – С. 7 – 25
4. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX века. – М., 1995. – С. 144 – 238
5. Лосев А.Ф. История античной эстетики: Софисты. Сократ. Платон. – М., 1969. – 195 с.
6. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: Монография. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
7. Шейгал Е.И. Структура и границы политического дискурса // Филология – Philologica. – №14. – Краснодар, 1998. – С. 22 – 29.
8. Barack Obama A More Perfect Union. The Race Speech” Philadelphia, PA March 18, 2008. – 17 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Олександр Пушкар** – магістр кафедри англійської мови Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

*Наукові інтереси:* політичний Інтернет-дискурс, прагматика, когнітивна лінгвістика

**КОМУНІКАТИВНИЙ ІМІДЖ  
СУЧАСНОГО АМЕРИКАНСЬКОГО ПОЛІТИКА: ПАРАДИГМА РОЛЕЙ  
(на матеріалі промов Барака Обами)**

**Олена ЧОРНА (Кіровоград, Україна)**

*У статті досліджено поняття комунікативного іміджу та комунікативної ролі; виокремлено та проаналізовано парадигму комунікативних ролей чинного президента США Барака Обами.*

*The paper investigates the concepts of the communicative image and the communicative role. The paradigm of the communicative roles of the current US President Barack Obama is analysed and described.*

В центрі уваги сучасного мовознавства знаходиться діяльнісний аналіз реально функціонуючої мови в широкому соціально-культурному контексті. Загальна спрямованість лінгвістичних студій на розвиток теорії мовної комунікації, на всебічне дослідження комуніканта (*homo loquens* –людини, що говорить), на вивчення аспектів взаємодії мови, влади та суспільства; врахування національної та культурної специфіки вербальної взаємодії, а також зростання значимості політичної комунікації (від правильної інтерпретації якої залежить вирішення низки соціально-політичних проблем [1: 3]) зумовлюють **актуальність** вивчення проблеми створення іміджу політика під час здійснення словесної комунікації [10: 6, 60].

Лінгвістами розглядалися питання побудови моделі мовної особистості (Ю. Караулов), методик аналізу політичного дискурсу (М. Гаврилова, І. Ухванова-Шмигова), структури іміджу політика (О. Іссерс), мовленнєвих стратегій і тактик створення іміджу (Т. Романова), психологічних прийомів його побудови (О. Сергієнко).

На часі постає вивчення комунікативного іміджу, тобто довготривалої комунікативної ролі *homo loquens* [7: 110], який ще не був предметом окремого дослідження.

**Мета** статті полягає у визначенні парадигми комунікативних ролей, котрі формують імідж чинного президента США Барака Обами.

**Об'єктом** дослідження виступає комунікативний імідж політика. **Предметом** дослідження є мовленнєві засоби та прийоми формування такого іміджу. **Матеріал** дослідження складають 10 промов Барака Обами, виголошені політиком протягом 2009 року.

Основними поняттями нашого дослідження виступають «імідж», «комунікативний імідж» та «комунікативна роль». *Імідж* (від англ. image – образ) розуміємо як узагальнений портрет особистості, створюваний у суспільній свідомості на основі заяв та практичних дій особи [3: 110]; стереотипізований образ конкретного об'єкта, що існує в масовій свідомості [10: 3]. Головною стратегією особистості політика, на думку Т.Романової, виступає стратегія позиціонування себе в очах аудиторії, формування свого позитивного образу оскільки людина сприймає саме *образ* політика в єдності його політичних, світоглядних, біографічних, зовнішніх рис [6: 179].

В сучасній лінгвістиці не існує єдиного підходу до тлумачення комунікативного іміджу політика. Мовознавці співвідносять цей термін з мовленнєвим портретом (Т. Дорожкіна),

соціально-мовленнєвим портретом (Т.Романова) і власне комунікативним іміджем (Т. Романова). На основі узагальнення різних тлумачень понять «імідж», «комунікативний імідж» визначимо **комунікативний імідж** як сукупність мовленнєвих стандартів поведінки (ролей), механізмів і засобів їх реалізації, що використовуються комунікантом, наділеним певним соціальним та професійним статусом, з метою формування у свідомості слухачів / співрозмовників певного узагальненого образу такої особистості.

Базовими елементами комунікативного іміджу виступають, за Т. Романовою, комунікативні ролі та стратегії. Термін «роль» є умовним поняттям; соціальна роль визначається реальною функцією особи в суспільстві, а **комунікативну роль**, за Й. Стерніним, слід розуміти як прийнятну для тієї чи тієї соціальної ролі комунікативну поведінку. Це конвенціональний сценарій, стандарт мовленнєвої поведінки комуніканта, отриманий ним внаслідок соціалізації та професійної діяльності [12: 134]. Комунікативні ролі можуть не відповідати соціальній ролі мовця, їхній репертуар набагато ширший, ніж набір ролей соціальних. Вибір ролі, її зміна, вміння зіграти є однією зі складових мистецтва мовленнєвого впливу [Там само: 6]. Й. Стернін розподіляє комунікативні ролі на стандартні й ініціативні. Під *стандартною* роллю мовознавець розуміє «комунікативну поведінку людини, прийнятну в суспільстві для певної соціальної ролі чи ситуації». *Ініціативна* комунікативна роль є тим образом, котрий людина свідомо формує в процесі спілкування для досягнення певної цілі [12: 135-136].

Створення іміджу в процесі спілкування є *ініціативною довготривалою комунікативною роллю мовця*, таким чином, під час виголошення промови чи здійсненні іншої комунікації такої комунікант намагається досягти особливої перлокутивної мети [9, с. 560-561] – формування у свідомості слухачів бажаного для себе публічного образу, іміджу.

Визначальною рисою процесу комунікації в політиці є його спрямованість на адресата з метою досягнення перлокутивного ефекту – спонукати аудиторію до суспільно-політичної реакції [2: 4-5]. Іміджетворчі інтенції риторика, тобто, який саме образ прагне створити й підтримувати під час вербальної інтеракції комунікант, можливо реконструювати шляхом аналізу текстів промов такого мовця.

Таким чином, рольовий аналіз допомагає передбачити варіанти поведінки індивіда, що має певний соціальний статус [6: 520]. Найефективнішою видається ситуація, коли обрані політичним діячем ролі відповідають суспільним очікуванням. Г. Почепцов подає приклад генерала Олександра Лебеда, котрий увійшов в політичний простір з роллю «батька солдат». Сприймаючи Лебеда як генерала, батька, людина нібито потрапляє в позицію дитини і прагне довірити всі свої проблеми дорослому – генералу Лебедю [6: 520-522]. Цим мовознавець пояснює успішність обраного образу, котрий виник в політичному середовищі в епоху потрясінь та нестабільності.

За результатами аналізу, проведеного нами, можна стверджувати, що парадигму комунікативних ролей чинного президента США Барака Обама складають такі ролі: 1) РЕФОРМАТОРА, 2) ЛЮДИНИ З НАРОДУ, 3) МИРОТВОРЦЯ та 4) ЛОГІКА.

Домінантною роллю для Барака Обама виступає роль РЕФОРМАТОРА. Мовленнєво це відображається:

1. У критиці сучасного стану справ і потребі змін, які він готовий запропонувати. З лінгвістичного погляду цікавим є факт перманентного вибудовування Президентом лексичної опозиції „я” (свідомий, рішучий) – „вони” (консервативні, пасивні). Команда Обама (адміністрація, секретарі, помічники) об’єднані займенником „ми”, але мовець розмежовує ролі: „я” – ініціатор і очільник змін; „ми” – лише виконавці. Це вивищує Президента навіть над своїм оточенням: *Now, I know that for a long time **politicians** have spoken of training as a silver bullet and college as a cure-all. It's not, and **we** know that... And that is why I've set this ambitious goal... And **we** invest in the building blocks of innovation, from the classroom to the laboratory... **My** budget finally makes the research and experimentation tax credit permanent*

2. Представлення теперішнього як скупчення проблем та потрясінь, які потребують негайних і рішучих дій; та майбутнього, дорога до якого нелегка, але Президент готовий вести свою країну цим складним, відповідальним шляхом: *I understand that the politically safe*



*move would be to kick the can further down the road – to defer reform one more year, or one more election, one more term. But that's not what the moment calls for. That's not what we came here to do. We did not come to fear the future. We came here to shape it.*

Ще однією часто використовуваною роллю є роль ЛЮДИНА З НАРОДУ, котра переживає ті ж проблеми, що й рядові американці. Засобами мовленнєвої передачі цієї комунікативної ролі виступають:

1. Презентації себе як людини, що ОСОБИСТО пережила чи була свідком важливих для суспільства (американського, африканського, арабського – тобто, для адресатів) **подій**: *Now part of this conviction is rooted in my own experience. I'm Christian, but my father came from a Kenyan family that includes generations of Muslims. As a boy, I spent several years in Indonesia and heard the call of the azaan at the break of dawn and at the fall of dusk.*

2. Проведення паралелей між важливими історичними подіями та подіями власного життя: *Countries like Kenya, which had a per capita economy larger than South Korea's when I was born. I have the blood of Africa within me, and my family's own story encompasses both the tragedies and triumphs of the larger African story. So I believe that this moment is just as promising for Ghana and for Africa – as the moment my father came of age and new nations were being born.* Образ такої людини зменшує дистанцію між мовцем та аудиторією, забезпечує досягнення емпатії зі слухачами.

Комунікативна роль МИРОТВОРЕЦЬ експлікується через:

1. Представлення Сполучених Штатів як країни-поборниці миру, як середовища безконфліктного співіснування багатьох етносів: *We are a nation of Christians and Muslims, Jews and Hindus and non-believers. America is a friend of each nation and every man, woman and child who seeks a future of peace and dignity. ... America must play its role in ushering in a new era of peace.*

2. Звертання до інтересів категорій людей, які різняться вірою, культурою, соціально-політичним розвитком країн тощо (*Muslims, non-Muslims, Christian, Jew, Kenyan, Iraqis, Pakistanis, Arab, Americans*) з метою об'єднання жителів світу (група лексем – з домінантою «людина»: *human beings, group of people, the people of the world*).

3. Частому наголошуванню на тому, що на будь-яке питання існує мінімум дві точки зору; Обама ж обирає ту, яка може примирити суперників, допоможе досягти компромісу: *I have to say that there are arguments to be made for both approaches... And it's a plan that incorporates ideas from Senators and Congressmen; from Democrats and Republicans – and yes, from some of my opponents in both the primary and the general election... It includes ideas from Democrats and Republicans, which is why it enjoys the support of people from both parties.*

4. Великою кількістю лексем на вираження **концепту PEACE / МИР**: *collective, unity, common good, peace, cooperation and understanding, mutual interest, mutual respect.*

В парадигмі комунікативних ролей Обама представлена також роль ЛОГІКА. Логік (logician) – *людина, вправна в логіці (someone skilled in logic[9: 953])*. Логіка, відповідно, це – *формальний метод умовиводів, в яких наступні висновки базуються на попередніх (a formal method of reasoning, in which ideas are based on previous ideas» [9: 953])*. ЛОГІК як комунікативна роль Барака Обама відображає більшою мірою його мовно-риторичну компетенцію. Своє вираження зазначена комунікативна роль отримує в:

1. Логічності і зв'язності мовлення Президента, структурованості промови (відповідно до заявленого у тематичному реченні плану): *And today I will focus on **four areas** that are critical to the future of Africa and the entire developing world: democracy; opportunity; health; and the peaceful resolution of conflict (тематичне речення). **The first** issue that we have to confront... **The second** major source of tension that we need to discuss... **The third** source of tension... **The fourth** issue that I will address...*

2. Синтаксичній організації промов, що сприяє реалізації комунікативних інтенцій мовця, а саме:

а) абзац починається з *тематичного речення*, докази на підтримку певної думки наводяться нижче („стандартна” *схема тридоказовості*), синтаксичний паралелізм аргументативних речень надає їм більшої ваги. Останнє речення звучить найбільш натхненно: підводячи до потрібного політику висновку, мовець не забуває підкреслити вагомість внеску його слухачів в успіх «спільної справи»: *To realize that promise, we must first recognize a fundamental truth that you have given life to in Ghana: development depends upon*

good governance. That is the ingredient which has been missing in far too many places, for far too long. That is the change that can unlock Africa's potential. And that is a responsibility that can **only** be met **by Africans**.

б) формування діад «досягнення+досягнення»: слухачі підсвідомо вже згодні з наступною діадою; це уможливило заміну мовцем другого елемента діади на необхідний йому, котрий психологічно також буде сприйнятий як неспростовний факт: *As a student of history, I also know civilization's debt to Islam. It was Islam that carried the light of learning through so many centuries... , the order of algebra... , our magnetic compass and tools of navigation, ... printing... , majestic arches and soaring spires, timeless poetry and cherished music, elegant calligraphy and places of peaceful contemplation. And throughout history, Islam has demonstrated through words and deeds the possibilities of **religious tolerance and racial equality**.*

в) вибудовування *триади*: перше і третє є загальновідомими фактами, а друге речення, що вводиться безсполучниково, „динамічно”, сприймається в цьому „оточенні” як істина: *Ghana's history is rich, the ties between our two countries are strong, and I am proud that this is my first visit to sub-Saharan Africa as President of the United States.*

г) речення – заклики до дії є переважно короткими, двоскладовими, неускладненими, тобто сама структура речення передає динаміку його змісту: *Our problems must be dealt with through partnership; our progress must be shared. We know we must reform this system. The question is how. Now is the season for action.*

Отже, парадигму комунікативних ролей Президента утворюють ролі РЕФОРМАТОРА, ЛЮДИНИ З НАРОДУ, ЛОГІКА ТА МИРОТВОРЦЯ. Провідною постає роль реформатора: Обама-РЕФОРМАТОР критикує сучасну політико-економічну ситуацію, прагне її змінити. Обама-МИРОТВОРЕЦЬ хоче примирити людей різних національностей та релігій. Обаму-ЛЮДИНУ З НАРОДУ турбують ті ж проблеми, що й рядових американців. Висловлює все це ОБАМА-ЛОГІК, який розкриває свої погляди послідовно й зв'язно, чітко структурує власне мовлення.

Перспективою подальшого дослідження є вивчення мовленнєвих засобів і прийомів створення комунікативного іміджу чинного президента США на матеріалі інтерв'ю.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Даулетова В. А. Вербальные средства создания автоимиджа: Автореф. дис... канд. филол. наук. Волгоград, 2004. – 22 с.
2. Діденко М. О. Політичний виступ як тип тексту (на матеріалі виступів німецьких політичних діячів кінця 20 століття). Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. – Одес. нац. ун-т ім. І.І.Мечникова, 2001. – 19 с.
3. Дорожкіна Т.Н. Речевой имидж политического лидера // Социс. –1997.– №8. – С. 30–36.
4. Иссерс О. С. Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу //Вестник Омского университета. – Вып. 1. – Омск, 1996. – С.71-74.
5. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
6. Почепцов Г.Г. Информационные войны. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000, 576 с.
7. Романова Т. В. Интент-анализ политического дискурса // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК / Под ред. проф. Г.Н. Манаенко. Выпуск 5. – Ставрополь: Изд-во ПГЛУ, 2007. – С. 177-188.
8. Романова Т. В. Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика // Политическая лингвистика / Гл. Ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург: ГОУ ВПО „Урал. гос. пед. ун-т”. – 2009. – Вып. 1 (27). – С. 110-118.
9. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.
10. Семенов О. А. , Парашук В. Ю. Основы теории мовой комунікації: навч. посіб. для студ. вищ. навч. зал. – К. : Ін Юре, 2009. – 276 с.
11. Сергієнко Н. О. Психологічні прийоми в політиці: Навч. посіб. – К. : МАУП, 2006. – 112 с.
12. Стернин И. А. Речевое воздействие как интегральная наука // Режим доступу: [www.comch.ru/~pr/stemin/articles\\_rus.html](http://www.comch.ru/~pr/stemin/articles_rus.html)
13. The Longman Dictionary of Contemporary English. – Fifth Edition. – Italy: La Tipografica Varese, 2005.– 1950 p.

#### СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Obama Inaugural Address // Режим доступу: <http://www.obamaspeeches.com/index.htm>.
2. Obama's Health Care Speech to Congress // Режим доступу: <http://www.nytimes.com/2009/09/politics/10obama.text.html>.
3. Obama's speech in Accra, Ghana // Режим доступу: <http://www.ibtimes.com/articles/20090711/obamas-speech-in-accra-ghana-july-11-text.htm>.
3. Opening Remarks of President Barack Obama. First Presidential Press Conference Growth // Режим доступу: [http://www.whitehouse.gov/the\\_press\\_office/OpeningRemarksOfPresidentBarackObamaAsPreparedForDelivery](http://www.whitehouse.gov/the_press_office/OpeningRemarksOfPresidentBarackObamaAsPreparedForDelivery).
4. Prepared Remarks of President Obama. Back to School Event // Режим доступу: <http://www.Whitehouse.gov/MediaResources/PreparedSchoolRemarks>.
5. Remarks by the President at AAPI Initiative Executive Order Signing and Diwali Event // Режим доступу: [http://www.whitehouse.gov/the\\_press\\_office/Remarks-by-the-President-at-AAPI-Initiative-Executive-Order-Signing-and-Diwali-Event](http://www.whitehouse.gov/the_press_office/Remarks-by-the-President-at-AAPI-Initiative-Executive-Order-Signing-and-Diwali-Event).
6. Remarks by the President on a New Beginning Growth // Режим доступу: [http://www.whitehouse.gov/the\\_press\\_office/Remarks-by-the-President-at-Cairo-University-06-04-09](http://www.whitehouse.gov/the_press_office/Remarks-by-the-President-at-Cairo-University-06-04-09).

7. Remarks by the President on the Recovery Act Growth // Режим доступу: [http://www.whitehouse.gov/the\\_press\\_office/Remarks-by-the-President-on-the-Recovery-Act-Growth-at-the-Fairfax-Country-Parkway-Extension](http://www.whitehouse.gov/the_press_office/Remarks-by-the-President-on-the-Recovery-Act-Growth-at-the-Fairfax-Country-Parkway-Extension).

8. Remarks by the President on the Senate Finance Committee's Vote to Approve Health Insurance Reform // Режим доступу: [http://www.whitehouse.gov/the\\_press\\_office/Remarks-by-the-President-on-the-Senate-Finance-Committee's-Vote-to-Approve-Health-Insurance-Reform](http://www.whitehouse.gov/the_press_office/Remarks-by-the-President-on-the-Senate-Finance-Committee's-Vote-to-Approve-Health-Insurance-Reform).

9. Remarks of President Barack Obama. Innovation and Sustainable Growth // Режим доступу: <http://www.poststar.com/articles/2009/09/21/news/local/doc4ab7ade9>.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Олена Черна** – магістрантка факультету іноземних мов Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* комунікативна лінгвістика, політична лінгвістика.

## ЗМІСТ

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕКСТУ**

<i>НАУМЕНКО А.</i> ДИСКУСІЇ ПРО ТЕКСТ У СУЧАСНІЙ ФІЛОЛОГІЇ.....	3
<i>ТУЗКОВ С., ТУЗКОВА И.</i> МОТИВЫ ТАЙНЫ И УЖАСА В АНГЛИЙСКОМ ГОТИЧЕСКОМ РОМАНЕ XVIII ВЕКА (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ Г. УОЛПОЛА И А. РАДКЛИФ).....	15
<i>КУЧИНСЬКИЙ Б.</i> ЛІТЕРАТУРА ДОБИ ВІДРОДЖЕННЯ У НІМЕЧЧИНІ.....	19
<i>БУЙНИЦЬКА Т.</i> ФУНКЦІОНУВАННЯ ПАРЦЕЛЬОВАНИХ СТРУКТУР У ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ.....	24
<i>ВОЛКОВА С.</i> “TALL TALES” КАК ОРИГИНАЛЬНЫЙ ЖАНР АМЕРИКАНСКОГО ФОЛЬКЛОРА.....	26
<i>ДАНИЛКО М.</i> АДРЕСАНТ И АДРЕСАТ В СОБСТВЕННО АВТОРСКОМ ПОВЕСТВОВАНИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ЗАЧИНОВ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КОРОТКОЙ ПРОЗЫ).....	29
<i>КАРДАЩУК О.</i> СЕМАНТИЧНИЙ ПРОСТІР ЛЕКСЕМИ „ЛІС” У ТВОРАХ ОЛЬГИ КОБИЛЯНСЬКОЇ.....	34
<i>КОЛЕСНИЧЕНКО Н.</i> ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ЛИНГВОПОЭТИКИ.....	38
<i>ЛЯШЕНКО Т.</i> ПІДТЕКСТ ТА КУЛЬТУРНА КОМПЕТЕНЦІЯ АДРЕСАТА.....	44
<i>ПОЛЯКОВА А.</i> БЫТИЕ И СОЦИУМ В ПОЭТИКЕ АСОРИНА.....	47
<i>РАК Н., ХАРКЕВИЧ Г.</i> МЕХАНИЗМИ ФОРМУВАННЯ СТИЛІСТИЧНИХ ПРИЙОМІВ НА ОСНОВІ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ МЕТАФОРИ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ ХУДОЖНЬОЇ ПРОЗИ).....	51
<i>РОЗОВА І.</i> АКСІОЛОГІЧНИЙ ХАРАКТЕР МОДАЛЬНОЇ СЕМАНТИКИ АНГЛІЙСЬКОГО САТИРИЧНОГО ТЕКСТУ ХХ СТОРІЧЧЯ.....	54
<i>СЕМЕНЮК І.</i> СТРУКТУРНО-КОМПОЗИЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНАЛІТИЧНОЇ СТАТТІ З ЮРИДИЧНОЇ ТЕМАТИКИ.....	58
<i>ТОКАРЄВА Т.</i> ДО ПРОБЛЕМИ ПОНЯТТЯ ТЕКСТУ І РОЛІ ЗАГОЛОВКА ТЕКСТУ ЯК ЙОГО ОРГАНІЗУЮЧОГО ЕЛЕМЕНТУ.....	62
<i>КОЗІЙ О.</i> КОЛОРИСТИЧНО-ПРОСТОРОВІ ОСОБЛИВОСТІ НАРАЦІЇ У НОВЕЛІ Р.-Л. СТВЕНСОНА «НОЧІВЛЯ ФРАНСУА ВІЙОНА».....	68
<i>АНТИПОВА А.</i> ПОВТОРНАЯ НОМИНАЦИЯ С ОПИСАТЕЛЬНО-УТОЧНЯЮЩИМИ ОТНОШЕНИЯМИ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЕ К. СИМОНА.....	71
<i>ЗАНІЗДРА В.</i> ПРАГМАСЕМАНТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ ЖАНРІВ НАУКОВО-НАВЧАЛЬНОГО ПІДСТИЛЮ.....	74
<i>КОВАЛЕНКО С.</i> ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ ЧАСУ В МЕМУАРНИХ ТЕКСТАХ.....	78
<i>ГАЛИЧ О.</i> “МІСТИЧНЕ” В АНГЛІЙСЬКОМУ ГОТИЧНОМУ РОМАНІ. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА СПЕЦИФІКА ДОСЛІДЖЕННЯ.....	81

<b>ІВАНЮК В.</b> КОНЦЕПТОСФЕРА РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ НА ПРИКЛАДІ ГЕНДЕРНОГО АСПЕКТУ КОНЦЕПТУ «ДОСКОНАЛІСТЬ» В СУЧАСНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ...	85
<b>РЕВА Н.</b> ЗАСОБИ ГРАФІЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ ТЕКСТУ .....	88
<b>СЛЮНІНА О.</b> ОБРАЗ ЗЕМЛІ В ІНДИВІДУАЛЬНІЙ ПОЕТИЧНІЙ КАРТИНІ СВІТУ ПАВЛА МОВЧАНА: ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ ВИМІР.....	92
<b>ТРУФАНОВА Н.</b> СПЕЦИФИКА ВЛИЯНИЯ ТЕКСТОВ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ОРИЕНТИРЫ МОЛОДЕЖИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА) .....	98
<b>ШАТІЛОВА Н.</b> КОНСТРУКЦІЇ РОЗМОВНОГО МОВЛЕННЯ У СИНТАКСИЧНІЙ СТРУКТУРІ ХУДОЖНИХ ТЕКСТІВ СИДОРА ВОРОБКЕВИЧА.....	103
<b>ЮРЧЕНКО О.</b> ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ КОНСТРУКТЫ ОБЪЕКТИВАЦИИ ОБРАЗА РЕБЕНКА-ЖЕРТВЫ В РАССКАЗЕ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО «МАЛЬЧИК У ХРИСТА НА ЕЛКЕ»..	107
<b>МАРЧЕНКО М.</b> ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ КУРСИВУ У ВІРШАХ Г.М. ЕНЦЕНСБЕРГЕРА.	111
<b>САВЧУК Н.</b> ТИПИ АКТУАЛІЗАЦІЇ МОТИВАЦІЙНО ЗВ'ЯЗАНИХ СЛІВ У ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ КІНЦЯ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІСТ.) .....	114
<b>БОГУШЕВСЬКА Н.</b> ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ СТИЛЬ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ.....	118
<b>ДМИТРАСЕВИЧ Р.</b> PROBLEMS OF LEGAL ENGLISH COMPREHENSION .....	121
<b>ФЕДОРОВА Ю.</b> ГАЗЕТНИЙ ЗАГОЛОВОК ЯК ОДИНИЦЯ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	126
<b>ХРУЩ Л.</b> NON-NARRATIVE STRUCTURE OF ALICE WALKER'S SHORT STORY "ROSELILY"	128
<b>МАЛЬЦЕВА Л.</b> ПОНЯТИЕ «УЧЕБНЫЙ ТЕКСТ» В НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ.....	131
<b>СИЗИКОВА Н.</b> ВЛИЯНИЕ ЯЗЫКА РОМАНА А.Н. ТОЛСТОГО «ПЕТР ПЕРВЫЙ» НА ХАРАКТЕР ЯЗЫКОВОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЖЕЙ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ Б. АКУНИНА .....	136

### **ДИСКУРС У ЛІНГВОКОГНІТИВНОМУ, ЛІНГВОПРАГМАТИЧНОМУ, ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ ТА СОЦІОЛІНГВІСТИЧНОМУ АСПЕКТАХ**

<b>БУРКИТБАЕВА Г.</b> ДЕЛОВОЙ ДИСКУРС И УРОВНИ ЕГО ИССЛЕДОВАНИЯ.....	140
<b>ДЕНИСОВА С.</b> СПЕЦИФИКА МОВИ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....	146
<b>МИХАЙЛЕНКО В.</b> ДИСКУРСИВНИЙ АСПЕКТ ОПЕРАТОРА МОДАЛЬНОСТІ «MUST».....	150
<b>ЗАЙЦЕВА И.</b> СОВРЕМЕННАЯ ДРАМАТУРГИЯ В АСПЕКТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ .....	154
<b>СИНГАЇВСЬКА А., МОСЕЙЧУК О.</b> СТИЛЬОВА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ АНГЛОМОВНИХ ОДИНИЦЬ ІДИОМ.....	159
<b>ШЕПІТЬКО С.</b> КОМПОНЕНТИ НАУКОВОГО ДИСКУРСУ .....	164
<b>БЕХТА І.</b> КОНЦЕПТОСИСТЕМА АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ ПОСТМОДЕРНІЗМУ.....	167

<b>БІСКУБ І.</b> СЕМАНТИЧНЕ МЕРЕЖЕВЕ МОДЕЛЮВАННЯ У ГІПЕРТЕКСТОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ).....	173
<b>ГАПОТЧЕНКО Н., ЛЕТЧЕНЯ Л.</b> ЛОГІЧНІ КОНЕКТОРИ ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ СКЛАДНИК СУЧАСНИХ ФРАНЦУЗЬКИХ ЗМІ (НА МАТЕРІАЛІ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ).....	179
<b>ГРУШЕВСКАЯ Ю.</b> ВЕРБАЛЬНАЯ И НЕВЕРБАЛЬНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ .....	182
<b>КУЗНЕЦОВА І., КУЗНЕЦОВА Г.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ АСПЕКТ ОЗАГЛАВЛЮВАННЯ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ).....	186
<b>ДАНИЛЮК С.</b> ПЕРСОНАЛЬНИЙ САЙТ ЯК СПОСІБ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ НАУКОВЦІВ .....	190
<b>КОВАЛЕНКО В.</b> ДО ПИТАННЯ ПРО МОДАЛЬНІСТЬ НАУКОВОГО ДИСКУРСУ.....	194
<b>ЛИСИЧКИНА І.</b> КОМУНІКАТИВНИЙ КОДЕКС ОФЦЕРА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ІМІДЖУ ВНУТРІШНІХ ВІЙСЬК .....	197
<b>МАТКОВСЬКА М.</b> КАТЕГОРІЇ «СВОЄ – ЧУЖЕ» ТА «МИ – ВОНИ» В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	202
<b>MIDJANA T.</b> POLITISCHER VIDEOPODCAST AUS RHETORISCHER PERSPEKTIVE .....	206
<b>ОСОВСЬКА І.</b> ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ МАРКЕРИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ДИСЕНСУСУ В СІМЕЙНОМУ КОНФРОНТАТИВНОМУ ДИСКУРСІ.....	211
<b>ПОНОМАРЕНКО Е.</b> УТЕШЕНИЕ КАК ЖАНР РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ ВРАЧА И ПАЦИЕНТА (НА МАТЕРИАЛЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ПИСАТЕЛЕЙ-ВРАЧЕЙ)..	215
<b>ПОТЯТИНИК У.</b> ТИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНТЕРТЕКСТУ У МЕДІА-ДИСКУРСІ.....	220
<b>ROMANYSHYN N.</b> “ROAD” IN LITERARY DISCOURSE: AN ATTEMPT OF FRAME ANALYSIS APPLICATION (BASED ON J.R.R. TOLKIEN’S NOVEL ”THE LORD OF THE RINGS“)..	224
<b>РУДИК І.</b> ОБМАН У СИСТЕМІ ВЕРБАЛЬНИХ МАНІПУЛЯТИВНИХ ДІЙ.....	228
<b>ФЕДОТОВА Е.</b> РОЛЬ И МЕСТО АДРЕСАТА В РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	231
<b>ШЕВЧЕНКО О.</b> СЕМІОТИКА ДІЙСНОСТІ НА ТЛІ НОВИХ УЯВЛЕНЬ ПРО ПРИРОДУ СВІТОУСТРОЮ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ) .....	236
<b>ЯШЕНКОВА О.</b> ТИПИ КОМУНІКАТИВНОЇ КООРДИНАЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ДІЛОВОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	240
<b>АПЛАТ Г.</b> ТЕКСТ-ІНТЕРВ'Ю СУЧАСНОЇ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ ЯК ІНСТИТУЦІЙНИЙ ДИСКУРС .....	245
<b>ВОРОНЦОВА Н.</b> ФУНКЦІОНАЛЬНО-КОГНІТИВНІ ФАКТОРИ КОМУНІКАТИВНОЇ ІНТЕРФЕРЕНЦІЇ (В КОНТЕКСТІ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОДІЇ ІЗ ПРИСУТНІМ СТОРОННІМ РЕЦИПІЄНТОМ).....	251
<b>ЛІВИЦЬКА І.</b> ДИСКУРС ЯК ЕЛЕМЕНТ ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧОЇ МЕТАМОВИ.....	255

<b>ЄРЧЕНКО О.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ СТАТЕЙ З АНГЛОМОВНИХ НАУКОВИХ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ (ПРОФЕСІЙНИХ) ЖУРНАЛІВ .....	259
<b>МОЛОДЧА Н.</b> МАНІПУЛЯТИВНА ФУНКЦІЯ СЕМАНТИЧНИХ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	265
<b>НАГНИБІДА Л.</b> РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТІВ МИСТЕЦТВО І КІТЧ У СУЧАСНОМУ МИСТЕЦТВОЗНАВЧОМУ ДИСКУРСІ В ПРОЦЕСІ МЕТАФОРІЗАЦІЇ .....	269
<b>ПОЖИДАЄВА И.</b> КОММУНІКАТИВНИЙ ПАРАДОКС БЛОГОВ .....	274
<b>РЯБОКІНЬ Н.</b> МОВЛЕННЄВІ АКТИ НЕГАТИВНОЇ РЕАКЦІЇ ЯК ЧИННИКИ КОНФЛІКТУ .....	279
<b>ВАСЮКОВА Н.</b> ПРОСТРАНСТВО ГЛОБАЛЬНОЇ СЕТИ: ИНФОРМАЦИОННОЕ VS КОММУНІКАТИВНОЕ .....	285
<b>БЕЗЗУБОВА О.</b> СМС-ПОВІДОМЛЕННЯ ЯК НОВИЙ ТИП КОМУНІКАЦІЇ.....	288
<b>БЕХТА Н.</b> МОВНЕ ВИРАЖЕННЯ НАРАТОРА У СУЧАСНІЙ БРИТАНСЬКІЙ ПРОЗІ: ФОРМА ОПОВІДІ ВІД 2-ОЇ ОСОБИ.....	291
<b>КУКСА І.</b> АМЕРИКАНСЬКІ ПРЕЗИДЕНТСЬКІ ТЕЛЕДЕБАТИ: АНТРОПОКОМПОНЕНТНА СТРУКТУРА ТА КОМУНІКАТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ УЧАСНИКІВ.....	296
<b>ЛАРЬКІНА М.</b> ІНСТИТУЦІЙНИЙ ДИСКУРС ЯК СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН.....	299
<b>ЛЯНГ О.</b> МАНІПУЛЯТИВНИЙ ВПЛИВ У ДИСКУРСІ КОМЕРЦІЙНОЇ РЕКЛАМИ .....	303
<b>МУРАТОВА І.</b> ОБРАЗ РОСІЇ ТА ПІВНІЧНОЇ КОРЕЇ В ЗНАКАХ ВЕРБАЛЬНОЇ АГРЕСІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	307
<b>ОВСІЄНКО Л.</b> СУБ'ЄКТ ТА ОБ'ЄКТ ОЦІНКИ У ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ ХУДОЖНЬОЇ ПРОЗИ).....	311
<b>ПОПОВА О.</b> ЕМОТИВНІСТЬ ЯК ПРАГМАТИЧНИЙ ФАКТОР КОМУНІКАЦІЇ.....	316
<b>ПРОКОПЕНКО А.</b> ГЕНДЕРНІ МАРКЕРИ МОВЛЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДІЯЧА.....	320
<b>СУШКЕВИЧ О.</b> АКСІОЛОГІЧНА МОДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ЗМІСТОВОЇ ТА СТРУКТУРНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСНОВНОЇ ЧАСТИНИ ІНТЕРВ'Ю .....	324
<b>ТЕЛИЧКО В.</b> РІЗНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ.....	330
<b>ТЕСЛЯ В.</b> КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ФУНКЦІЇ ВИГУКІВ .....	333
<b>ВЕЛИКА І.</b> РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ СУСПІЛЬСТВА.....	338
<b>ЗАЙМАК Т.</b> ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ПРЕСУППОЗИЦИЯ И ДРУГИЕ ИМПЛИЦИТНЫЕ СМЫСЛЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИАЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....	341
<b>КИРИЧЕНКО А.</b> ЗАГАЛЬНА ЗРОЗУМІЛІСТЬ У МІЖНАРОДНОМУ АНГЛОМОВНОМУ АВІАЦІЙНОМУ ДИСКУРСІ.....	345
<b>КІРСАНОВА Г.</b> ФОРМУВАННЯ ПРИБЛИЗНОСТІ ІНДИВІДОМ У ВИСЛОВЛЮВАННІ .....	349
<b>КРИШТАЛЮК Г.</b> АКЦЕНТНА ФУНКЦІЯ ЗАПЕРЕЧНОГО ПОВТОРУ В ТЕКСТАХ НОВИН АМЕРИКАНСЬКИХ ГАЗЕТ.....	352

---

<b>МАРТИНОВА О.</b> ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ ТА СОЦІОЛІНГВІСТИЧНІ ЧИННИКИ УСПІШНОСТІ КОМУНІКАТИВНОГО АКТУ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОЇ АНГЛОМОВНОЇ ПРОЗИ).....	355
<b>МОЙСЕЄНКО С.</b> ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО НАУКОВО- ТЕХНІЧНОГО ДИСКУРСУ .....	360
<b>ГРОШКО Т.</b> СЕМАНТИЧНА ФУНКЦІЯ НОМІНАТИВНИХ ЛАНЦЮЖКІВ БАНКІВСЬКИХ НОМІНАЦІЙ У СПЕЦІАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ .....	363
<b>ЛОЗОВИЙ Д.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ БІЗНЕСОВОЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ .....	366
<b>ПУШКАР О.</b> СПОСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ АГОНАЛЬНОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	370
<b>ЧОРНА О.</b> КОМУНІКАТИВНИЙ ІМІДЖ СУЧАСНОГО АМЕРИКАНСЬКОГО ПОЛІТИКА: ПАРАДИГМА РОЛЕЙ (НА МАТЕРІАЛІ ПРОМОВ БАРАКА ОБАМИ).....	375



# НАУКОВІ ЗАПИСКИ

**Серія:  
Філологічні науки  
(мовознавство)  
ВИПУСК 89 (5)**

Свідоцтво про державну реєстрацію  
друкованого засобу масової інформації  
Серія КВ № 15525–4097Р від 22.06.2009 р.  
«Наукові записки. Серія: Філологічні науки»

СВІДОЦТВО ПРО ВНЕСЕННЯ СУБ'ЄКТА ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ  
ДО ДЕРЖАВНОГО РЕЄСТРУ ВИДАВЦІВ,  
ВИГОТІВНИКІВ І РОЗПОВСЮДЖУВАЧІВ ВИДАВНИЧОЇ ПРОДУКЦІЇ  
Серія ДК № 1537 від 22.10.2003 р.

Підписано до друку 25.02.2010 р.. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Папір офсет.  
Друк різнограф. Ум.др.арк. 39,35. Наклад 300. Зам. № 5840\_5.

---

*РЕДАКЦІЙНО–ВИДАВНИЧИЙ ВІДДІЛ  
Кіровоградського державного педагогічного  
університету імені Володимира Винниченка  
25006, Кіровоград, вул. Шевченка, 1.  
Тел.: (0522) 28 59 84.  
Факс.: (0522) 24 85 44  
E-Mail.: [mails@kspu.kr.ua](mailto:mails@kspu.kr.ua)*





