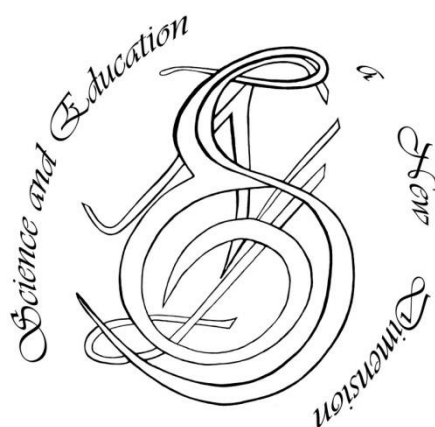

SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

PHILOLOGY

Филология



p-ISSN 2308-5258

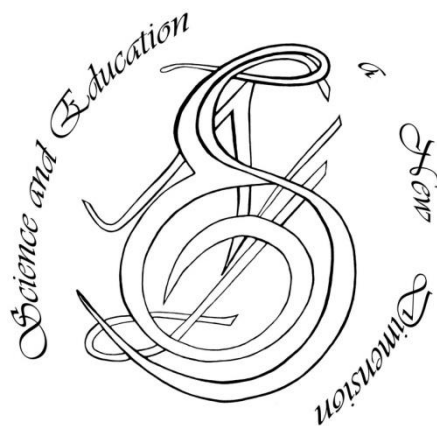
e-ISSN 2308-1996

VI(47), Issue 160, 2018 Apr.

SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47>

Philology



Editorial board

Editor-in-chief: Dr. Xénia Vámos

Honorary Senior Editor:

Jenő Barkáts, Dr. habil. Nina Tarasenkova, Dr. habil.

Andriy Myachykov, PhD in Psychology, Senior Lecturer, Department of Psychology, Faculty of Health and Life Sciences, Northumbria University, Northumberland Building, Newcastle upon Tyne, United Kingdom

Edvard Ayvazyan, Doctor of Science in Pedagogy, National Institute of Education, Yerevan, Armenia

Ferenc Ihász, PhD in Sport Science, Apáczai Csere János Faculty of the University of West Hungary

Ireneusz Pyrzyk, Doctor of Science in Pedagogy, Dean of Faculty of Pedagogical Sciences, University of Humanities and Economics in Wrocław, Poland

Irina Malova, Doctor of Science in Pedagogy, Head of Department of methodology of teaching mathematics and information technology, Bryansk State University named after Academician IG Petrovskii, Russia

Irina S. Shevchenko, Doctor of Science in Philology, Department of ESP and Translation, V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine
Department of Psychology, Faculty of Health and Life Sciences, Northumbria University, Northumberland Building, Newcastle upon Tyne, United Kingdom

Kosta Garow, PhD in Pedagogy, associated professor, Plovdiv University „Paisii Hilendarski”, Bulgaria

László Kótis, PhD in Physics, Research Centre for Natural Sciences, Hungary, Budapest

Larysa Klymanska, Doctor of Political Sciences, associated professor, Head of the Department of Sociology and Social Work, Lviv Polytechnic National University, Ukraine

Liudmyla Sokurianska, Doctor of Science in Sociology, Prof. habil., Head of Department of Sociology, V.N. Karazin Kharkiv National University

Marian Wloshinski, Doctor of Science in Pedagogy, Faculty of Pedagogical Sciences, University of Humanities and Economics in Wrocław, Poland

Melinda Nagy, PhD in Biology, associated professor, Department of Biology, J. Selye University in Komarno, Slovakia

Alexander Perekhrest, Doctor of Science in History, Prof. habil., Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

Nikolai N. Boldyrev, Doctor of Science in Philology, Professor and Vice-Rector in Science, G.R. Derzhavin State University in Tambov, Russia

Oleksii Marchenko, Doctor of Science in Philosophy, Head of the Department of Philosophy and Religious Studies, Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

Olga Sannikova, Doctor of Science in Psychology, professor, Head of the department of general and differential psychology, South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushynsky, Odessa, Ukraine

Oleg Melnikov, Doctor of Science in Pedagogy, Belarusian State University, Belarus

Perekhrest Alexander, Doctor of Science in History, Prof. habil., Bohdan Khmelnytsky National University in Cherkasy, Ukraine

Riskeldy Turgunbayev, CSc in Physics and Mathematics, associated professor, head of the Department of Mathematical Analysis, Dean of the Faculty of Physics and Mathematics of the Tashkent State Pedagogical University, Uzbekistan

Roza Uteeva, Doctor of Science in Pedagogy, Head of the Department of Algebra and Geometry, Togliatti State University, Russia

Seda K. Gasparyan, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology, Professor and Chair, Yerevan State University, Armenia

Sokuriaynska Liudmyla, Doctor of sociological science. Prof. Head of Department of Sociology. V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine

Svitlana A. Zhabotynska, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology of Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

Tatyana Prokhorova, Doctor of Science in Pedagogy, Professor of Psychology, Department chair of pedagogics and subject technologies, Astrakhan state university, Russia

Tetiana Hranchak, Doctor of Science Social Communication, Head of department of political analysis of the Vernadsky National Library of Ukraine

Valentina Orlova, Doctor of Science in Economics, Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ukraine

Vasil Milloushev, Doctor of Science in Pedagogy, professor of Department of Mathematics and Informatics, Plovdiv University „Paisii Hilendarski”, Plovdiv, Bulgaria

Veselin Kostov Vasilev, Doctor of Psychology, Professor and Head of the department of Psychology Plovdiv University „Paisii Hilendarski”, Bulgaria

Vladimir I. Karasik, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology, Professor and Chair, Volgograd State Pedagogical University, Russia

Volodimir Lizogub, Doctor of Science in Biology, Head of the department of anatomy and physiology of humans and animals, Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

Zinaida A. Kharitonchik, Doctor of Science in Philology, Department of General Linguistics, Minsk State Linguistic University, Belarus

Zoltán Poór, CSc in Language Pedagogy, Head of Institute of Pedagogy, Apáczai Csere János Faculty of the University of West Hungary

Managing editor:

Barkáts N.

© EDITOR AND AUTHORS OF INDIVIDUAL ARTICLES

The journal is published by the support of Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe

BUDAPEST, 2015

Statement:

By submitting a manuscript to this journal, each author explicitly confirms that the manuscript meets the highest ethical standards for authors and co-authors. Each author acknowledges that fabrication of data is an egregious departure from the expected norms of scientific conduct, as is the selective reporting of data with the intent to mislead or deceive, as well as the theft of data or research results from others. By acknowledging these facts, each author takes personal responsibility for the accuracy, credibility and authenticity of research results described in their manuscripts. All the articles are published in author's edition.

THE JOURNAL IS LISTED AND INDEXED IN:

INDEX COPERNICUS: ICV 2014: 70.95; ICV 2015: 80.87

GOOGLE SCHOLAR

CROSSREF (DOI prefix:10.31174)

ULRICHS WEB GLOBAL SERIALS DIRECTORY

UNION OF INTERNATIONAL ASSOCIATIONS YEARBOOK

SCRIBD

ACADEMIA.EDU

Content

Комунікативні стратегії у політичному дискурсі Хіларі Клінтон <i>Т. Р. Ананко</i>	7
Стратегії і тактики Парламентаря Великої Британії та Конгресмена США (порівняльний аспект) <i>Л. М. Басюк</i>	11
Дивергенція в вербальному блоці словообразовательного гнезда перцептивного глагола нюхать <i>О. В. Івасюк</i>	15
Комунікативна ситуація самопрезентації: процесний та дискретний аспекти <i>М. Х. Кабірі</i>	20
The explication of emotions in the communicative situation of psychological imbalance (a case study of the English cinematic discourse) <i>І. В. Кондратиук</i>	25
Когнітивна карта конфліктного типу сучасного англомовного парентального дискурсу <i>О. І. Коропецька</i>	29
Стилістичні перекладацькі трансформації при відтворенні англійських архаїзмів в українських перекладах <i>Т. А. Ласінська</i>	33
Метадискурсивні та метапрагматичні параметри взаємодії медіа комунікацій та міжнародної політики <i>В. В. Літяга</i>	36
Мовна особистість як суб'єкт художнього дискурсу <i>К. І. Ликова</i>	42
Linguo-stylistic realization of the symbol "TIME" in the novel "The Hours" by Michael Cunningham <i>О. Мусловська, Н. Прокопович</i>	45
Номінація молочних жирів у східноподільських говірках української мови <i>О. П. Оскирко</i>	48
The semantic resonance as a way of representation of the national identity's conceptsphere in Oksana Pakhlovska's essays <i>К. Петрів</i>	52
Linguistic representation of gender stereotypes in English advertising texts V. V. Samarina <i>Т. Л. Поліакова</i>	56
Виникнення і розвиток німецької фахової мови промислової автоматизації <i>Н. О. Школьна</i>	59
Комунікативний контакт у політичному дискурсі з позицій еколінгвістики <i>Е. В. Шпак</i>	63
Communicative-and-pragmatic typology of directive speech acts in contemporary English elucidative utterance structure <i>М. В. Стасів</i>	67
Типологічні вияви синтаксичних конкретизаторів у сучасній українській мові <i>М. О. Вінтонів, І. О. Аксьонова</i>	71

Комунікативні стратегії у політичному дискурсі Хіларі Клінтон

Т. Р. Ананко

Київський національний лінгвістичний університет
Corresponding author. E-mail: ananko926@ukr.net

Paper received 30.03.18; Accepted for publication 07.04.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-01>

Анотація. Стаття присвячена лінгво-комунікативним особливостям політичного дискурсу кандидата в президенти США Хіларі Клінтон. Особлива увага приділяється аналізу комунікативних стратегій і тактик, які політик використовує у своїх передвиборчих промовах. Зокрема розглядаються особливості вживання аргументативної комунікативної стратегії, що спрямована на раціональний вплив на адресата. А також аналізується конфліктна стратегія, за допомогою якої створюється емоційний вплив.

Ключові слова: політичний дискурс, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, аргументація, конфлікт.

Вступ. Передвиборчі перегони у США показали, що політичні процеси можуть впливати не тільки на події однієї країни, але й виходити далеко за її кордони. Вважають, що результати останніх президентських виборів у США значно вплинув на розвиток міжнародних подій. Сьогодні спостерігаються кардинальні зміни у політичній комунікації, які фактично відображають інші більш глибокі процеси змін як у політичній так і в економічній сферах. Політичний дискурс відбувається більш швидко, стає більш гострим і жорстким завдяки активній участі ЗМІ, а також соціальних мереж спілкування [15, с. 6]. Кіберпростір все інтенсивніше входить у політичне життя, що створює певні загрози кібератак, викрадення інформації, а також вплив на потенційних виборців. Кандидати в президенти стають більш орієнтованими на просування своїх досягнень, результатом чого є вживання конфліктних комунікативних стратегій і негативної оцінки по відношенню до своїх опонентів. Нестача ввічливості, коректності у політичному дискурсі під час останніх президентських виборів у США підкреслила важливість цього аспекту для суспільства. Як відомо, коректний політичний дискурс є адресований усім громадянам, не є мілітаризованим або криміналізованим та підпорядковується нормам законодавства [19, с. 3]. Тому дослідження політичному дискурсу не втрачає актуальності й зацікавленості з боку лінгвістів.

Стислий огляд публікацій за темою. Політичний дискурс визначаємо як складне комунікативне явище, яке реалізується в політичній сфері та має пряму або непрямую орієнтованість на питання розподілу й використання політичної влади. Метою політичного дискурсу є вплив на політичну ситуацію шляхом пропаганди певних ідей, емоційного впливу на політичну картину адресата [10, с.33]. У результаті, до політичної комунікації є залученими не тільки політики, але й громадськість, до якої спрямовуються політичні меседжі [21, с.12].

Комунікативні стратегії та тактики давно привертають увагу науковців. Виокремлюють семантичні, прагматичні, діалогічні та риторичні комунікативні стратегії [4]; аргументативні [2; 5]; конфліктні [9]; автори-тарні [6]; маніпулятивні стратегії у політичному дискурсі [11].

Мета нашого дослідження полягає у вивченні комунікативної поведінки у рамках комунікативних стратегій і тактик, які використовує кандидат в президенти від демократичної партії Хіларі Клінтон у своїх промовах під час передвиборчої кампанії.

Матеріалом дослідження є 3 промови Х. Клінтон, з якими вона виступала в різних місцях протягом президентської кампанії, а також її виступи у передвиборчих дебатах. Аналіз лінгво-комунікативних

особливостей здійснюється в рамках комунікативної лінгвістики.

Результати та їх обговорення. Як відомо, комунікативна стратегія відображає загальні прагмалінгвістичні принципи, що зумовлюють оптимальну реалізацією ілюктивних намірів, комунікативних інтенцій комуніканта щодо досягнення конкретної мети спілкування [1, с. 119]. Комунікативна тактика відповідає мовленнєвим прийомам, які визначають лінію поведінки комуніканта на певному етапі спілкування, спрямованого на бажаний ефект, та виконують функцію способів здійснення стратегії мовлення [1, с. 120]. Стратегія визначається як глобального рівня освідомлення ситуації спілкування загалом, що реалізується за допомогою тактик, які є локальними риторичними прийомами й лініями мовленнєвої поведінки [7, с. 193]. У політичному передвиборчому дискурсі основна мета полягає в отриманні перемоги завдяки більшості голосів виборців. Для цього з одного боку, вживаються стратегії позитивного висвітлення дій кандидата, акцентування на його досягненнях і обіцянках. З іншого боку, докладаються зусилля, щоб дискредитувати опонентів, показати їх неспроможність у вирішенні нагальних питань [10, с.76]. У політичному дискурсі Х.Клінтон самопрезентація кандидата відбувається за допомогою аргументативної стратегії, що реалізується низкою тактик: солідаризації [8, с. 22], генералізації, проведення аналогії, посилання на авторитетну особу, протиставлення [20, с. 117], опису позитивної перспективи [5, с.14]. Також висвітлення діяльності опонента здійснюється за допомогою конфліктної стратегії, яка включає наступні тактики: критики та дискредитації [8, с. 22].

Вважають, що необхідність використання аргументів полягає у тому, що будь-яке твердження має ґрунтуватися на певних підставах, доказах [20, с. 106], інакше воно сприймається як безпідставна заява, яка не є достатньою, щоб переконати співрозмовника підтримати позицію адресанта. Враховуючи прагматичну спрямованість аргументативного дискурсу, його ілюктивною функцією можна вважати саме переконливість. Аргументативний дискурс полягає у продукуванні взаємопов'язаних аргументованих висловлювань з метою досягти певну комунікативно-прагматичну мету, а саме впевнити співрозмовника в істинності окремого судження та змусити його погодитися із запропонованою думкою [5, с. 3]. Переконливість позиції комуніканта досягається через його особливий психологічний стан, який характеризується впевненістю комуніканта, послідовністю надання аргументів, а також використання протиставлення і повтору як основних та універсальних прийомів аргументації [2, с. 83].

Відповідно до результатів дослідження Г.Хофстеде американська культура характеризується високим ступенем маскулінності, індивідуалізму, оскільки важливе значення надається індивідуальним досягненням та підкреслюється індивідуальна відповідальність за вчинки. В американському суспільстві з низькою дистанцією влади популярним є концепт рівності, завдяки якому кожна людина має рівні можливості у досягненні фінансового розквіту [17, с.15], тобто демократичні цінності посідають вагомe місце. У політичному дискурсі важливі цінності виражаються за допомогою ключових слів, які вважаються вузлами семантичного зв'язку, такі як *our country, freedom, equality, justice, opportunity* та інші [2, с. 41]. Вони формують так звану аксіологічну шкалу, згідно з якою аудиторія повністю довіряє наданій інформації. О. Шейгал називає такі лексичні одиниці топосами єдності [11], які фактично солідаризують суспільство.

Our country's motto is e pluribus unum: out of many, we are one. (...) The most enduring values. Freedom and equality, justice and opportunity. We should be so proud that these words are associated with us. That when people hear them – they hear... America [12].

Тактика солідаризації реалізується також за допомогою вживання займенників *we, our*, що виконують інклюзивну функцію:

We are builders and we need to get back to building! [13]

Крім того, об'єднання суспільства і виборців з кандидатом відбувається за допомогою вживання займенника *all+Americans*, а також перерахування певних верст населення з різними політичними поглядами, наприклад:

I will be a President for Democrats, Republicans, and Independents. For the struggling, the striving and the successful. For those who vote for me and those who don't. For all Americans [12].

Не менш цікавим виявляється вживання інклюзивної форми імперативного стану *let's*, яка визначається як непередбачувані форми (*wayward form*) підмету *you and I* [16, с. 166]. Такі *you-&-me* структури виражають команду і пропозицію одночасно [16, с. 166] і спрямовані на залучення адресата до дії разом з мовцем, наприклад:

So let's have paid family leave, earned sick days. Let's be sure we have affordable child care and debt-free college [14].

Тактика аналогії часто вживається для більш емоційного впливу на аудиторію. Як правило, порівняння часто реалізується за допомогою емоційно і стилістично забарвленої лексики, а також метафоричних утворень. *Standing here as my mother's daughter, and my daughter's mother, I'm so happy this day has come (...). Happy for boys and men, too – because when any barrier falls in America, for everyone, it clears the way for everyone. When there are no ceilings, the sky's the limit [12].*

Підкреслюючи той факт, що вона є першою жінкою кандидатом в президенти, яку висунула одна з основних партій Америки, Клінтон зазначає, які безмежні можливості можуть мати представники обох гендерів. Аналогія з небом, яке може бути єдиним обмеженням для реалізації свого потенціалу *When there are no ceilings, the sky's the limit*, є алюзією на один з музичних творів репера Лілі Вейна під назвою *No ceilings*.

У наступному прикладі тактика аналогії виражена непрямо, оскільки вживання лексеми *to heal* асоціативно створює медичний контекст. Основне значення фрази *to heal the divides* – вирішити проблеми, які розділяють суспільство, зокрема, контроль над зброєю. Імпліцитне

значення – вилікувати суспільство, яке має певну хворобу: *We have to heal the divides in our country [12].*

Тактика генералізації вживається мовцем для формування у потенційних виборців відчуття причетності до загальнодержавних процесів:

We all face choices in life, don't we? And this company could have just said, 'Hey, you know, our business is not going to be what it was, we've got to just fold up, let's just kind of quit.' But that's not what happened here, and what happened here is what can happen across America. You are in now, what is largely an aerospace company. And because of the work force and the work ethic and the commitment of Futuramic, you are seeing the future unfold [13].

В своїй промові, що присвячена економічним питанням, кандидат у президенти звертається до працівників потужного аерокосмічного підприємства *Futuramic Tool and Engineering* у Мічигані. Клінтон наголошує на важливості розвитку цієї промисловості, вживаючи пряму апеляцію до аудиторії. Тактика генералізації реалізується фактично за допомогою асоціативної заміни подій на підприємстві подіями в країні *and what happened here is what can happen across America*. Таким чином, представники робочого класу мають відчуття, яку важливу роль вони мають для економічного зростання всієї держави.

Тактика посилення на авторитети є потужним засобом впливу на потенційних виборців. Зазвичай оратор вживає образи, які є важливими для суспільства і не викликають сумнівів або суперечок. Наприклад, посилення на батьків-засновників США також можна віднести до топосів єдності:

Our Founders embraced the enduring truth that we are stronger together [12].

У своїх промовах політик часто згадує своїх батьків, які своїм прикладом навчили її наполегливій праці, чесному ставленні до людей і надали відчуття відповідальності за інших членів суспільства.

The lesson she (my mother) passed on to me years later stuck with me: No one gets through life alone. We have to look out for each other and lift each other up. She made sure I learned the words of our Methodist faith: "Do all the good you can, for all the people you can, in all the ways you can, as long as ever you can" [14].

Головною метою посилення на своїх батьків та на основний заклик релігії методистської церкви, якому навчили її батьки, є продемонструвати свою відданість суспільству, де кожний готовий допомогти іншому члену суспільства.

Серед найбільш поширених засобів аргументації є **тактика протиставлення**, яка фактично базується на семантичній поляризації [21, с. 28]. Очевидно, що всі події, які пов'язані з опонентом, описується у негативному світлі та, навпаки, власні досягнення висвітлюються позитивно.

Donald has said he's in favor of defunding Planned Parenthood. He even supported shutting the government down to defund Planned Parenthood. I will defend Planned Parenthood. I will defend Roe v. Wade, and I will defend women's rights to make their own health care decisions [13].

Х. Клінтон висловлюється з приводу дозволу абортів і пропонує позицію Д.Трампа, який виступає проти планованого батьківства і збирається скасувати фінансування цієї програми. На відміну від свого опонента вона підтримує дозвіл абортів і захищає права жінок. Для посилення аргументації комунікант вживає

назву історично важливого судового процесу Roe v. Wade, який надав дозвіл на аборти.

В своїх промовах кандидат від демократичної партії порівнює свої економічні плани з перспективами економічного розвитку країни свого опонента.

(...) that if his tax plan, which would blow up the debt by over \$5 trillion and would in some instances disadvantage middle-class families compared to the wealthy, were to go into effect, we would lose 3.5 million jobs and maybe have another recession. (...), we will have 10 million more new jobs, because we will be making investments where we can grow the economy. Take clean energy. Some country is going to be the clean-energy superpower of the 21st century. Donald thinks that climate change is a hoax perpetrated by the Chinese. I think it's real [13].

Ми можемо спостерігати поширене вживання статистичних даних, що підсилює аргументацію і має вплинути певним чином на вибір електорату. З одного боку, презентується картина абсолютного занепаду з втрачанням робочих місць і збільшення боргу. З іншого боку, власні досягнення представлені як зростання економіки.

Крім того, Клінтон також згадує про важливість питання змін клімату для суспільства, вживаючи лексичні одиниці з позитивною конотацією clean-energy superpower of the 21st century. Ця ідея протиставляється позиції Трампа, який не ставить серйозно до екологічних питань, що демонструється вживанням лексем з негативною конотацією a hoax perpetrated by the Chinese.

Тактика позитивної перспективи вживається у передвиборчих промовах для опису перспектив розвитку країни у разі перемоги кандидата. Зазвичай це політичні обіцянки, які мають створити позитивну картину у підсвідомості цільової аудиторії. Тактика реалізується за допомогою умовних речень *If I am your President - I will do smth.*

If I am fortunate enough to be your President, I will have your back every single day that I serve. My mission in the White House will be to make our economy work for everyone, not just those at the top. This is personal for me. I am the product of the American middle class, I was born in Chicago, I was raised in a subur [14].

Головною ідеєю опису позитивної перспективи у промовах політика є демонстрація її підтримки всіх виборців, зокрема середнього класу, який складає більшість громадян to make our economy work for everyone, not just those at the top. З цієї метою вона неодноразово згадує також про своє походження, що фактично зближує її з аудиторією і має впливати колективного адресата в тому, що вона як президент буде відстоювати саме його інтереси.

So my message to every worker in Michigan and across America is this: I will stop any trade deal that kills jobs or holds down wages – including the Trans-Pacific Partnership. I oppose it now, I'll oppose it after the election, and I'll oppose it as President [13].

Клінтон також зазначає, що буде виступати проти будь-якої угоди, яка має зменшити кількість робочих місць або зарплатню працівників, включаючи угоду про Транс-Тихоокеанське партнерство.

У політичному дискурсі можна спостерігати інтереси та цілі, що конкурують між собою, а також несумісні засоби досягнення їх, що призводять до конфліктних ситуацій. Вважається, що конфлікт є нормальною формою соціальних взаємин; явищем, яке постійно має місце у міжлюдському просторі, оскільки притаманне

людській природі [2, с. 63]. Причиною конфліктів під час передвиборчих перегонів можуть стати вияви суперництва, конкуренції, несумісності позицій, розбіжності в поглядах [3, с. 24]. Конфлікт може виникнути, коли співрозмовники беруть до уваги обмежену кількість можливих пропозицій, тобто лише діаметрально протилежні альтернативи. До конфлікту також призводять ситуації, коли один із комунікантів перебуває в емоційно збудженому стані, а його співрозмовник потрапляє під емоційний вибух [18, с. 359].

У разі конфліктного спілкування комунікативну стратегію мовця окреслюють: відсутність спільної мети, однастайності; наявність різних, часто протилежних поглядів щодо розв'язання політичних, соціальних або економічних проблем; спрямованість на дисенсус. Ці показники призводять до здійснення конфліктної комунікативної стратегії. Найбільш поширеною тактикою конфліктної стратегії є **тактика критики** дій і програми опонента. Як правило, мовець вживає негативно забарвлену лексику і створює картину, яка свідчить про неспроможність опонента представляти інтереси всіх громадян.

When he visited Detroit on Monday, he talked only of failure, poverty, and crime. He's missing so much about what makes Michigan great. And the same is true when it comes to our country. He describes America as an embarrassment. He said –and I quote – 'We're becoming a third-world country.' Look around you, my friends. Go visit with the workers building rockets. That doesn't happen in third world countries [13].

Підприємства в Детройті представлені як *failure, poverty, and crime*; вся *America as an embarrassment, a third-world country*. Клінтон не згодна з такою позицією і пропонує подивитися навколо і оцінити масштаби аерокосмічного виробництва, яке не може відбуватися у країні третього світу.

In fact, it would be the most extreme version, the biggest tax cuts for the top percent of the people in this country than we've ever had. I call it trumped-up trickle-down, because that's exactly what it would be. That is not how we grow the economy [14].

Клінтон активно критикує плани свого опонента зменшити податки великим підприємствам, що на її думку не тільки не зміцнить економіку, але й не підтримає середньо-статистичного американця. Вживається гра слів trumped-up trickle-down, яка з одного боку, демонструє вигадану підтримку середнього класу, а, з іншого, факт збагачення таких людей як Трамп.

Тактика дискредитації має на меті представити дії опонента не тільки у негативному світлі, але й довести, що вони не відповідають нормам загальноприйнятої поведінки. Крім того, акцентуються негативні характеристики опонента.

Well, I think you've seen another example of bait-and-switch here. For 40 years, everyone running for president has released their tax returns. So you've got to ask yourself, why won't he release his tax returns? (...) he owes about \$650 million to Wall Street and foreign banks. Or maybe he doesn't want the American people to know that he's paid nothing in federal taxes, because the only years that anybody's ever seen were a couple of years when he had to turn them over to state authorities when he was trying to get a casino license, and they showed he didn't pay any federal income tax [12].

Клінтон інформує аудиторію, що Трамп не виплачував вже тривалий час податки на прибутки. Це є серйозне порушення закону. Дискредитація здійснюється декількома засобами. По-перше, вживається метафора *bait-and-switch*, яка підкреслює нечесну гру кандидата в президенти. Він фактично один із всіх кандидатів за 40 років не інформує суспільство про свої податки. По-друге, надається інформація про його статки, що свідчить про його досить високу фінансову забезпеченість. Таким чином, громадяни можуть зробити висновок, що він нечесна людина, яка порушує закон.

Висновки. Підсумовуючи вищезначене, ми можемо зазначити, що комунікативна поведінка Х.Клінтон демонструє, що вона є доволі виваженим політиком. В її промовах переважають аргументативні стратегії (60%), які більш спрямовані на зміну картини світу адресата за допомогою логічного і раціонального впливу. Конфліктні стратегії складають 40% від загального обсягу ілюстративного матеріалу, що свідчить про стриманість політика у вираженні негативної оцінки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. – К.: ВЦ „Академія”, 2004. – 344 с.
2. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации. – К.: Логос, 2003. – 304 с.
3. Здравомыслов А.Г. Социология конфликта: Россия на путях преодоления кризиса: Учебн. пособие для студ. вузов. – М.: Аспект-Пресс, 1995. – 319 с.
4. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: КомКнига, 2006. – 288 с.
5. Кошеварова Ю.А. Коммуникативно - прагматический анализ аргументативного дискурса: Автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.04. – Уфа, 2006. – 20с. <http://www.bashedu.ru/autoreferat/autoreferat17.doc>.
6. Крючкова П.Г. Авторитарный дискурс (на мат. суч. англ. мови): Дис. ... к.ф.н.: 10.02.04/ Київський нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2003. – 193 с.
7. Макаров М.Л. Основы теории дискурса.-М.: Гнозис, 2003.-261 с.
8. Фирстова Л. А. Дискурсивные стратегии и тактики в рамках телепублицистического дискурса (на материале русскоязычных и англоязычных информационных программ) : автореф. дис. ... канд.филол. наук. — Саратов, 2008. –20 с.
9. Фролова І.С. Вербалізація конфлікту у дискурсі//Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен/Під загальн. ред. Шевченко І.С.: Монографія.-Харків: Константа, 2005.-С. 237-262.
10. Чудинов А.П. Политическая лингвистика.– М.: Флинта: Наука, 2007. – 256 с.
11. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: Монография. – М.: Волгоград: Перемена, 2000. – 268 с.
12. Clinton H. Speech at the Democratic Convention. <https://www.nytimes.com/2016/07/29/us/politics/hillary-clinton-dnc-transcript>, July 29, 2016 (accessed 20.03.18)
13. Clinton H. Economic Speech. <http://www.newsweek.com/hillary-clinton-full-transcript-economic-speech-489602html>, August, 11, 2016. (accessed 20.07.17)
14. Clinton H, Trump D. The First Debate transcript. https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/09/26/the-first-trump-clinton-presidential-debate-transcript-annotated/?utm_term=.3bc8204b2a9, September, 26, 2016c. (accessed 20.07.17)
15. Fitzwater M. I do not think there is a quick fix//Civility in Presidential Election Discourse. Rindge, New Hampshire: Franklin Pierce University, 2016, P. 6-7.
16. Halliday M.A.K. Halliday's Introduction to Functional Grammar.–L.: Routledge Taylor & Francis Group, 2014.– 786 p.
17. Hofstede G. Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context//Online Readings in Psychology and Culture, 2(1), 2011 <http://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=orpc> (accessed 17.07.17)
18. Locker K.O. Business and Administrative Communication. – Chicago: Irwin Inc., 1995. – 688 p.
19. McKeever, K. Words Matter: The Why, When, and Where of Civil Discourse//Civility in Presidential election Discourse. Rindge, New Hampshire: Franklin Pierce University, 2016, P. 3-4.
20. Rieke R.D. Sillars M.O. Argumentation and critical decision making.- Longman, 1997. – 318p.
21. Van Dijk T. A. What is Political Discourse Ananalysis?//Political Linguistics. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co., 19917, P. 11-52 <http://discourses.org/OldArticles/What%20is%20Political%20Discourse%20Analysis.pdf> (accessed 19.07.17)

REFERENCES

1. Batsevych F.S. The Basics of Communicative Linguistics. – Kyiv: Academy, 2004. – 344 p.
2. Belova A. D. Linguistic Aspects of Argumentation. – Kyiv: Logos, 2003. – 304 p.
3. Zdravomyslov A.G.Sociology of Conflict: Russia is on the way of Crisis Solution: Course-book. – М.: Aspect-Press, 1995. – 319 p.
4. Issers O. S. Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech. – М.: KomKniga, 2006. – 288 p.
5. Koshevarova J. A. Communicative and Pragmatic Analysis of Argumentative Discourse: Extended Abstract of Ph.d. Dissertation: 10.02.04. – Ufa, 2006. – 20 p.
6. Kryuchkova P.G. Authoritative Discourse (a case study of Modern English Language): Ph. D. Dissertation: 10.02.04/ Kyiv T.Shevchenko National University – Kyiv, 2003. – 193 p.
7. Makarov M.L. The Basics of Discourse Theory.-М.:Gnosis, 2003. 261p.
8. Firstova L.A. Discursive Strategies and Tactics in TV publicistic Discourse (a case study of Russian and English Informational programmes): Extended Abstract of Ph.d. Dissertation. – Saratov, 2008. – 20 p.
9. Frolova I.E. Verbalization of Conflict in Discourse//Discourse as Communicative and Cognitive Phenomenon/ Shevchenko I.S (Ed): Monography. – Kharkiv, Konstanta, 2005. – P. 237-262.
10. Chudinov A.P. Political Linguistics. – М.: Flinta, 2007. – 256 p.
11. Shegal E.I. Semiotics of Political Discourse; Monography. – М.; Volgograd: Peremena, 2000. – 268 p.

Communicative Strategies in Political Discourse of Hilary Clinton

T. R. Ananko

Abstract. The article is dedicated to linguistic and communicative peculiarities of political discourse of Hilary Clinton, a presidential candidate in the USA. The focus is on the communicative strategies and tactics, used by the politician in her speeches during the election campaign. The attention is paid to argumentative communicative strategy, which is aimed to make a rational impact on the addressee. The conflict strategy which produces an emotional appeal is also analysed.

Keywords: *political discourse, communicative strategies, communicative tactics, argumentation, conflict.*

Коммуникативные стратегии в политическом дискурсе Хилари Клинтон

T. R. Ananko

Аннотация. Статья посвящена лингво-коммуникативным особенностям политического дискурса кандидата в президенты США Хилари Клинтон. Особое внимание уделяется анализу коммуникативных стратегий и тактик, которые политик использует в своих предвыборных выступлениях. А именно рассматриваются особенности использования аргументативной коммуникативной стратегии, которая нацелена на рациональное влияние на адресата. А также анализируется конфликтная стратегия, с помощью которой образуется эмоциональное влияние.

Ключевые слова: *политический дискурс, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, аргументация, конфликт.*

Стратегії і тактики Парламентаря Великої Британії та Конгресмена США (порівняльний аспект)

Л. М. Басюк

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

Paper received 29.03.18; Accepted for publication 05.04.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-02>

Анотація. Стаття присвячена одному з учасників англомовного парламентського дискурсу – Парламентарю/Конгресмену. Визначено роль Парламентаря/Конгресмена як адресанта в процесі опитування свідків. Робиться порівняння стратегічно-тактичного арсеналу Парламентаря Великої Британії та Конгресмена США. Стратегії і тактики Парламентаря/Конгресмена втілюються у мовленнєвих актах і реалізуються мовними (лексичними, граматичними і стилістичними) і немовними засобами.

Ключові слова: комунікативна стратегія, комунікативна тактика, парламентський дискурс, адресант, мовленнєвий акт.

Вступ. Невід'ємною частиною життя суспільства є участь у законотворчому процесі, який виступає запорукою його гармонійного існування та розвитку і актуалізується в межах політичного інституту – Парламенті. Парламентський дискурс як різновид політичного інституційного дискурсу, тип комунікативної діяльності, що проявляється в усній та письмовій формах, продукується як професіоналами в сфері політики, так і непрофесіоналами, регулюється стратегіями і тактиками учасників, і є тією організаційною структурою, яка має безпосередній і великий вплив на розвиток суспільства.

Короткий огляд публікацій за темою. Парламентський дискурс як різновид політичного інституційного дискурсу є об'єктом наукових розвідок В. О. Головань [3], Н. І. Андрейчук [1], Г. Л. Рябоконт [6] та ін. Проте, діяльність Парламенту Великої Британії та Конгресу США з позиції стратегічно-тактичного арсеналу кожного учасника парламентської взаємодії та його порівняння не достатньо висвітлена у сучасних лінгвістичних розвідках, що і зумовлює **актуальність** нашого дослідження.

Ми розглядаємо англомовний парламентський дискурс Великої Британії і США, а саме процес опитування свідків під час засідання комітетів при обговоренні законопроектів. Процес опитування свідків розуміємо як таку комунікативну подію, яка має три етапи розвитку комунікації: контактостановлення, контактопродовження, розмикання мовленнєвого контакту [9].

На кожному етапі протікання комунікативної події учасники керуються певною стратегією мовленнєвої поведінки, яку реалізують за допомогою тактик. Поняття стратегії і тактики науковці визначають у співвідношенні одне з одним [2; 5]. О. С. Іссерс визначає поняття «стратегія» як когнітивний план спілкування, за допомогою якого контролюється оптимальне вирішення комунікативних завдань мовця в умовах нестачі інформації про дії партнера. Мовленнєву тактику дослідники визначає як одну або декілька дій, що сприяють реалізації стратегії [4].

Ми поділяємо співзвучну з О. С. Іссерс, але дещо ширшу думку А. П. Сковороднікова [8], який визначає комунікативну стратегію як загальний план мовленнєвої поведінки, що реалізується вибором системи продуманих мовцем поетапних мовленнєвих дій; лінію мовленнєвої поведінки, прийняту на основі

пізнання комунікативної ситуації і направлену на досягнення комунікативної мети в процесі мовленнєвого спілкування; а комунікативну тактику як конкретний мовленнєвий хід в процесі реалізації мовленнєвої стратегії; мовленнєву дію (мовленнєвий акт або сукупність декількох мовленнєвих актів), що відповідає певному етапу реалізації мовленнєвої стратегії і спрямовану на вирішення комунікативної мети даного етапу.

Стратегії і тактики мовленнєвого спілкування втілюються в мовленнєвих актах, що формують дискурси (тексти) як одиниці спілкування. Мовленнєвий акт (МА) розуміємо як базову мінімальну одиницю вербальної комунікації; як інтенційно й ситуаційно зумовлене, граматично й семантично організоване висловлення, що супроводжується відповідними діями мовця, спрямованими на адресата та його реакцію [7]. В свою чергу, мовленнєві акти реалізуються мовними (лексичними, граматичними і стилістичними) і немовними засобами.

Мета статті – порівняти стратегічно-тактичний арсенал Парламентаря Великої Британії і Конгресмена США в процесі опитування свідків під час засідання комітетів при обговоренні законопроектів.

Поставлена мета досягається шляхом розв'язання таких **завдань**: 1) визначити активацію мовленнєвої поведінки Парламентаря Великої Британії і Конгресмена США на етапах протікання комунікативної події; 2) порівняти стратегічно-тактичний арсенал Парламентаря Великої Британії і Конгресмена США; 3) визначити та порівняти актомовленнєву реалізацію тактик Парламентаря Великої Британії і Конгресмена США мовними (лексичними, граматичними і стилістичними) і немовними засобами.

Матеріали і методи. Матеріалом статті слугували стенографічні протоколи засідань загальних комітетів з розгляду публічних біллів Палати громад Парламенту Великої Британії та стенографічні протоколи засідань спеціальних комітетів Палати представників Конгресу США. Методами дослідження слугували прагматичний аналіз, інтент-аналіз, контент-аналіз, порівняльний аналіз та квантитативний метод, які забезпечили достовірність проведеного дослідження.

Результати та їх обговорення. Учасники процесу опитування свідків складають тріадну структуру мовленнєвої взаємодії: Голова засідання – Парламентар –

Свідок у Парламенті Великої Британії та Голова засідання – Конгресмен – Свідок у Конгресі США.

Ця стаття присвячена лише одному учаснику парламентської взаємодії, а саме Парламентарю/Конгресмену, який виступає адресантом у процесі опитування свідків. Оскільки ми розглядаємо парламентський дискурс Великої Британії і США в порівнянні, логічно буде, на нашу думку, зробити його у такій послідовності:

- 1) активація мовленнєвої діяльності Парламентаря/Конгресмена на всіх етапах протікання комунікативної події;
- 2) стратегічно-тактичний арсенал Парламентаря/Конгресмена;
- 3) найуживаніші тактики Парламентаря/Конгресмена;
- 4) актомовленнєва реалізація тактик Парламентаря/Конгресмена;
- 5) мовні засоби реалізації тактик Парламентаря/Конгресмена.

Аналіз фактичного матеріалу виявив, що активація мовленнєвої діяльності як Парламентаря у Великій Британії, так і Конгресмена в США відбувається на всіх етапах протікання комунікативної події. Проте, кількість реплік Парламентаря у Великій Британії і Конгресмена в США відрізняється, а саме на етапі контактостановлення спостерігаємо 216 реплік у Великій Британії та 188 – у США; етап контактопродовження характеризується приблизно однаковою активністю як Парламентаря у Великій Британії – 246 реплік, так і Конгресмена в США – 279 реплік; на етапі розмикання мовленнєвого контакту спостерігаємо значно активнішу позицію Конгресмена в США – 63 репліки, у порівнянні із Парламентарем у Великій Британії, яка становить лише 1 репліку.

Отже, Парламентар у Великій Британії активує свою мовленнєву діяльність на всіх етапах протікання комунікативної події 463 рази, а Конгресмен в США – 530 разів. Слід зауважити, що етап розмикання не є сферою активації мовленнєвої діяльності для Парламентаря Великої Британії.

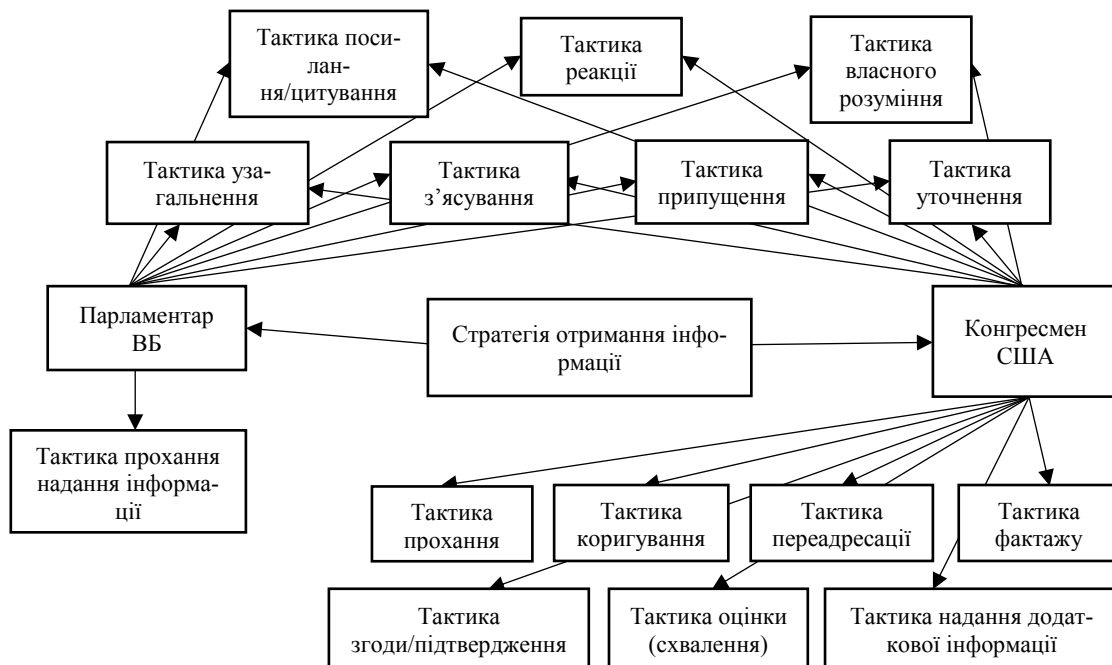


Рис. 1. Стратегія і тактики Парламентаря Великої Британії та Конгресмена США

Спостерігаємо спільну стратегію отримання інформації (див. рис. 1) як для Парламентаря у Великій Британії, так і для Конгресмена в США. Щодо тактичного арсеналу, то можна виділити як спільні, так і відмінні тактики, які обирають Парламентар у Великій Британії та Конгресмен у США для реалізації обраної ними стратегії отримання інформації. Спільними тактиками є тактики з'ясування, посилення/цитування, уточнення, узагальнення, припущення, власного розуміння, реакції. Окрім згаданих тактик, Парламентар у Великій Британії послуговується ще тактикою прохання надання інформації, яку не спостерігаємо в арсеналі тактик Конгресмена у США. Для реалізації стратегії отримання інформації Конгресмен у США застосовує ще сім тактик, окрім вищезгаданих спільних тактик із Парламентарем у Великій Британії, а саме тактику надання додаткової інформації,

оцінки (схвалення), прохання, переадресації, згоди/підтвердження, коригування, фактажу.

Аналіз даних виявив із семи спільних тактик для Парламентаря у Великій Британії та Конгресмена у США тактики з'ясування – 217 (47,9%) та 157 (29,6%) і уточнення – 55 (11,9%) та 49 (9,3%) відповідно, які за рейтингом вживання посідають перше і четверте місце. Решта тактик займають різні позиції у рейтингу найуживаніших тактик, а саме друге і третє місце за частотою вживання Парламентарем у Великій Британії посідають тактики узагальнення – 68 (14,7%) та посилення/цитування – 58 (12,5%). В свою чергу, у рейтингу найуживаніших тактик Конгресмена в США спостерігаємо тактику реакції – 100 (18,9%) і тактику узагальнення – 98 (18,5%) на другому і третьому місцях відповідно.

П'яту і шосту позицію за частотою вживання посідають позмінно тактики припущення – 46 (9,9%) і

власного розуміння – 11 (2,4%) у Великій Британії та тактика власного розуміння – 40 (7,5%) і припущення – 31 (5,8%) в США. На сьомому місці за частотою вживання у Великій Британії знаходиться тактика реакції – 6 (1,3%), а в США – тактика посилення/цитуювання – 28 (5,3%).

Як було зазначено раніше, окрім спільних тактик Парламентаря у Великій Британії та Конгресмен у США послуговуються й іншими тактиками, рейтинг яких виглядає наступним чином: восьму позицію у рейтингу Парламентаря Великої Британії займає тактика прохання надання інформації – 2 (0,4%), яка відтак є найменш уживаною в його арсеналі. Тактики Конгресмена в США спостерігаємо у такій градації, починаючи з восьмої позиції: тактика схвалення (оцінки) і тактика згоди/підтвердження – 7 (1,3%), тактика прохання – 5 (0,9%), тактика надання додаткової інформації – 4 (0,8%), тактика коригування – 2 (0,4%), тактика переадресації і тактика фактажу – 1 (0,2%).

Спостерігаємо вживання як спільних, так і відмінних мовленнєвих актів для реалізації обраних тактик Парламентарем у Великій Британії та Конгресменом у США. Реалізація спільних семи тактик для Парламентаря у Великій Британії і Конгресмена у США відбувається таким чином: для реалізації тактик з'ясування Парламентаря у Великій Британії застосовує квеситиви, імпліцитні квеситиви, репрезентативи, директиви, імпліцитні директиви. Аналогічний набір мовленнєвих актів, окрім імпліцитних директивів, використовує Конгресмен у США для реалізації тактики з'ясування. Експресиви та репрезентативи – це ті мовленнєві акти, які реалізують тактику реакції як Парламентаря, так і Конгресмена. Для реалізації тактики узагальнення Конгресмен послуговується експресивами і репрезентативами, а Парламентар – лише репрезентативами.

Тактики уточнення і посилення/цитуювання є не лише спільними для Парламентаря і Конгресмена, а й реалізуються однаковим набором мовленнєвих актів – репрезентативами і квеситивами (тактика уточнення) і репрезентативами (тактика посилення/цитуювання). Тактика власного розуміння представлена Конгресменом репрезентативами і квеситивами, а Парламентарем – лише репрезентативами. Конгресмен реалізує тактику припущення за допомогою квеситивів, а Парламентар – за допомогою імпліцитних директивів та репрезентативів. Обрана Парламентарем тактика прохання надання інформації реалізується репрезентативами та директивами. Конгресмен, в свою чергу, для реалізації обраних ним тактик оцінки (схвалення), згоди/підтвердження, прохання, надання додаткової інформації, коригування, переадресації, фактажу, окрім спільних із Парламентарем, застосовує репрезентативи.

Реалізацію тактик Парламентаря Великої Британії та Конгресмена США спостерігаємо на лексичному і граматичному рівнях, а також завдяки стилістичним і немовним засобам. Лексичні засоби висвітлюють індивідуальні риси як Парламентаря Великої Британії (маркери позначення часу *many times, at the moment, before the end of the Committee*, позитивні оцінні лексеми *well, useful, appreciated*, особистісна оцінка сказаного *I know, інтенсифікатору specifically, quite*), так і Конгресмена США (маркери ввічливості *please*, позитивна оцінна лексема *good*, узагальнюючий сполучник *so*, лексема *yes*, особистісна оцінка сказаного *I think*, сумнів *I am not sure*, інтенсифікатори *most, obviously, really, randomly, critically, certainly*, антоніми *risky-safe*), за винятком особистісної оцінки сказаного *I believe*, інтенсифікаторів *very, particularly*, які є спільними для мовців.

Граматичний рівень характеризується в основному індивідуальними морфологічними та спільними синтаксичними маркерами реалізації тактик мовців: а) морфологічні маркери: модальне дієслово *can*, некатегорична мовна форма *it seems to me, Present Indefinite Passive, Subjunctive II* у некатегорійному значенні застосовує Парламентар Великої Британії; модальні дієслова *may, might, let, Past Indefinite, Present Perfect, Present Continuous, Present Participle, Past Participle, Subjunctive II* характерні для Конгресмена США; б) синтаксичні маркери: розповідні складні і прості речення, питальні речення, умовні речення, спонукальні речення, еліптичні речення. *Present Indefinite* у некатегорійному значенні та *Future Indefinite* є спільними морфологічними маркерами для Парламентаря Великої Британії і Конгресмена США. Окрім того, Конгресмен США застосовує *номінативні речення* для реалізації тактик, що не спостерігаємо у Парламентаря Великої Британії. Ілокутивне дієслово *to thank* у перформативному вживанні спостерігаємо у арсеналі мовних засобів і у Парламентаря Великої Британії, і у Конгресмена США.

Спільним стилістичним засобом реалізації тактик є *повтор*, а відмінними виступають *порівняння, уточнення, протиставлення*, які застосовує Парламентар Великої Британії, та *formal emphatic it*, яким послуговується Конгресмен США. Немовний засіб споглядання спостерігаємо в арсеналі Конгресмена США.

Висновки. Отже, проведений порівняльний аналіз стратегічно-тактичного арсеналу Парламентаря Великої Британії та Конгресмена США дає змогу визначити національну специфіку комунікативної поведінки учасників парламентського дискурсу, яка виявляється власне у виборі тактик і мовних засобів їх реалізації, і краще пізнати англійську та американську лінгвокультури, зокрема у сфері політики.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Андрейчук Н. І. Семіотика лінгвокультурного простору Англії кінця XV – початку XVII століття : монографія / Н. І. Андрейчук. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2011. – 280 с.
- [2] Борисова И.Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге / И. Н. Борисова // Русская разговорная речь как явление городской культуры: сб. науч. трудов / отв. ред. Т. В. Матвеева. – Екатеринбург: АРГО, 1996. – С.21-48.
- [3] Головань В. О. Модерація категоричності в парламентському дискурсі (на матеріалі засідань Європарламенту) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / В. О. Головань. – Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ, 2016. - 222 с.
- [4] Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : Изд-во ЛКИ, 2012. – 304 с.

- [5] Матвеева Т. В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика / Т. В. Матвеева. – М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 284-285.
- [6] Рябоконт Г. Л. Дискурсивні особливості інтернет-публікацій дебатів британського парламенту : дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / Г. Л. Рябоконт ; Львів. нац. ун-т ім.І.Франка.– Львів, 2005.– 276 с.
- [7] Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2011. – 844 с.
- [8] Сковородников А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистика», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии / А. П. Сковородников // Риторика↔Лингвистика: сб. науч. статей. – Смоленск: СГПУ, 2004. – Вып. 5.– С. 5-12.
- [9] Яшенкова О. В. Основы теории мовой комунікації / О. В. Яшенкова. – К. : Академія, 2010. – 309 с.

REFERENCES

- [1] Andreychuk N.I. Semiotics of the linguistic and cultural space of England of the end of XV -the beginning of the XVII century: monograph. - Lviv: View of Lviv Polytechnic, 2011. 280 p.
- [2] Borisova I.N. Discourse strategies in conversational dialogue // Russian speaking speech as a phenomenon of urban culture: Sat. scientific works / ch. ed. T. Matveeva. - Yekaterinburg: ARGO, 1996. P. 21-48.
- [3] Golovan V. O. Moderation of categoricity in parliamentary discourse (on the material of the European Parliament's meetings): PhD. Dissertation : 10.02.04. – Kyiv: Kyiv National Taras Shevchenko University, 2016. 222 p.
- [4] Issers O. S. Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech. - M.: Publishing-house of LKI, 2012. 304 p.
- [5] Matveeva T. Vocational dictionary: Russian language, culture of speech, stylistics, rhetoric. - M. : Flint: Science, 2003. P. 284-285.
- [6] Ryabokon G. L. Discourse Peculiarities of Internet Publications of the Debates of the British Parliament: PhD. Dissertation: 10.01.08. Lviv: Lviv National Ivan Franko University, 2005. 276 p.
- [7] Selivanova O. O. Linguistic Encyclopedia. Poltava: Environment-K, 2011. 844 p.
- [8] Skovorodnikov A. P. On the need to delineate the concepts of "rhetorical reception", "stylistic figure", "speech tactics", "speech genre" in the practice of terminological lexicography // Rhetoric, linguistics: Sat. scientific articles - Smolensk: SSPU, 2004. - Issue. 5. P. 5-12.
- [9] Yashenkova O. V. Fundamentals of the theory of speech communication. Kyiv: Academy, 2010. 309 p.

Strategies and tactics of the Parliamentarian of the Great Britain and the US Congressman (comparative aspect)

L. M. Basyuk

Abstract. The article is devoted to one of the participants of the English-speaking parliamentary discourse - Parliamentarian / Congressman. The role of the Parliamentarian / Congressman as the addresser in the witnesses questioning process is determined. A comparison of the strategic and tactical arsenal of the Parliamentarian of the Great Britain and the US Congressman. Strategy and tactics of the Parliamentarian / Congressman are embodied in speech acts and are realized by language (lexical, grammatical and stylistic) and non-language means.

Keywords: *communicative strategy, communicative tactics, parliamentary discourse, addresser, speech act.*

Стратегии и тактики Парламентария Великобритании и Конгрессмена США (сравнительный аспект)

Л. М. Басюк

Аннотация. Статья посвящена одному из участников англоязычного парламентского дискурса – Парламентария/Конгрессмену. Определена роль Парламентария/Конгрессмена как адресанта в процессе опроса свидетелей. Делается сравнения стратегически тактического арсенала Парламентария Великобритании и Конгрессмена США. Стратегии и тактики Парламентария/Конгрессмен воплощаются в речевых актах и реализуются языковыми (лексическими, грамматическими и стилистическими) и неязыковыми средствами.

Ключевые слова: *коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, парламентский дискурс, адресант, речевой акт.*

Дивергенция в вербальном блоке словообразовательного гнезда перцептивного глагола *нюхать*

О. В. Ивасюк

Национальный технический университет Украины «КПИ им. Игоря Сикорского», Киев, Украина

Paper received 26.03.18; Accepted for publication 30.03.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-03>

Аннотация. Статья посвящена проблеме дивергентных процессов в словообразовательном гнезде с вершиной-полисемантом. Рассматривается вербальный блок СГ глагола физического восприятия *нюхать*, в пределах которого устанавливаются деривационные связи каждого деривата с определенным ЛСВ, что позволяет установить словообразовательную активность эпидигматов и выявить случаи отраженной полисемии: именно такие дериваты составляют формально конвергентную часть СГ лексемы. В статье уточняется семантический объем слова-вершины, его дериватов, детализируются их словарные дефиниции. Анализ языкового материала позволил дополнить состав рассматриваемого СГ и уточнить его структуру.

Ключевые слова: словообразовательное гнездо, глагол, полисемант, дивергенция.

Словообразовательное гнездо как самая крупная комплексная единица словообразования является объектом разноаспектного лингвистического исследования в работах целого ряда языковедов, начиная с 80-х гг. XX в (И.В.Альтман, Е.Л.Гинзбург, А.М.Зализняк, А.Д.Зверев, А.И.Моисеев, З.И.Резанова, А.С.Пардаев, Т.И.Плужникова, П.А.Соболева, А.Н.Тихонов, И.С.Улукханов, Ю.А.Шепель, И.А.Ширшов, М.Н.Янценцкая и др.) до настоящего времени (Л.А.Араева, К.А.Демиденко, И.В.Евсеева, П.А.Катышев, М.Н.Образцова, М.А.Осадчий, А.Н.Шабалина и др.), что свидетельствует об актуальности рассматриваемой проблемы.

В настоящей статье продолжено исследование словообразовательной активности русского глагола физического восприятия *нюхать* как слова-вершины словообразовательного гнезда (СГ) [5] в плане выявления мотивационно-деривационных отношений производных глаголов, представленных в СГ, с тем или иным лексико-семантическим вариантом (ЛСВ) многозначного слова-вершины.

Цель настоящего исследования – подтвердить выдвигаемую нами гипотезу, что в СГ с вершиной-полисемантом дивергентные процессы обязательны и обусловлены они разной степенью деривационной продуктивности отдельных семем исходного генератива (и его актантной структурой, если это глагол), что позволяет рассматривать СГ лексемы, как совокупность СГ семем, её репрезентирующих. СГ лексемы при этом квалифицируется как дивергентное с возможной конвергентной частью.

Основным методом исследования в нашей работе является описательный метод с соответствующей методикой синхронного анализа. Решение поставленных задач требует использования структурных методов, в частности, проведения словообразовательного анализа рассматриваемых единиц, компонентного анализа их семантической структуры. Поскольку ЛСВ (термин А.И.Смирницкого¹) является наименьшей двусторонней единицей лексико-семантического уровня языка, а формой его содержания является семема (термин Н.И.Толстого), то далее мы будем использовать эти

термины как взаимозаменяемые. Вершиной анализируемого словообразовательного гнезда является лексема, представляющая собой внутрисловную парадигму – упорядоченную совокупность лексико-семантических вариантов одной лексемы.

Л.А.Кудрявцева отмечает, что «говоря о лексико-семантическом варьировании слова, мы имеем в виду не только внутрисловные различия (значения слова), но и такие языковые средства выражения границ внутрисловного варьирования лексической семантики, как лексическая сочетаемость ЛСВ, его грамматические формы, синтаксические позиции. Эти признаки, наряду с собственно знаковой формой, образуют план выражения ЛСВ» [6, с.41].

Лексико-семантический объем лексемы *нюхать* формируется несколькими значениями, которые в различных лексикографических изданиях квалифицируются по-разному. Считаем необходимым учитывать динамику словарной фиксации слова, поскольку, во-первых, дериватологи пришли к выводу, что в любом полисеманте наибольшей деривационной активностью обладает ЛСВ1, однако нумерация может различаться, во-вторых, для нас принципиально важно установить точное количество семем как возможных генеративов.

«Толковый словарь русского языка» под редакцией Д.Н.Ушакова (далее СУ) фиксирует у глагола *нюхать* лишь одно значение – «Обонять, вдыхать через нос для распознавания запаха. *Нюхать духи.* || Вдыхать через нос лекарственное или наркотическое средство. *Мой отец принялся нюхать табак.* Грцн. ◇ (**И**) **не нюхал** (кого-чего) (разг.) не испытал чего-н., совершенно не знаком с кем-чем-н. *Он математики и не нюхал.* **Нюхать порох** (разг.) – участвовать в военных действиях» [12, с.606].

В «Словаре современного русского литературного языка» (далее БАС) представлено уже три значения: *нюхать*: кроме указанного выше, это «2.Перех. Вдыхать в нос лекарственные, наркотические и т.п. средства для лечебных и других целей. ...она сидела в кабинете и нюхала спирт. 3. Неперех. Перен. Разг. Разведывать, выискивать, выслеживать. *Ходит, нюхает, примеряется, кого кому выгодней продать.* М.Горький» [7, с.1464].

«Словарь русского языка» (далее МАС) несколько

¹ В.В.Виноградов использовал термин *лексико-фразеологическая форма слова* [2, с. 48]

иначе структурирует словарную статью: «1. Вдыхать через нос какой-нибудь запах; обонять. [Матвей] *сорвал белоголовник и долго нюхал его.* || Вдыхать в нос (лекарственное, наркотическое и т.п. средство). *Эти беспризорные были дети улицы и когда-то, может быть, нюхали кокаин.* М. Пришвин. 2. Перен. (обычно с отрицанием «не»). Прост. Испытывать что-л., быть знакомым с чем-л. ...там всего навидался. – И тюрьмы, небось, нюхал? Серафимович. 3. Перен; без доп. Прост. Разузнавать, выведывать. *Ходит, нюхает, примеряется, кого кому выгодней продать.* М. Горький» [9, с.517].

Глагол *нюхать* в «Большом толковом словаре русского языка» под ред. С.А.Кузнецова (далее БТС) фиксируется в двух значениях с указанием оттенков значений: «1. Вдыхать через нос с целью ощутить, распознать запах; обонять. 2. Вдыхать через нос лекарственные, наркотические средства. *Нюхать табак. Нюхать нашатырный спирт. Кокаин и ему подобное не нюхайте!* || Разг. Употреблять наркотики (вдыхать через нос). *Сын нюхает. Неужели ты нюхала? – Никогда!*» ♦ *Не нюхал чего-л.* Не испытывал, не знает чего-л. *Тайги он ещё не нюхал. Радости в жизни я и не нюхал. Пороху не нюхал.* Не быть на войне, не воевать [1, с.660].

«Новый словарь русского языка: Толково-словообразовательный» Т.Ф.Ефремовой (далее НСЕ) к этим дефинициям вслед за МАС добавляет значение: «3. перен. разг. неперех. Разведывать, выискивать, выслеживать» [3, с.1054].

Наконец И.А.Ширшов в его «Толковом словообразовательном словаре русского языка» (далее ТССШ) выделяет 4 лексико-семантических варианта, осмыслив как семемы все оттенки значения глагола *нюхать*: 1. «Вдыхать через нос какой-либо запах, обонять. *Нюхать цветок.* 2. Вдыхать через нос лекарственные, наркотические, возбуждающие средства. *Нюхать спирт. Нюхать кокаин. Нюхать табак.* 3. перен. прост. Испытывать что-л., быть знакомым с чем-л. *Не нюхал моря.* 4. перен. прост. Разузнавать, выведывать. *Ходит, нюхает, приценивается.* [14, с.571].

Таким образом, лексема *нюхать* прошла путь от одного словарно зафиксированного значения (СУ) до четырех, которые сформировались на базе различных словоупотреблений: два из них прямые, два – переносные.

В СГ со словом-вершиной *нюхать*, согласно «Словообразовательному словарю русского языка» А.Н.Тихонова (далее СлСРЯ), представлено 70 дериватов [10, с.679] (по нашим наблюдениям, всего есть 92 производных). Из них на первой ступени словопроизводства находятся девербативные глаголы² в количестве 20 единиц, образующие с мотиватором словообразовательные пары: *нюхаться, внюхаться, вынюхать, донюхать, донюхаться, занюхать, занюхаться, нанюхать, нанюхаться, нюхнуть, нюхивать, обнюхать, обнюхаться, перенюхать, понюхать, понюхивать, принюхаться, принюхивать, пронюхать, разноховать, снюхаться, унюхать* (глаголы *занюхать, нюхивать* и *принюхать* в СлСРЯ не представлены и включены в список нами).

Наша задача состоит в том, чтобы определить, какие

именно ЛСВ исходного глагола являются мотивирующими генеративами для приведенных производных.

Глагол *нюхаться* (*нюхать+ся*) образуется от ЛСВ1 глагола *нюхать*: «Нюхать друг друга. *Собаки нюхаются*» [14, с.571]: *Ей бы теперь на воле скакать да с красавцами нюхаться, а она тут на грязной соломе, где воняет псиной да конюшной* (Чехов). При этом видимо сужается по сравнению с генеративом область его референциальной приложимости, поскольку это разговорное слово обозначает действие, не свойственное человеку, что, вероятно, должно найти место в словообразовательной дефиниции, а не только в иллюстрирующем примере. Дериват многозначный, но его второе значение, на наш взгляд, является эпидигматом первого («иметь знакомство, водиться с кем-л. *Тебе бы всё с дворовыми девками нюхаться.* Тургенев), а не мотивировано глаголом *нюхать*.

Девербатив *внюхаться* (*в+нюхать+ся*), имеет значение «прост. Нюхая (в 1 знач.) тщательно, уловить особенности какого-л. запаха. *Олень внюхался в воздух*» [14, с.571], детерминированное биморфемой *в+ся* – регулярной продуктивной словообразовательной единицей, придающей глаголу значение «углубиться во что-либо или свыкнуться с чем-либо, освоиться» [4, с.88].

Дериват *вынюхать* может быть образован и от ЛСВ1 («Нюхая, разыскать. *Кот вынюхал мышшь*», также меняя сферу динамики (такое действие человек совершить не может), и от ЛСВ2 («Нюхая, израсходовать. *Дед вынюхал весь табак*»), и от ЛСВ4 («Нюхая тщательно, установить что-л., получить сведения. *Ревизор за дни проверки многое вынюхал*). В последних двух случаях в мотиваторе актуализируется область антроподинамики.

Согласно ТССШ, производное *донюхать* в значении «Нюхая, израсходовать» возможен только от ЛСВ2 глагола *нюхать* (сфера антроподинамики).

По СлСРЯ, дериват *донюхаться* в анализируемом СГ представлен дважды – это омонимы, которые находятся на 1-ой и 2-ой ступенях деривации и, соответственно, образованы по-разному: *нюхать*→*до+нюхать+ся* (1-ая ступень) и *донюхать*→*до+нюхать+ся* (2-ая). В процессе функционирования у глагола *донюхаться* семантика расширилась: в СУ отмечено только значение: «разг. Нюхая, вызвать неприятные для себя последствия» [12, с.767]; в ТССШ – два ЛСВ: «1. Усиленно нюхая (во 2 значении) что-л., довести себя до болезненного состояния. 2. Нюхая (в 4 значении), разузнавая, доискаться» [14, с.571]; НСЕ, описывая это слово лишь как аспектуальную пару глагола *донюхиваться*, добавляет у последнего ещё одно значение: «1. Усиленно нюхая, определять запах кого-л., чего-л.» [3, с.410] (этот ЛСВ очевидно мотивирован ЛСВ1 исходного глагола). Приходится признать, что дериват не может быть образован постфиксальным способом, а только префиксально-суффиксальным, и является членом исключительно рассматриваемой парадигмы.

Производное *занюхать* (*за+нюхать*) не описано ни в одном из словарей, кроме «Нового словаря...» Т.Ф.Ефремовой, где оно определяется как «Нюхать что-л. после выпитого (обычно спиртного)» [3, с.509], то есть формально и семантически оно связано с

² Дериваты других блоков рассмотрены в [5]

ЛСВ1 глагола *нюхать*.

Девербатив *заноухаться* (*за+нюхать+ся*) представлен как коллоквиализм лишь в словаре Ушакова в значении «Забиться, увлечься, нюхая. *Цветок так хорошо пах, что я занюхался и не мог оторваться*» [12, с.32], то есть он тоже образует пару с глаголом *нюхать* в его ЛСВ1.

Производный глагол *нанюхать* (*на+нюхать*), по ТССШ, имеет два ЛСВ, образованные от ЛСВ1 глагола *нюхать*.

Возвратная форма этого глагола – *нанюхаться* (*на+нюхать+ся*) – может быть образована префиксально-суффиксальным способом и от ЛСВ1, и от ЛСВ2: «разг. Нюхать (в 1 и 2 знач.) много, вдоволь. *Нанюхаться запахов на парфюмерной фабрике*» [14, с.571].

В словообразовательной паре *нюхать*→*обнюхать* (*об+нюхать*) мотивирующим генеративом выступает ЛСВ1 исходного глагола: «Нюхать (в 1 знач.) со всех сторон, кругом. [*Капитанка*] *обнюхала углы и мебель. Чехов*» [14, с.571].

Девербатив *обнюхаться*, по словарию Д.Н.Ушакова, имеет значения: «1. Обнюхать друг друга (о животных). *Собаки обнюхались*. 2. Понюхав слишком много, повредить себе (прост.). *Обнюхаться табаком*» [13, с.675]. В СлСРЯ представлены два деривата *обнюхаться* – на 1-й и 2-й ступени словопроизводства, которые охарактеризованы автором как омонимичные с точки зрения словообразовательной формы [10, с.679-680]. ТССШ фиксирует только первое значение, и в этом случае слово образовано от девербатива *обнюхать* → (*обнюхать+ся*), то есть не входит в рассматриваемый нами вербальный блок. Во втором значении дериват составляет словообразовательную пару с ЛСВ2 слова-вершины: *нюхать* → (*об+нюхать+ся*).

Глагол *перенюхать* (*пере+нюхать*) толкуется в ТССШ как моносемичный коллоквиализм со значением «Нюхать (в 1 знач.) всё, многое. *Перенюхать все цветы*». Совершенно очевидно, что в этом случае словообразовательное значение деривата детерминировано деривационным значением префикса *пере-*: «в несколько приемов совершить действие, распространенное на все (или многие) объекты, а также совершенное всеми (или многими) субъектами» [4, с.372]. Однако у исходной основы за счет многозначности валентность шире, и она может сочетаться с тем же префиксом, но в значении «повторно, заново совершить действие, названное мотивированным словом» [там же], например, *Потратила 3 часа в трех магазинах. Первые впечатления опишу по блоттерам и моим обливаниям тушки. Завтра ещё раз перенюхаю и дополню* [электронный ресурс], а также «с нежелательно большой интенсивностью или длительностью совершить действие, названное мотивирующим словом» [там же], например: *Такие подростки, желая «всех перепить, перекурить, перенюхать», могут действительно стать жертвой алкоголя и наркотизации* [электронный ресурс]; в последнем случае мотивационно дериват связан с ЛСВ2 генератива.

Производное *понухать* (*по+нюхать*), по ТССШ, коррелирует с генеративом практически в полном его семантическом объеме, кроме ЛСВ4 [14, с.571]. Однако в речи этот глагол используется и в значении «разузнать, разведать»: *Блатной в доску парень в надвинутой на*

лоб кепке вбежал в комнату. – Выдь, походи, понюхай, чтоб всё чисто было [электронный ресурс], что позволяет выделить такой дериват ЛСВ4 и закрепить данное значение в словарной дефиниции глагола *понухать*..

Девербатив *понухивать* (*по+нюх+ива+ть*) в ТССШ описывается как дериват от ЛСВ2 исходного глагола [14 с.571].

В СлСРЯ не представлен разговорный глагол *принюхать* (*при+нюхать*), который пока не описан лексикографическими изданиями, но употребляется в речи, например: *Уселась за столик, уже приглядели и принюхали себе креселок на гриле (в тарелках, которые кому-то нес официант)...* [электронный ресурс]. Использование его в одном ряду с перцептивным же глаголом *приглядели*, имеющим ту же модель образования и целевую установку³, позволяет определить его значение как «Нюхая, принюхиваясь, найти, наметить», то есть мотиватором данного девербатива будет ЛСВ1 глагола *нюхать*. В формировании этого значения использована приставка *при-* с деривационным значением «довести до результативного завершения действие, названное мотивирующим словом» [4, с.415]. В данном случае в исходном глаголе актуализируется антроподинамика, однако возможна активность и семы ‘животные’: *Через некоторое время пускаем собак от начала следа, позволив им принюхать кусочек шкуры кабана или капли крови* [электронный ресурс]. Можно считать, что в этом случае приставка *при-* реализует своё значение «с незначительной интенсивностью или не полностью совершить действие, названное мотивирующим словом» [4, с.414], хотя также возможно, что в этом случае глагол *принюхать* синонимичен глаголу *понухать* (ЛСВ1). Возможность раздельной мотивационной активности сем ‘человек’ и ‘животное’ в семантике исходного глагола в ЛСВ1 позволяет говорить о допустимости выделения оттенка значения, ср.: 1.«Вдыхать через нос какой-либо запах, обонять» [14, с.571] и «Вдыхать через нос какой-либо запах, обонять. || Нюхать для распознавания запаха».

Анализируемый глагол используется также в речи наркоманов: *После того, как я принюхал последнюю дорожку, прошло уже часов 8, и тут я почувствовал на себе все прелести уходов* [электронный ресурс]. В этом случае он является мотивантом ЛСВ2 исходного глагола.

Появление в гнезде деривата *принюхать* не меняет деривационную историю производного *принюхивать* (*при+нюх+ива(ть)*), квалифицируемого в СлСРЯ как образованного от слова-вершины. Этот глагол описан только в БАС в одном значении с его оттенком: «перех. разг. Нюхать время от времени. *Он, в продолжение речи своей, имел привычку медленно... принюхивать щепотку табаку. Вяземский. Бездомные собак бродили по кривым улицам, ...принюхивая всякую дрянь, которую люди выбрасывали...* А.Н.Толстой || Нюхая, выискивать что-либо. [Лошадь] *пощипывает траву и, фыркая, принюхивает себе на земле местечко, где бы поваляться.* Погосский» [8,

³ *Приглядеть* – «2. Осматривая, ища, найти, наметить» [1, с.974.]

с.640]. В основном своем значении этот глагол может быть дериватом ЛСВ2 глагола *нюхать*. В значении же «Нюхая, выискивать что-либо» производное можно рассматривать как формально-семантически связанное с ЛСВ1 слова-вершины в его оттенке значения, выделенного нами – «Нюхать для распознавания запаха».

Коллоквиализм *принюхаться* (*при-+нюхать+ся*) имеет два значения, и оба его ЛСВ, согласно ТССШ, мотивационно связаны с ЛСВ1 генератива [14, с. 572].

Производное *пронюхать* (*про-+нюхать*) мотивационно соотносится с ЛСВ4 исходного глагола и описывается в ТССШ как видовая пара глагола *нюхать* в значении «разузнать. *Пронюхал, где можно пожить*», т.е. имеет место формо-, а не словообразование.

Глагол *разнюхать* (*раз-+нюхать*) мотивирован ЛСВ1 глагола *нюхать* и его ЛСВ4 [14, с. 572].

По ТССШ, deverбатив *сноухаться* (*с-+нюхать+ся*) является дериватом ЛСВ1 исходного глагола в значении «1. Нюхая друг друга, узнать по запаху. *Собаки сноухались*». Второй его лексико-семантический вариант «2. простор. пренебр. Сблизиться, сойтись друг с другом. *Сблизиться с полицейским*», по нашему мнению, – результат внутрисловной деривации в самом слове *сноухаться* [14, с.572], а коллоквиализм *унюхать* (*у-+нюхать*) семантически соотносится с ЛСВ1 и ЛСВ4 генератива [там же].

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы: в СГ глагола *нюхать* в пределах его вербального блока очевидно проявляется различная словообразовательная активность лексико-семантических вариантов слова-вершины, что обуславливает дивергентные процессы внутри гнезда. Ожидаемо, наибольшее количество дериватов у ЛСВ1 – 17 единиц, у ЛСВ2 – 9, у ЛСВ3 только 1 дериват и у ЛСВ4 – 5. Столь низкий показатель продуктивности ЛСВ3 обусловлен тем, что в самостоятельную семему выделено МАС и ТССШ то значение слова, которое во всех остальных лексикографических изданиях описывается лишь как оттенок значения ввиду того, что это значение является переносным, конструктивно ограниченным, а слово в этом значении ограничено сферой

употребления (просторечие). При этом эпидигмат лишается признаков глагола собственно физического восприятия и характеризуется как глагол познания [11 с.321]. Данная поправка существенна для нашего исследования, т.к. мы исходим из положения, что именно те производные, генеративами которых являются все семемы исследуемой лексемы, формируют конвергентную часть её словообразовательного гнезда, а низкая продуктивность ЛСВ3 значительно суживает этот сегмент. Небольшое количество дериватов также у ЛСВ4 объясняется, видимо, тем, что эта семема попадает в аппликативную зону семантического поля физического восприятия и семантического поля понимания [11 с.311]. В целом в вербальном блоке СГ глагола *нюхать* конвергентную часть представляет только производное *понюхать*, однако, изменив квалификацию ЛСВ3, к ней можно отнести и дериваты *вынюхать* и *донюхаться*.

Анализ фактического материала убеждает в том, что словообразовательная активность глагола зависит и от его актантной структуры, его референциальной приложимости. Принимая во внимание этот факт, необходимо уточнить словарную дефиницию глагола *нюхать*, отметив нефиксированный ранее оттенок его значения, который демонстрирует достаточно высокую словообразовательную продуктивность – «|| Нюхать для распознавания запаха».

В ходе исследования уточнен семантический объем дериватов, детерминированный многозначностью аффикса-форманта. Это позволяет откорректировать словарную дефиницию глагола *перенюхать*, поскольку, выступая в качестве инструмента исследования, словарные определения становятся одновременно объектом исследования. Также доказано, что от ЛСВ4 образуется производное *понюхать*, как и от других семем генератива, а дериват *донюхаться* может быть производным только 1-й словообразовательной ступени.

Проведенное исследование позволяет высказать предположение, что словообразовательный потенциал отдельного ЛСВ является его специфицирующим признаком, поскольку в ряду других признаков формирует план выражения семемы.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Большой толковый словарь русского языка. /Сост. и гл. ред. С.А.Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 1998. – 1536 с
- [2] Виноградов В.В. О форме слова // Избр. труды: Исследования по русской грамматике. – М. : Наука, 1975. – С. 33-50.
- [3] Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка: Толково-словообразовательный: св. 136000 слов: в 2 т. / Т.Ф. Ефремова – М.: Рус. яз., 2000. – Т.1: А–О. – 1232 с.
- [4] Ефремова Т.Ф. Толковый словарь словообразовательных единиц русского языка / Т.Ф.Ефремова. – 2-е изд., испр. – М. : АСТ: Астрель, 2005. – 636 с.
- [5] Ивасюк О.В. Дивергентные тенденции в словообразовательном гнезде русского глагола физического восприятия *нюхать*. / О. В. Ивасюк // Вісник Черкаського університету. Серія філологічні науки. – Черкаси: Вид-во ЧНУ ім. Б.Хмельницького, 2013. – № 27 (280). –С. 59-64
- [6] Кудрявцева Л.А. Моделирование динамики словарного состава языка: Монография. – 2-е изд., испр. – К.: ИПЦ «Киевский университет», 2004. – 208 с.
- [7] Словарь современного русского литературного языка. В 17 т. / АН СССР, Ин-т рус. яз. – М.-Л. : Наука, 1948-1965. – Т.7. – 1468 с.
- [8] Словарь современного русского литературного языка. В 17 т. / АН СССР, Ин-т рус. яз. – М.-Л. : Наука, 1961. – Т.11. – 1842 с.
- [9] Словарь русского языка. В 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; под ред. А.П. Евгеньевой. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Рус. яз., 1983. – Т.2. – 736 с.
- [10] Тихонов А.Н. Словообразовательный словарь русского языка. В 2-х т. (145000 слов). – М. : Рус. яз., 1985. – Т.1. – 856 с.
- [11] Толковый словарь русских глаголов: Идеографическое описание. Английские эквиваленты. Синонимы. Антонимы / Под ред. проф. Л.Г. Бабенко. – М. : АСТ-ПРЕСС, 1999. – 704 с.
- [12] Толковый словарь русского языка. В 4-х т. / Под ред. Д.Н. Ушакова. – М. : Сов. Энциклопедия, 1935. – Т.1. – 1562 с.
- [13] Толковый словарь русского языка. В 4-х т. / Под ред. Д.Н. Ушакова. – М. : Сов. Энциклопедия, 1938. – Т.2. – 1040 с.
- [14] Ширшов И.А. Толковый словообразовательный словарь

русского языка: Ок. 37000 слов русского яз., объединенных в 2000 словообразовательных гнезд: Комплексное

описание русской лексики и словообразования / И.А.Ширшов. – М. : ООО «Издательство АСТ». – 1022 с.

REFERENCES

- [1] The Large Explanatory Dictionary of the Russian Language. Edited by Kuznetsov S.A. –SPb.: «Norint», 1998. – 1536 p.
- [2] Vinogradov, V.V. On the form of a word // Selected works: Studies in Russian grammar. – М. : Nauka, 1975. – P. 33-50.
- [3] Efremova, T.F. New Dictionary of Russian. Explanatory and word-building: over 136000 words: in 2 Vol. / T.F. Efremova – М.: Rus. l., 2000. – Vol.1: A–O. – 1232 p.
- [4] Efremova, T.F. Explanatory dictionary of word-forming units of the Russian language/ T.F. Efremova – 2nd ed. – М.: AST:Астрел, 2005.– 636 p.
- [5] Ivasiuk, O.V. Divergent tendencies in a word family of the Russian verb of perception ‘njuhat’ (to sniff) / O. V. Ivasiuk // Cherkasy University Bulletin. Philological Sciences. – Cherkasy: Publishing house of Cherkasy National University after B. Khmelnytsky, 2013. – № 27 (280). – P. 59-64
- [6] Kudryavtseva, L.A. Modeling of vocabulary dynamics: Monograph. – 2nd ed., rev. – К.: IPC "Kiev University", 2004. – 208 p.
- [7] Dictionary of the modern Russian literary language. In 17 volumes / The USSR Academy of Sciences, Institute of Russian Language.– М.-L. : Nauka, 1948-1965. – V.7. – 1468 p.
- [8] Dictionary of the modern Russian literary language. In 17 volumes / The USSR Academy of Sciences, Institute of Russian Language– М.-L. : Nauka, 1961. – V.11. – 1842 p.
- [9] Dictionary of the Russian language. In 4 vol. / The USSR Academy of Sciences, Institute of Russian Language; edited by A.P. Evgenieva. – 2nd ed., rev. and add. – М. : Rus. lang., 1983. – V.2. – 736 p.
- [10] Tikhonov, A.N. Word-formation dictionary of the Russian language. In 2 volumes. (145000 words). – М. : Rus. lang., 1985. – V.1. – 856 p.
- [11] The Explanatory dictionary of Russian verbs: Ideographic description. English equivalents. Synonyms. Antonyms/ Edited by prof. L.G. Babenko. – М. : AST-PRESS, 1999. – 704 p.
- [12] The Explanatory dictionary of the Russian language. In 4 volumes / Edited by D.N. Ushakov. – М.: Sov. Encyclopedia, 1935. – V.1. – 1562 p.
- [13] The Explanatory dictionary of the Russian language. In 4 volumes / Edited by D.N. Ushakov. – М.: Sov. Encyclopedia, 1938. – V.2. – 1040 p.
- [14] Shirshov, I.A. The Explanatory word-formative dictionary of the Russian language: app. 37000 Russian words, combined in 2000 word-families: Complex description of Russian vocabulary and word-formation / I.A. Shirshov. – М.: Ltd. "AST Publishing House". – 1022 p.

Divergence in the verbal block of the word family of the perception verb нюхать (sniff)

O. V. Ivasiuk

Abstract. The article deals with the issue related to the divergent processes in the word-family with the top of polysemant. The verbal block of the word family of the perception verb нюхать ‘to sniff’ is considered, within which the derivational relations of each derivative with a certain LSV (lexico-semantic variant) are defined, which allows to establish the word-formative activity of epydymats and reveal the cases of reflected polysemy: it is these derivatives that constitute a formally convergent part of the word-family of a lexeme. The article specifies the semantics of the top word, its derivatives; dictionary definitions are detailed. Analysis of the language material allowed to extend the composition of the word family which is under consideration and specify its structure.

Keywords: word family, verb, polysemant, divergence.

Комунікативна ситуація самопрезентації: процесний та дискретний аспекти

М. Х. Кабірі

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна
Corresponding author. E-mail: margaritakabire@gmail.com

Paper received 27.03.18; Accepted for publication 03.03.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-04>

Анотація. Дослідження присвячене дискурсивній природі самопрезентації, розглядуваній в термінах аналізу відповідної комунікативної ситуації. Як процес комунікативна ситуація самопрезентації являє собою єдність ментальної, комунікативно-соціальної та мовленнєвої діяльності. Під час розгляду в дискретному аспекті, ситуація самопрезентації постає як типова конфігурація ситуаційних компонентів та їхніх ідентифікувальних ознак, які охоплюють екстравербальні складники та вербальний складник – висловлення-самопрезентему.

Ключові слова: самопрезентація, комунікативна ситуація, процесний аспект, дискретний аспект.

Вступ. Явище самопрезентації привертає увагу представників цілої низки гуманітарних дисциплін, які переконливо доводять, що в його основі лежить осмислення людиною власного «Я» та бажання керувати враженням інших задля формування власного іміджу [14; 19].

Лінгвістика приділяє увагу самопрезентації у термінах презентаційної теорії дискурсу [20], аналізу проявів «Я»-концепції в дискурсі [29], а також з точки зору вивчення комунікативних/дискурсивних стратегій [11; 26; 18 та ін.].

Набутки нелінгвістичних та лінгвістичних студій засвідчують, що самопрезентація має дискурсивну природу, поєднуючи в собі когнітивні та комунікативно-соціальні чинники та втілюючись у мовні форми. У нашому дослідженні вербальним втіленням самопрезентації вважаємо висловлення [12], побудоване на основі однієї з пропозиційних схем ідентифікаційного фрейму [10].

Крім того, поділяємо думку, що, подібно до інших дискурсивних феноменів (приміром НЕПРАВДИ [17]), самопрезентація співвіднесена із певною комунікативною ситуацією. Розуміння комунікативної ситуації як фрагменту об'єктивно існуючої реальності [15, с. 41] і основними ознаками комунікативної ситуації вважається замкненість, цілісність, системність, діяльнісна динамічність [25, с. 39].

Трактатування дискурсу як складної системи приводить до розуміння того, що комунікативна ситуація має «всі ознаки складної, нелінійної, нерівноважної суперсистеми, яка перебуває у стані переходу від хаосу до порядку і далі до нового порядку» [24, с. 567], що комунікативна ситуація «постає в термінах дискурсології як єдність об'єктивного й суб'єктивного, вербального та позавербального планів; як складне поєднання чинників реального, феноменологічного світів і мови» [28, с. 48]. Виходячи з саме такого розуміння ситуації самопрезентації, також поділяємо думку, що «природа комунікативної ситуації дозволяє поглянути на неї у двох аспектах: *процедуральному*, або *континуальному*, що демонструє зв'язки між фізичним/соціальним світом, внутрішнім світом індивідів і мовленням; *результативному*, або *дискретному*, котрий виявляє набір, характеристики взаємозв'язки ситуаційних (вербальних і позавербальних) складників, релевантних для сприйняття

певної конфігурації як типового зразка» [там само], у нашому випадку, як ситуації самопрезентації.

Актуальність дослідження визначена опертям на постулати дискурсології, які дозволяють схарактеризувати самопрезентацію як типову комунікативну ситуацію.

Метою цієї статті є моделювання комунікативної ситуації самопрезентації як процесу розумово-комунікативної діяльності (процесний аспект) та як типової конфігурації ситуаційних чинників (дискретний аспект).

Матеріал дослідження поданий фрагментами сучасних автентичних англійських (британських і американських) художніх творів, що містять висловлення-самопрезентеми.

Основним **методом**, використаним у дослідженні став метод когнітивного моделювання.

1. Результати аналізу комунікативної ситуації самопрезентації в процесному аспекті. Основу розгляду *процесного аспекту* комунікативної ситуації складають: трикомпонентна модель К. Бюлера, яка включає відправника, отримувача, предмет розмови [5, с. 23], та модель О. Г. Почепцова, в якій подано етапи, що передують акту мовлення та йдуть за ним, а основним складником є сукупність етапів, першим з яких постає реалізація повідомлення відправником, а кінцевим етапом визначено обробку повідомлення одержувачем [23, с. 7]. У дискурсологічних студіях пропонується модель, що складається з таких основних компонентів, як формування ментальної репрезентації комунікативної ситуації, мовна об'єктивація ментальної репрезентації, дискурсивна реалізація [28, с. 401].

Ураховуючи ці дані лінгвістичного досвіду, ми беремо до уваги й специфіку досліджуваного об'єкту, а саме таке:

- самопрезентація є реакцією індивіда на якийсь реальний чи уявний стимул, що вмотивовую цього індивіда до представлення іншому(-им) певної складової власного Я;
- складова власного Я, задіяна в процесі самопрезентації, може бути фрагментом Я-концепції індивіда, або ж дещо виходити за межі цієї ментальної структури, як у випадках, коли індивід намагається представити себе безпорадним, чи навпаки небезпечним, що

не обов'язково збігається з його знаннями й уявленнями про себе;

- вдаючись до вербальної самопрезентації індивід має намір вплинути на знання та уявлення про нього іншого(-их), керувати враженням про себе, а саме: створювати таке враження, яке, з його погляду, є до речним або бажаним для нього з точки зору досягнення певних діяльнських цілей.

Виходячи з викладеного, подаємо комунікативну ситуацію самопрезентації як процес, що охоплює (1) осмислення суб'єктом конкретних умов комунікації на тлі фонду загально-культурного/соціального/особистісного знання, (2) виникнення стимула-збудника, що спонукає суб'єкта до самоактуалізації, (3) опертя на Я-концепцію як ментальну основу самоактуалізації, (4) втілення результату розумової активності в мовну форму задля створення в іншого комуніканта бажаного враження про себе.

2. Результати аналізу комунікативної ситуації самопрезентації в дискретному аспекті. Розгляд комунікативної ситуації у *дискретному аспекті*, тобто як конфігурації певних складників, спрямовує увагу дослідників на виявлення цих елементів, або параметрів, які, приміром, пропонують описувати у вигляді такого запитання: *Хто саме, кому, де, за яких конкретних обставин і яким конкретно способом адресує це повідомлення?* [6, с. 96]. Інші автори відносять до складників комунікативної ситуації учасників, враховуючи їхню кількість, комунікативні цілі адресанта й адресата, безпосереднє оточення комунікантів [30, с. 32]; адресанта, адресата, їхні стосунки, тональність їхнього спілкування (офіційну/нейтральну/ дружню), мету спілкування, засіб спілкування, тобто мову чи її підсистему (діалект, стиль), а також парамовні засоби (жести, міміку тощо), спосіб спілкування (усний/письмовий, контактний/дискантний), місце спілкування [1, с. 40].

Узявши до уваги наведені точки зору, ми також вважаємо за необхідне доповнити перелік складників або компонентів комунікативної ситуації тлумаченням їхньої здатності до ідентифікації конкретної комунікативної ситуації. Це, важливе для нашого дослідження положення, викладено в розвідці І. М. Борисової, яка пропонує розрізняти *макрокомпоненти* – універсальні складові, що властиві будь-якій комунікативній ситуації, *компоненти* – одиниці, що входять до складу макрокомпонентів і є так само сталими ситуаційними елементами, та *значення* цих компонентів, котрі варіюються і мають різні специфічні ознаки в різних комунікативних ситуаціях. Саме конфігурації значень компонентів, тобто типові комбінації значень параметрів комунікативної ситуації, дозволяють виявити ситуаційні *домінанти*, а саме: такі значення компонентів, які релевантні для ідентифікації комунікативної ситуації певного типу [4, с. 45]. Зокрема, для комунікативної ситуації конфронтації домінують такі: адресант, що виступає в ролі АГРЕСОРА на ґрунті міжособистісного або внутрішньоособистісного протиріччя діє з мотиву завдання шкоди адресанту-малефіціанту з метою дисгармонізації міжособистісних стосунків за допомогою вербальних одиниць-носіїв конфронтаційних смислів [28, с. 16]. Домінанти, що дозволяють ідентифікувати

комунікативну ситуацію «примирення», охоплюють її учасників (ініціатор примирення – об'єкт примирення, медіатор), наявність хоча б у одного з комунікантів наміру відновити гармонію у стосунках, висловлення та обставини, зокрема попереднє порушення гармонії у стосунках [21]).

Таким чином, завдання побудови моделі комунікативної ситуації самопрезентації полягає у виявленні тих ситуаційних домінують, які ідентифікують цю ситуацію. Інакше кажучи, в процесі накопичення соціально-комунікативного досвіду індивід розумово за своєю множині різноманітних ситуацій спілкування та зберігає їх у своїй довготривалій пам'яті у вигляді ментальних репрезентацій. Це дозволяє йому в конкретний момент спілкування об'єктивувати й інтерпретувати певну конкретну ситуацію, зокрема ситуацію самопрезентації.

Для встановлення ситуаційних домінують – ідентифікувальних ситуаційних чинників розглядаємо, услід за І. Є. Фроловою такі макрокомпоненти та компоненти комунікативної ситуації: учасники, їхні соціальні, психологічні, комунікативно-позиційні ролі; мотив; мета; об'єкт; бенефіціант; хронотоп; інструмент [28, с. 284].

Учасниками комунікативної ситуації самопрезентації є суб'єкти спілкування, які можуть виступати в різних соціальних і психологічних ролях. Соціальна роль варіюється залежно від контексту взаємодії: у спілкуванні лікаря та пацієнта, начальника та підлеглого, друзів, незнайомих людей, що зустрілися на вечірці, один з комунікантів може вдаватися до самопрезентації, отже характеристики цього компоненту є мінливими, вони не належать до ситуаційних домінують. Стосовно психологічної ролі можна констатувати, що на відміну від, наприклад, аргументації чи конфронтації, де наявні відповідно такі специфічні психологічні ролі як ПЕРЕСЛІДУВАЧ, ЖЕРТВА [2, с. 64], АГРЕСОР, ЖЕРТВА, МИРОТВОРЕЦЬ [28, с. 221], у комунікативній ситуації самопрезентації такого роду ролі не виявляються. Таким чином, цей компонент взагалі відсутній, або ж, якщо вважати його наявним, має нульові характеристики.

Натомість, важливим є третій компонент макрокомпоненту учасники, а саме: комунікативно-позиційна роль. Учасник, що вдається до самопрезентації, тобто самопрезентант, виступає в ролі *мовця/адресанта*, котрий «визначає зміст повідомлення і його іллокутивну мету» [8, с. 52]. Ця роль вказує на вищу позицію учасника-самопрезентанта, робить його «головною «діючою особою» в комунікативній ситуації» [28, с. 284], адже «мовець завжди перебуває в більш виграній позиції, володіючи комунікативним пріоритетом перед адресатом, оскільки мовець є творцем висловлення або тексту» [3, с. 8].

Зауважимо що, як правило, індивід представляє як особистість себе самого, але можлива також презентація декількох осіб (групова самопрезентація). Це дає підстави стверджувати про можливу факультативну наявність *групи адресанта* – ще одного або декількох учасників, від імені яких діє адресант.

Друга за значущістю комунікативна роль – *адресат* – належить учасникові або декільком учасникам, якому(-им) адресоване повідомлення самопрезентан-

та. Ураховуючи мету самопрезентації, можна стверджувати, що з різних типів адресатів [22, с. 12–14] в ситуації самопрезентації наявний прямий безпосередній адресат, котрий є об'єктом мовленнєвого впливу.

Якщо самопрезентант звертається не до одного, а до декількох індивідів, прямий адресат може бути колективним. Однак, слід розрізняти індивіда чи індивідів зі статусом «адресат» і того чи тих, що має(ють) статус «третьої особи» [34]. При цьому, очевидно, що мова не про індивідів, присутніх під час комунікації («persons») [31, с. 3 та ін.], а про її учасників («parties») [33, с. 32–33], точніше, про їхню комунікативно-позиційну роль. Учасник(-и), що має роль третьої особи, на нашу думку, не є релевантним для комунікативної ситуації самопрезентації, тому що ця роль визначається здатністю індивіда, котрий її виконує, сприймати повідомлення адресанта й розуміти, що здійснювана адресантом мовленнєва дія не спрямована на нього безпосередньо [13, с. 9], відтак цей учасник не є об'єктом мовленнєвого впливу.

Таким чином, у комунікативній ситуації самопрезентації макрокомпонент *учасники* представлений компонентом *комунікативно-позиційна роль*, а характеристики, що виступають ситуаційними домінантами, охоплюють такі: *адресант-самопрезентант*, тобто суб'єкт самопрезентації, поданий *однією особою або групою адресанта*, та *одиничний/груповий безпосередній адресат самопрезентації*.

Мотив – ще один макрокомпонент комунікативної ситуації розуміємо як передінтенціональний стан мовленнєвої діяльності [16, с. 73], складовими якого є потреби, бажання, інтереси комунікантів, які у відображенні ними дійсності спонукають до здійснення дій, вчинків, направляють мовленнєву діяльність [9, с. 11].

Цілком очевидно, що в ситуації самопрезентації мотив полягає у *самоактуалізації*, котра, за А. Маслоу, є вищою частиною піраміди потреб і охоплює потреби бути моральним (morality), креативним (creativity), спроможним до швидкого реагування (spontaneity), здатним до вирішення проблем (problem solving), позбавленим забобонів (lack of prejudice), спроможним сприймати інформацію [32, с. 395].

Отже, макрокомпонент мотив у комунікативній ситуації самопрезентації поданий *потребою в самоактуалізації*, котра є тією характеристикою, що виступає ситуаційною домінантою.

Мета є таким макрокомпонентом комунікативної ситуації, котрий визначають як головний у діючій системі соціальних чинників спілкування [7, с. 13], тобто як чинник, який характеризує вербальну комунікацію як соціальну практику, котра конструє соціальний світ [27, с. 39].

Метою самопрезентації, як доведено в чисельних розвідках, є *керування враженням про себе*, що є тією характеристикою, котра постає ситуаційною домінантою.

Об'єкт – макрокомпонент комунікативної ситуації, який кореспондує з об'єктом/предметом розмови, тобто темою мовленнєвої взаємодії або об'єктом референції, також має характеристику, яка є ситуаційною домінантою: адже в якості об'єкта виступає *суб'єкт самопрезентації*, точніше певна складова його *Я-концепції*.

Хронотоп є макрокомпонентом, котрий, з одного боку, не має характеристик, які були б ситуаційними домінантами в комунікативній ситуації самопрезентації: це явище не має прив'язки до певного часу чи місця. Але, у той же час, логічно припустити, що самопрезентація здійснюється в режимі on-line, а відтак вважати ситуаційними домінантами ознаки хронотопа *тут і зараз*.

Бенефіціант, як макрокомпонент комунікативної ситуації самопрезентації, натомість, має характеристику, що виступає ситуаційною домінантою: *суб'єкт самопрезентації* є одночасно не лише її об'єктом, але й *бенефіціантом*, адже він/вона діє у власних інтересах для того, щоб задовольнити потребу в самоактуалізації.

Інструмент – це макрокомпонент комунікативної ситуації самопрезентації, який також має характеристику, яка є ситуаційною домінантою, а саме: в якості інструмента виступає *висловлення-самопрезентема*.

Отже, викладення свідчить, що **модель комунікативної ситуації самопрезентації** є такою конфігурацією си-туаційних домінант: АДРЕСАНТ-самопрезентант (ГРУПА АДРЕСАНТА) ДІЄ ТУТ і ЗАРАЗ з МОТИВУ самоактуалізації на ОБ'ЄКТ – Я-концепція заради БЕНЕФІЦІАНТА – суб'єкта-самопрезентанта в напрямку АДРЕСАТА з МЕТОЮ керування враженням адресата за допомогою ІНСТРУМЕНТА – висловлення-самопрезентема.

Висновки. Отримані данні засвідчують, що самопрезентація виявляє свої дискурсивні властивості, постаючи як відповідна комунікативна ситуація. Ця ситуація становить процес, у якому інтегровані розумова активність, комунікативно-соціальна та власне мовленнєва діяльність. Комунікативна ситуація самопрезентації водночас постає у дискретному аспекті як типова конфігурація ситуаційних компонентів та їхніх ідентифікувальних ознак, які охоплюють позалінгвальні складники (комунікативно-позиційні ролі учасників, мотив, мету, об'єкт, хронотоп, бенефіціант) та вербальний складник-висловлення-самопрезентема.

Перспективою роботи є аналіз стратегічних характеристик висловлень-самопрезентем в англійському дискурсі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Беликов В.И., Крысин Л.П. Социолнгвистика. М.: Рос. гос. ун-т, 2001. 436 с.
2. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации: монография. К.: Киев. ун-т им. Тараса Шевченко, ИИА «Астрей», 1997. 310 с.
3. Богданов В.В. Классификация речевых актов//Личностные аспекты языкового общения. Калинин, 1989. С. 25–37.
4. Борисова И.Н. Русский разговорный диалог: структура и динамика. М.: Ком. Книга, 2005. 320 с.
5. Бюлер К. Теория языка//Звегинцев В.А. История языка – знания XIX и XX веков в очерках и извлечениях: в 2-х т. – М.: Просвещение, 1960. Т. 2. С. 21-27.
6. Долинин К.А. Интерпретация текста: французский язык. М.: Просвещение, 1985. 288 с.
7. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре соци-

- альной коммуникации. М.: Наука, 1984. 268 с.
8. Ейгер Г.В., Шевченко И.С. Принципы моделирования речевых актов//Вісник Харківського державного університету. 1998. № 406. С. 51-58.
 9. Ейгер Г.В., Шевченко И.С. Мотивационный потенциал речевых актов//Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2000. № 500. С. 10-17.
 10. Жаботинская С.А. Лингвокогнитивный подход к анализу номинативных процессов//Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2010. №928. С. 6-21.
 11. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 288 с.
 12. Кабірі М. Х. Загальна характеристика та типологія самопрезентем//Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2013. Вип. 73. С. 123-128.
 13. Козирева М. С. Чинник слухача в англомовному неофіційному діалогічному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04/Козирева Марія Сергіївна. Харків, 2006. 205 с.
 14. Конструктор успеха. Жажда – ничто, имидж – всё! Что такое имидж человека и какова его значимость в современном мире. URL: <http://constructorus.ru/uspex/imidzhcheloveka.html>.
 15. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003. 374 с.
 16. Леонтьев А. Н. Мотивы, эмоции, личность//Психология личности. Тексты. М.: Наука, 1982. С. 71–81.
 17. 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.
 18. Науменко Л. П. Сучасний англомовний бізнес-дискурс: комунікативно-прагматичне та лінгвокультурне моделювання: дис. ... докт. філол. наук: 10.02.04 "Германські мови"/Науменко Людмила Петрівна. Київ, 2017. – 515 с.
 19. Национальная психологическая энциклопедия. URL: <https://vocabulary.ru/termin/samoprezentacija.html#>.
 20. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса. Волгоград: Перемена-Политехник, 2004. 600 с.
 21. Передон Н.А. Структурные характеристики коммуникативной ситуации «примирение» в англоязычном дискурсе//Актуальные проблемы современной науки. СПб., 2013. С. 123-131.
 22. Почепцов Г.Г. О коммуникативной типологии адресата//Речевые акты в лингвистике и методике. Пятигорск: Изд-во Пятигорск. ун-та, 1986. С. 10-17.
 23. Почепцов О. Г. Основы прагматического описания предложения: монография. К.: Вища школа, 1986. 116 с.
 24. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.
 25. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації. Черкаси: Вид. Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.
 26. Славова Л.Л. Мовна особистість політика: когнітивно-дискурсивний аспект: монографія. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. 358 с.
 27. Филлиппс Л.Дж., Йоргенсен М.В. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Гуманитарный Центр, 2004. 336 с.
 28. Фролова І.Є. Регулятивний потенціал стратегії конфронтації в англомовному дискурсі: дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04/Фролова Ірина Євгенівна. Харків, 2015. 508 с.
 29. Шевченко І.С. Прагматичні прояви Я-концепції мовця у дискурсі//Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Х.: Константа, 2001. № 537. С. 11-16.
 30. Halliday M. A. K. Language as Social Semiotics. London : Edward Arnold, 1978. 256 p.
 31. Kerbrat-Orecchioni C. Introducing Polylogue//Journal of Pragmatics. 2004. Nr. 36. P. 1-24.
 32. Maslow A. A. Theory of Human Motivation//Psychological Review 50, 1943. P. 370-39.
 33. Schegloff E.A. Parties and Talking Together: Two Ways in Which Numbers Are Significant for Talk-in-Interaction//In Situated Order: Studies in Social Organization and Embodied Activities/Paul ten Have, George Psathas, eds. Washington, University Press of America, 1995. P. 31–42.
 34. Wales K. Personal Pronouns in Present-Day English. Cambridge: CUP, 1996. 234 p.

REFERENCES

1. Belikov, V.I., and Kryisin, L.P. Social Linguistics. M.: Rosgos. un-t, 2001. 436 s.
2. Belova, A.D. Linguistic Aspects of Argumentation: monograph. K.: Kiev. un-t im. Tarasa Shevchenko, IIA «Astreya», 1997. 310 p.
3. Bogdanov, V.V. Classification of Speech Acts//Lichnostnyye aspekty yazykovogo obscheniya. Kalinin, 1989. P. 25-37.
4. Borisova, I.N. Russian Colloquial Dialogue: Structure and Dynamics. M.: Kom. Kniga, 2005. 320 p.
5. Byuler, K. Language Theory//Zvegintsev V.A. Istoriya yazyika – znaniya XIX i XX vekov v ocherkah i izvlecheniyah: v 2-h t. M.: Prosveschenie, 1960. T. 2. P. 21-27.
6. Dolinin, K.A. Text Interpretation: French Language. M.: Prosveschenie, 1985. 288 p.
7. Dridze, T.M. Text Activity in the Structure of Social Communication. M.: Nauka, 1984. 268 p.
8. Eyger, G.V. and Shevchenko, I.S. The Principles of Speech Acts Modeling//Visnik Harkivskogo derzhavnogo universitetu. 1998. # 406. P. 51-58.
9. Eyger, G.V., and Shevchenko, I.S. Motivational Potential of Speech Acts//Visnik Harkivskogo natsionalnogo universitetu imeni V.N. Karazina. 2000. # 500. P. 10-17.
10. Zhabotinskaya, S.A. Linguistic and Cognitive Approach in the Analysis of Nominative Processes//Visnik Harkivskogo natsionalnogo universitetu imeni V.N. Karazina. 2010. #928. P. 6-21.
11. Issers, O.S. Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech. M.: Izd-vo LKI, 2008. 288 p.
12. Kabiri, M.H. General Characteristics and Typology of Self-Presentemes//Visnik Harkivskogo natsionalnogo universitetu imeni V.N. Karazina. 2013. Vip. 73. P. 123-128.
13. Kozireva, M.S. Listener's Factor in English Non-Official Dialogical Discourse: dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.04/Kozireva Mariya Sergiyivna. Harkiv, 2006. 205 s.
14. Constructor of Success. Thirst is Nothing, Image is Everything! What is Personal Image and What is Its Meaning in the Modern World. URL: <http://constructorus.ru/uspex/imidzhcheloveka.html>.
15. Krasnyih, V.V. «Mate» Among «Strangers»: a Myth or Reality? M.: Gnozis, 2003. 374 p.
16. Leontev, A.N. Motives, Emotions, Personality//Psihologiya lichnosti. Teksty. M.: Nauka, 1982. P. 71–81.
17. Morozova, O.I. Linguistic Aspects of Lying as a Cognitive and Communicative Formation in Modern English: avtoref. dis. na zdotuttya nauk. stupenya doktora filol. nauk : spets. 10.02.04 "Germanski movi"/O.I. Morozova. K., 2008. 32 p.
18. Naumenko, L.P. The Contemporary English Business Discourse: Communicative-Pragmatic and Linguistic Conceptual Modelling: dis. ... dokt. filol. nauk: 10.02.04 Germanski movi/Naumenko Lyudmila Petrivna. Kyiv, 2017. 515 p.
19. National Encyclopedia of Psychology. URL: <https://vocabulary.ru/termin/samoprezentacija.html#>.
20. Olyanich, A.V. Presentational Theory of Discourse. Volgograd : Peremena-Politehnik, 2004. 600 p.
21. Peredon, N.A. Structural Characteristics of Communicative Situation "conciliation" in English Discourse//Aktualnyye problemyi sovremennoy nauki. SPb., 2013. P. 123-131.

22. Pocheptsov, G.G. On Communicative Typology of the Audience//Rechevnye aktyi v lingvistike i metodike. Pyatigorsk: Izd-vo Pyatigorsk. un-ta, 1986. P. 10-17.
23. Pocheptsov, O.G. Basic Concepts of Pragmatic Description of Sentence: monograph. K.: Vischa shkola, 1986. 116 p.
24. Selivanova, O.O. Modern Linguistics: Directions and Problems. Poltava: Dovkillya-K, 2008. 712 p.
25. Selivanova, O.O. Basic Concepts of Speech Communication Theory. Cherkasi: Vid. Chabanenko Yu. A., 2011. 350 p.
26. Slavova, L.L. Lingual Personality of a Politician: Cognitive and Discursive Aspects: monograph. Zhitomir: Vid-vo ZhDU Im. I. Franka, 2010. 358 p.
27. Fillips, L.Dzh., and Yorgensen, M.V. Discourse Analysis. Theory and Method. Harkov: Gumanitarniy Tsent, 2004. 336 p.
28. Frolova I.Ye. Regulatory Potential of Confrontational Strategy in English-Language Discourse: dis. ... doktora filol. nauk : 10.02.04/Frolova Irina Yevgenivna. Harkiv, 2015. 508 p.
29. Shevchenko, I.S. Pragmatic Manifestation of the Self-Concept of a Speaker in Discourse//Visnik Harkivskogo natsionalnogo universitetu imeni V.N. Karazina. H.: Konstanta, 2001. № 537. P. 11-16.

Self-presentation communicative situation: process and discrete aspects

М. Н. Кабири

Abstract. The study focuses on the discursive nature of self-presentation, addressed in terms of the analysis of the corresponding communicative situation. While viewed as a process, self-presentation communicative situation presents itself as a unity of mental, social-communicative and verbal activity. When viewed discretely the situation of self-presentation is a typical configuration of situational components and their identifying characteristics which include extra-verbal components and the verbal one – utterance-self-presenteme.

Keywords: *self-presentation, communicative situation, process aspect, discrete aspect.*

Коммуникативная ситуация самопрезентации: процессный и дискретный аспекты

М. Х. Кабири

Аннотация. Исследование посвящено дискурсивной природе самопрезентации, рассматриваемой в терминах анализа соответствующей коммуникативной ситуации. Как процесс коммуникативная ситуация самопрезентации предстаёт как единство ментальной, коммуникативно-социальной и речевой деятельности. При рассмотрении в дискретном аспекте, ситуация самопрезентации представляет собой типичную конфигурацию ситуативных компонентов и их идентифицирующих признаков, включающих экстравербальные составляющие и вербальную составляющую – высказывание-самопрезентему.

Ключевые слова: *самопрезентация, коммуникативная ситуация, процессный аспект, дискретный аспект.*

The explication of emotions in the communicative situation of psychological imbalance (a case study of the English cinematic discourse)

I. B. Kondratiuk

Zhytomyr Ivan Franko State University, Ukraine

Paper received 30.03.18; Accepted for publication 05.04.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-05>

Abstract. The article investigates the communicative aspect of psychologically imbalanced situation through the perspective of emotions. The paper explains the essence of the communicative situation of psychological imbalance, its emotional determination remaining our chief concern. The research is focused on the regulative function of emotions as well as their impact on the person's communicative behavior. Special attention is paid to lexical markers of the classified emotions as means of their explication in the communicative situation.

Keywords: *communicative situation, psychological imbalance, emotions, regulation, lexical markers.*

Introduction. The peculiarities of human functioning in the communicative surrounding constitute an object of intense scientific interest. The activity approach highlights the fact, that it is a sort of human self-manifestation, the personality's genesis in social and outer world, his\her way of formation, expression and actualization [4]. Communication is a special type of activity directed to regulate the communicative surrounding of a person. Within the communicative situation a person explicates the activity aspect through communicative interaction, with verbal and nonverbal communicative components performing the role of a mediator between the communicant and the pursued pragmatic aim.

Brief review of scientific sources and publications. The communicative situation of psychological imbalance has not been thoroughly analyzed yet. Whereas the notion of communicative situation and its aspects was studied by many linguists (T. van Dijk, L. Wittengstein, H. D. Lasswell, I. Yakovliev, J. J. Leach, F. Batsevykh, H. Pocheptsov, A. Zahnitko, E. Selivanova, V. Krasnykh, M. Bakhtin, etc.), the aspect of the psychologically imbalanced communicant influencing the whole communicative interaction process remains chief concern of our paper.

The psychological imbalance was previously studied mainly by psychologists (Z. Freud, F. Heider, T. M. Newcomb, C. E. Osgood, L. Festinger), which left the communicative constituent outside the scope of linguistic interest. Nowadays, with scientific attention focused on the anthropocentric aspect of communication, different psychological and psychic processes become widely engaged into linguistic studies.

With the communicative situation of psychological imbalance still being the open question, **the goal of the presented paper** is to investigate the emotional basis. In order to achieve this aim, we have to solve a number of tasks:

- to explicate the essence of the notion of "communicative situation";
- to define the meaning of the term "psychological imbalance";
- to investigate the emotional constituent of the communicative situation of psychological imbalance;
- to illustrate the theoretical material with the segments of the English movies;

Materials and methods. The cinematic discourse fragments reflecting the communicative situation of psychological imbalance in the form of movie segments are used as the presented article's materials. The general methodologi-

cal basis is the anthropocentric principle. The main scientific methods include analysis, synthesis, abstraction, deduction and induction.

Results and discussion. The communicative situation as an abstract or a scheme plays purely methodological role and doesn't denote a peculiar discourse fragment, as it performs the function of communicative episodes abstraction and common relevant properties generalization. The components of the abstracted communicative situation include the objectively existing contextual restrictors of each discourse fragment that influence the process of implicature formation. The contextual restrictors comprise Time, Place, Consequences, Participants (their social and communicative roles, relationship, common knowledge, needs, objectives and aims), verbal and nonverbal actions [3].

To understand what behavior may be referred to as that of imbalance, we have to analyze the words used to denote this notion. The metalinguistic label "imbalance", which will be used in this paper, was originally recorded in 1895-1900 [1]. The English thesaurus suggests the following equivalents to the word "imbalance": *inequality, shortcoming, asymmetry, disproportion, lopsidedness, disparity, difference, discrepancy, divergence, imparity, variation, variance, unevenness* [1; 2; 4]. According to the definition dictionaries, this words is explained as: the state or condition of lacking balance, as in proportion or distribution; lack of proportion or relation between corresponding things; a situation in which two things that should be equal or that are normally equal are not; when one of two supposedly equal things is bigger, stronger or more important etc. For example: 1) *The demographic imbalance could then affect the financing of social welfare and pension systems;* 2) *I agree with your criticism of the imbalance between road transport infrastructure and more environmentally friendly forms of transport.* In the first example the word "imbalance" describes different intensity of birth and death rates, so they are not equal and one of them is prevailing. In the second example it denotes lack of relation between two things that must be equal. The other dictionaries suppose that the state of imbalance exists when it can be characterized as instable, asymmetric, disproportional, unequal and so on. For example: *There are still a lot of unknowns about the causes of gynecomastia, but scientists mostly cite hormonal imbalances.* This time the word labels the state of disproportion and even dysfunction. So, we can summarize that the state of imbalance exists in cases of instability, inequality, disproportion, disparity, asymmetry etc.

The consistency theory by Fritz Heider considered the cognitive approach of attitude toward people and objects formation in relation to one another. Further investigation of this approach led to postulation the unbalanced state producing tension and generating forces to gain balance again. The balanced state concept designated the situation of coexistent perceived units and experienced emotions. Heider's paradigm focused on two individuals, a person (P), the object of the analysis, some other person (O), and a physical object, idea, or event (X). Heider's concern was with how relationships among these three entities are organized in the mind of one individual (P). Heider distinguished two types of relationships among these three entities, liking (L) and unit (U) relations (cause, possession, similarity, etc.). The opposition of balanced and imbalanced states was explained with psychological tension experienced by the individual. The balanced state was argued to be stable and resisting outer influence; in other words, every individual seeks balance and tries to avoid influence endangering this state of harmony and stability. The unbalanced state is unstable and generates psychological tension or disharmony. The mentioned tension can be relieved only by achieving balanced state again when some changes take place. Unbalanced states, being unstable states, are susceptible to change toward balance. Balanced states, being stable states, resist change [9].

The consistency theory has been studied and developed by a number of psychologists (Theodore M. Newcomb, Osgood, Leon Festinger), who changed the theory slightly each time. For our work Newcomb's theory is of peculiar interest, because he was the first, who applied Fritz Heider's theory to communication. He argued, that people influence each other to generate and sustain symmetry (equilibrium or balance), because the function of attraction that one person has for another while communicating makes them change attitudes towards discussed objects in order to maintain the state of symmetry [9].

Taking cue from Fritz Heider, Max Wertheimer, Koller and Newcomb who equaled the state of balance with the state of harmony, we equal the state of imbalance with the state of disharmony [9]. Every person feels the necessity of harmonious elements that belong to the same system and to one another: he/she needs the expected and desired thing happen at the defined moment. If it doesn't happen, the person feels the discrepancy between the expected and the existing, that produces cognitive and emotional activity to ruin his or her psychological balance. In other words, the psychologically balanced state is explicated as that of relative tranquility, harmony, stability of the psychic and cognitive dynamic indexes of a human. The significant change of these indexes brings about the state of agitation, disharmony and imbalance.

The psychological imbalance is actualized as a communicant's psychosomatic state. This approach lets us view the body as a peculiar screen which reflects the psychic and emotional states of a person by means of symbolic unconscious messages; at the same time it explicates existing psychological problems generating the mentioned state. The connection of the person's body and psychic promotes bilateral interaction, that shows the interdependence of psychological and somatic aspects of human activity: the disabled body impacts healthy psychic's functioning, and psychologically determined problems influence the behav-

ior of the body and become reflected by means of expression.

The psychological imbalance investigation through psychosomatic activity brings our attention to emotions as a source of person's behavior: both verbal and nonverbal. The significance of emotions is explained by a great number of studies dedicated to the problem. V. I. Shakhovskii says, that emotions are basic to our cognition, thinking and consciousness [7] and A. N. Leontiev assures, that emotions are a product of person's positive development and perform the function of his/her activity regulation; in other words each time a person encounters something, he/she acquires feelings of liking or disliking it. In I. Kant's studies emotions, feelings and affects are viewed as interrelated stages of subject and object existence [5]. The communicant's knowledge of the objective reality exists not in a purely informational form, but in a form, obtained by means of this knowledge projection through certain feelings, that are in turn explicated in the language through implication of conceptualization, categorization, and verbalization processes [5]. So, we can summarize, that subjective conceptualized and categorized knowledge of the objectively existing reality when seen through the perspective of emotions is explicated by means of verbal or/and nonverbal communication. This can be dramatically illustrated with the segment of the movie "Deadpool" (00:28:50):

VANESSA: *So, am I supposed to just smile and wave you out the door?*

WADE: *Think of it like spring cleaning. Only, if spring was death. [...]*

VANESSA: *Sounds like you do. Bernadette is not going anywhere, because you're not going anywhere! (she is on the verge of crying)*

In this segment we can see, that Wade is going to leave Vanessa, because he doesn't want her watch him painfully die of cancer. Despite all his true love, he made the decision to leave her behind, because his conceptualized and categorized knowledge of cancer mechanism (what will actually happen to him in several months) was seen through the perspective of his feelings (sympathy with Vanessa, who will suffer together with him). This state of psychological imbalance is explicated with the help of such verbal communicative components as comparison (death is compared with spring cleaning). Vanessa explicates her feeling with the help of verbal and nonverbal components combination: she raises her voice and her eyes moisten.

From the communicative point of view, the psychological markers of explicated emotions indicating the psychic and emotional state of the individual at the communicative interaction moment are at the same time indicators of the psychological imbalance communicative situation. Let us examine the segment of the movie "Devil Wears Prada" (00:04:43):

Emily answers the phone.

EMILY: *Oh my God, no, no, no!!!*

EMILY (on the phone again): *SHE's on her way. Tell everyone!!!*

Emily is an employee of a strict and commanding boss Miranda Priestly. Being her first assistant she is responsible for Miranda's office perfect readiness before she comes in. Although Emily is very punctual, Miranda often comes ahead of time. So, at the moment when Emily is said that Miranda is on her way to her office, the assistant realizes

that nothing's ready, she panics and explicates her psychological imbalance in this way. Her emotions actualized by means of verbal (exclamations, repetition, imperatives) and nonverbal (rounded eyes, blushed cheeks, raised voice, emphasized words) communicative components serve as indicators of psychological imbalance communicative situation.

Emotions influence person's behavior and activity directly, because every emotional state motivates, stimulates and guides his\her perception, cognition and thinking. It can be explained by human desire to repeat or avoid certain communicative situations, which are likely to cause certain emotion. It lets us go into the question large and emphasize the regulative aspect of emotions, which makes the communicant choose necessary communicative means of confrontational or cooperative character. It can be brightly illustrated with the movie "Deadpool" (00:13:30):

MERCHANT: Look, what if I slow it down for you? I didn't order the pizza.

JEREMY: Is this 7348 Red Ledge Drive? Are you Mr. Merchant?

MERCHANT: Yeah, the Mr. Merchant, who didn't order the fucking pie!

JEREMY: Then who placed the call?

WADE: I did. Pineapple and olive? Sweet and salty.

MERCHANT: Fuck are you? The fuck you doing in my crib?

Wade pulls out a gun. Merchant backs off.

MERCHANT: Woah, man, look. If this is about that poker game, I told him, I told Howie that uh... Just uh, just take whatever you want.

Conventionally, this segment can be divided into two parts according to Mr. Merchant's responses, who changes his communicative strategy instantaneously when driven by emotions. In the first part we can see him confronting the pizza boy, who brings the order to the right address, but the supposed client denies the very fact of ordering pizza. Being a person of hot temper, Merchant starts with confrontational communicative strategy hoping to get rid of the boy. His verbal behavior comprises taboo words and his nonverbal behavior is marked with raised voice, peculiar mimic and gesturing. At the moment, when Wade appears unexpectedly from the bathroom and pulls out the gun, Merchant backs off and engages the cooperative strategy (agrees to give everything away) to save his own life. The essence of his actions lies in the sphere of his emotions: from agitation to fear, that regulate the communicant's behavior.

The state of emotional drive is characterized with temporality: it begins, lasts for some time while reaching its peak and afterwards it is over. The whole process makes a person feel uncomfortable or, in other words, tensed. After the emotional drive is over, the person feels relaxed. It is shown in with the segment of the movie "Deadpool" (0:05:10):

FRANCIS: They won't disappoint.

MAN: They better not. What about next month's shipment?

FRANCIS: There won't be one. You're not the only one with a war to win.

MAN: That won't do.

FRANCIS: See, we've had this small disruption to our supply chain. (Francis grabs the man by the throat and lifts him into the air): We'd appreciate your patience.

MAN (suffocating): Okay!

FRANCIS: We'll deliver in full the following month. (Francis drops the man, who chokes a little) Pleasure doing business with you. (He walks away; he and his men leave.)

MAN: Fucking mutant.

The action takes place at the delivery place, where two groups of criminals exchange their goods. Francis is a leader of his group and a mutant (he is extremely strong and doesn't feel anything). In this situation he uses his strength to force the man into a deal. The man's emotional tension starts at the moment, when he is told that there will be no shipment next month. The climax of his emotional discomfort happens when Francis grabs him by the throat. The tension drops when Francis and his bandits leave.

The diversity of emotions gave effect to creation of numerous classifications capturing this or that characteristic of emotions. The necessity to investigate emotions and accept one classification is crucial for our paper, because this classification will form the basis for communicative situation of psychological imbalance identification. Among the most popular and influential theories we must mention the deterministic theory (by James-Lange), that investigates the physiological aspect of expressing emotions by means of a complex biochemical reaction of an organism to the outer factors; the cognitive theory (S. Schechter, P. V. Simonov, M. Arnold), which places emotions in the centre of human's cognitive activity and integrates physiological and cognitive aspects of emotions formation; functional theory (R. F. Krueger) that focuses on universal emotions and their ability of intensification at certain age, the activation theory (Daffi), which equals emotions and behavior, motivation theory, etc. Among all the variety of emotion's classification, that suggest astonishingly different number of emotions (from three to eleven), we accept the model of Paul Ekman, that comprises five positions: anger, fear, disgust, sadness and enjoyment. The well-known Atlas of emotions by Paul Ekman comprehensively reveals the essence of each emotion and dramatically illustrates stages of its formation [8]. This model appears to be relevant for our research: the exact identification of every emotion helps identification of the communicative situation of psychological imbalance.

The central point to our work is the verbal explication of emotions. In the majority of cases, the employed verbal code denotes the actual psychological state of a communicant. For example, the lexical markers of the emotion of anger are as follows: *annoyance, frustration, exasperation, argumentativeness, bitterness, vengefulness, fury, viciousness, cruelty, violence*, etc. For the emotion of fear: *trepidation, nervousness, anxiety, dread, desperation, panic, horror, terror*, etc. The emotion of disgust is vividly explicated with such words as: *dislike, aversion, distaste, revulsion, abhorrence, loathing*, etc. The lexical markers to denote the emotion of sadness are such: *disappointment, discouragement, distraughtness, resignation, helplessness, misery, despair, grief, sorrow, anguish*, etc. Enjoyment can be identified as: *pleasure, rejoicing, compassion, joy, amusement, relief, peace, pride, wonder, excitement, ecstasy*,

euphoria and so on. It can be demonstrated in the segment of the movie "Devil Wears Prada" (0:32:00):

ANDY: She *hates* me, Nigel.

NIGEL: And that's my problem because – Oh, wait. No, it's not my problem.

ANDY: I don't know what else I can do because if I do something right, it's unacknowledged. She doesn't even say thank you. But if I do something wrong, she is *vicious*.

Andy, or Andrea Sachs is the second assistant of Miranda Priestly. The girl does everything she can think of, but her despotic boss doesn't give her any credit. When confessing to Nigel, one of the favorite Miranda's colleges, she uses the lexical markers of sadness and anger appropriately to describe Miranda's attitude towards her: *hates* and *vicious*. These words are expressed in a specific manner: the former is uttered almost in a whisper, with a bent down head and wet eyes (in this way Andy shows her sadness upon her inability to satisfy her boss) and the latter is said sharply, with clearly articulated sounds and peculiar gesturing, that in sum identifies her boss' angry disposition of mood.

Conclusion. The investigated ontological characteristics of emotions as a trigger for human activity (communicative activity as well) explained the very essence of the communicative situation of psychological imbalance. Taking into consideration the fact that the communicative situation is a methodological construct or scheme denoting a peculiar

discourse fragment we engaged the English cinematic discourse case study to comprehensively illustrate the article's theoretical aspect. The introduced movie segments performed the role of communicative episodes to be abstracted according to certain relevant properties. The basis for the common relevant properties identification was formed regarding the communicative situation restrictors: Time (the subsequent responses), Place (the same location of the communicants), Settings (conflicting parties to any dispute), Participants (pursuing conflicting or contradictory pragmatic objectives), and specific verbal and/or nonverbal means of communication. We explicated the essence of the notion of communicative situation of psychological imbalance by the emotional constituent analysis, which enables to emphasize the regulative aspect of the communicative situation mentioned above: the emotional drive governs person's activity of all kinds. With the psychological imbalance viewed as an "extraordinary" communicant's psychosomatic act exploiting body as a mediator between pragmatic surge and action of expression, we can say that explicated emotions represent the actual psychological state of the communicant. The mentioned verbally and/or non-verbally actualized emotions of the communicative interaction participants perform the function of the communicative situation of psychological imbalance identification. Broader analysis of this linguistic issue is promising for **further research**.

ЛИТЕРАТУРА

1. American Psychological Association (APA): imbalance. (n.d.). Dictionary.com Unabridged. – The resource is available: <http://www.dictionary.com/browse/imbalance>
2. Chicago Manual Style (CMS): imbalance. Dictionary.com. Dictionary.com Unabridged. Random House, Inc. – The resource is available: <http://www.dictionary.com/browse/imbalance> (accessed: January 30, 2018)
3. Dijk T. A. van. Discourse and Context. A sociocognitive approach / T. A. van. Dijk. – Cambridge: Cambridge University Press, 2008. – 267 p.
4. Modern Language Association (MLA): "imbalance". Dictionary.com Unabridged. Random House, Inc. 30 Jan. 2018. – The resource is available: <http://www.dictionary.com/browse/imbalance>
5. The Ekman's Atlas of Emotions [Electronic resource]. – The resource is available: <http://atlasofemotions.org>
6. Fritz Heider The Psychology of Interpersonal Relations / Heider Fritz. – New York: John Wiley and Sons, Inc., 1958. – 322 p.
7. Крылов А. А. Психология: учебник / отв. ред. А. А. Крылов. – М.: ТК Велби, Проспект. – 2006.
8. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность / А. Н. Леонтьев. – Москва, 1975.
9. Шаховский В. И. Эмоции: Долингвистика, лингвистика, лингвокультурология / В. И. Шаховский. – Изд. 2-е. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013.

REFERENCES

7. Krylov A. A. Psychology: textbook / ed. in chief A. A. Krylov. – М.: ТК Velbi, Prospect. – 2006.
8. Leontiev A. N. Activity. Consciousness. Personality / A. N. Leontiev. – Moscow, 1975.
9. Shakhovskii V. I. Emotions: Prelinguistics, Linguistics, Cultural Linguistics / V. I. Shakhovskii. – Iss. 2. – М.: Book house "LIBROKOM", 2013.

Экспликация эмоций в коммуникативной ситуации психологического дисбаланса (на материале английского кинематографического дискурса)

И. Б. Кондратюк

Аннотация. Статья посвящена исследованию коммуникативного аспекта психологически дисбалансированной ситуации сквозь призму эмоций. В статье представлено краткое изложение сущности коммуникативной ситуации психологического дисбаланса и особенности его эмоционального генезиса. Изучение проблемы ставит в центр регулятивный аспект эмоций и его влияния на коммуникативное поведение субъекта дискурса. Также внимание уделено лексическим маркерам, обозначающим классифицированные эмоции как средство их экспликации в коммуникативной ситуации.

Ключевые слова: коммуникативная ситуация, психологический дисбаланс, эмоция, регуляция, лексические маркеры.

Когнітивна карта конфліктного типу сучасного англomовного парентального дискурсу

О. І. Коропецька

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Чернівці, Україна
Corresponding author. E-mail: koropetska@meta.ua

Paper received 30.03.18; Accepted for publication 05.04.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-06>

Анотація. У статті розглядається алгоритм побудови когнітивної карти сучасного англomовного парентального дискурсу. Описана процедура визначення статистично значущих концептів досліджуваного типу дискурсу та висвітлено зв'язки в утворених ними міжконцептуальних парах. Отримані результати дослідження зіставлено з базовими британськими лінгвокультурними концептами.

Ключові слова: когнітивна карта, парентальний дискурс, критерій χ^2 -квадрат, коефіцієнт кореляції, лінгвокультурний концепт.

Вступ. Антропоцентрична парадигма у лінгвістиці уже тривалий час є невід'ємним елементом наукових розвідок, а дослідження дискурсу як комунікації між носіями мови є логічним її продовженням. Поняття дискурсу є таким, що постійно змінюється та має велику кількість інтерпретацій. У вузькому розумінні він є виявом мовленнєвої діяльності у побутовому мовленні та є обміном репліками без особливого мовленнєвого задуму [1, с. 107]. Релевантними для нашого дослідження вважаємо наступні дефініції: “дискурс — інтерактивна діяльність учасників спілкування, встановлення і підтримання контакту, емоційний та інформаційний обмін, спричинення впливу один на одного, переплетення комунікативних стратегій, що моментально змінюються, й їх вербальних і невербальних втілень у практиці спілкування” [Карасик 2009, цит. за 6, с. 18] та “дискурс — діяльнісний, постійно рухомий етнокультурний простір певного соціуму, що обслуговує певну соціально-комунікативну сферу через множини вербалізованих та невербалізованих практик” [8, с. 24]. Парентальний дискурс є комунікацією між мовцями зі статусними ролями батьків та дітей і, водночас, є складовою сімейного дискурсу поруч із матримоніальним (комунікація між чоловіком та дружиною) та сіблінгвовим (комунікація між рідними братами та сестрами) [Борисова 2005, цит. за 10, с. 8]. Конфліктний тип дискурсу, на противагу кооперативному, характеризується розбіжністю вихідних інтенцій мовців [8, с. 81-82] та утворений діалогічними єдностями, що містять певні конфліктогени / маркери конфлікту: несхвалення, осуд, уципливі слова «шпильки», докір, образу, погрозу, наказ та іронію [4, с. 141].

Аналіз спілкування в сучасних британських родинах дозволяє краще зрозуміти не лише мовлення, а й мислення, ментальність нації, яку можна представити у вигляді системи, складовими якої є концепти — оперативні одиниці пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи і мови мозку, усієї картини світу, кванти знання [3, с. 90-93]. Релевантним вважаємо і поняття лінгвокультурного концепту — “ментальної одиниці, спрямованої на вивчення мови, свідомості і культури [Карасик, Слишкін, цит. за 6, с. 55]. Множина концептів, які формують ментальне підґрунтя дискурсу, утворюють інтерконцептні зв'язки та формують його концептосистему. Мережа цих зв'язків у свідомості носіїв мови є надзвичайно складною і зобразити її

наочно вважаємо можливим досить схематично, у вигляді когнітивної карти. Термін запозичений із психології, а сама ідея про організацію знань та інформації у вигляді когнітивної карти належить американському психологу Е.Толмену. Когнітивну карту розглядаємо як інструмент для наглядної репрезентації інформації, що зосереджена у ментальному каркасі певного типу дискурсу.

Короткий огляд публікацій по темі. Дослідженням концептосистем та побудові когнітивних карт присвятили свої дослідження А.М. Приходько (організація концептосистем), І.М. Осовська (німецькомовний сімейний дискурс) та О.С. Путій (німецькомовний казковий дискурс). Наукові розвідки у царині парентального дискурсу здійснювали А.А. Бігарі, В.В. Козлова, О.М. Галапчук, А.А. Семенюк, Л.В. Солощук, І.М. Осовська.

Ціль. Дане дослідження має на меті сконструювати когнітивну карту конфліктного типу сучасного англomовного парентального дискурсу (далі — САПД), статистично верифікувавши її складові.

Матеріали та методи. Матеріалом дослідження слугували вербалізатори концептів (повнозначні частини мови), відібрані із 15 джерел британської художньої літератури відповідної тематики, написаних у 2005-2015рр. Були застосовані методи статистичного аналізу, такі як критерій χ^2 -квадрат, коефіцієнт спряженості Чупрова (K), кореляція Пірсона (r).

Результати та їх обговорення. Дискурс являє собою відкриту систему концептів і згідно дискурсивної типології, розробленої А.М. Приходьком [9, с. 245], концепти можуть бути трьох типів: метакхтон (концепт-ім'я дискурсу), автохтони (константи / доміанти дискурсу) та аллохтони (концептуальні змінні дискурсу). Кожен із концептів, “формуючи вибіркові зв'язки із іншими концептами, може утворювати концептуальну карту дискурсу” [9, с. 250] чи когнітивну карту [Селіванова, цит. за 9, с. 250]. Етапи моделювання концептпростору дискурсу та побудови когнітивно-концептуальних карт (на прикладі різновидів німецькомовного сімейного дискурсу) описані у праці І.М. Осовської [8, с. 104]: 1) визначення базових ситуативних форматорів, які окреслюють комунікативну ситуацію; 2) виявлення аллохтонів як факультативних елементів певного різновиду дискурсу та автохтонів як “скелету” для кожного різновиду дискурсу; 3) встановлення квантитативно значущих кореляцій

зустріваності автохтонів, що свідчить про наявність міжконцептивної дистрибуції в межах різновидів дискурсу; 4) формулювання інтеграторів дискурсу — ідей як об'єднувачих, “цементуючих” елементів.

Взявши за основу вказані вище етапи, ми вибудували алгоритм побудови когнітивної карти для САПД.

На *першому* етапі із матеріалів дослідження було відібрано конфліктні діалогічні єдності, виділено в їх межах вербалізатори концептів, представлені повнозначними частинами мови, та об'єднано їх за тематичною ознакою у 22 домену.

Другий етап присвячений розмежуванню серед усієї сукупності концептів аллохтонів та автохтонів, а саме з'ясуванню, котрі ментальні одиниці є значущими. З цією метою ми скористалися лінгвостатистичними методами дослідження, а саме критерієм χ^2 -квадрат та коефіцієнтом спряженості Чупрова K , застосованими до інвентаризованої вибірки з вербалізаторів всіх концептів конфліктного типу САПД. Критерій χ^2 виявляє відповідності чи розбіжності між розподілом частот аналізованих величин [5, с. 133]. Для інтерпретації отриманих даних необхідно встановити значущість одержаної суми χ^2 . При перевищенні критичного значення при певному числі ступенів свободи df можна говорити про наявність суттєвої різниці у розподілі частот ознак [5, с. 135]. Коефіцієнт взаємної спряженості Чупрова K встановлює характер зафіксованих зв'язків. Величина коефіцієнта знаходиться в межах від 0 (при відсутності зв'язку між величинами) до +1, при сильному зв'язку [5, с. 138-139]. Таким чином були верифіковані статистично значущі домени у дискурсі (12 одиниць із 22), а потім — статистично значущі концепти у статистично значущих доменах (43 концепти, які отримали статус автохтонів). Виокремлені автохтони, що лягли в основу когнітивної карти, безумовно, є дискурсотвірними елементами конфліктного типу САПД. Вони фокусують інформацію, яка є у свідомості мовців, вказуючи на її актуальність для даного типу дискурсу. Так, наприклад, автохтони DISOBEDIENCE, PUNISHMENT, EDIFICATION, RESPONSIBILITY демонструють, що для носіїв британської лінгвокультури важливою є виховна функція батьківства. Значущою складовою конфліктного спілкування у сучасній англійській родині є ANGER, REPROACH, INDIGNATION, HUMILIATION, VIOLENCE, THREAT, HARM, INDIFFERENCE, UNIMPORTANCE та NEGATIVE EVALUATION. Враховуючи факти, що конфлікт є рушійною силою змін, а не лише деструктором, а також національну стриманість британців щодо прояву емоцій, прослідковуємо у сімейному спілкуванні бажання досягти миру та порозуміння між поколіннями (UNDERSTANDING, WISH, TALK). Саме в родинному колі діти вперше дізнаються про такі соціальні поняття як WORK, MONEY, MORAL. Кожна сім'я є свого роду системою, що засвідчує статистичну значущість та відповідно присутність у когнітивній карті САПД автохтонів PARENT, CHILD і SIBLING. Умовою гармонійного функціонування родини є безпечне перебування комунікантів у безпосередньому місці творення парентального дискурсу (PRESENCE/ABSENCE, WORRY, HOME, RETURN).

На *третьому* етапі було досліджено сумісну

зустріваність автохтонів у межах діалогічних єдностей задля визначення сили зв'язку та залежності між ними. Для виявлення кореляцій між автохтонними концептами доцільно використовувати коефіцієнт лінійної кореляції Пірсона r , який засвідчує, що зі збільшенням значень однієї ознаки збільшується або зменшується в певному порядку значення іншої ознаки. Значення коефіцієнту кореляції можуть коливатися в межах від +1 до -1. У випадку, коли між ознаками відсутня статистична залежність, значення коефіцієнту буде наближатися до нуля або буде рівне нулю. Відповідно, якщо між досліджуваними ознаками є залежність, то значення r буде наближатися до 1; знак при цьому позначає характер зв'язку [5, с. 123–125]. За результатами проведеного аналізу були виокремлені конфігурації автохтонних концептів у конфліктному типі САПД, що засвідчили сильні зв'язки (0,87-1,0) та зв'язки середньої сили (0,5-0,86).

Аналіз виявлених зв'язків у міжконцептних кореляціях здійснювався на *четвертому* етапі. Ми виділяли чотири типи зв'язків — імплікативний / включення, координативний / взаємовиключення, каузативний / причинно-наслідковий та слідування [7, с. 91; 9, с. 250]. Найбільш частотними виявилися зв'язки координативні (43,8%) та імплікативні (37,4%).

На *завершальному* етапі відбувалось власне укладання когнітивної карти із відображенням на ній статистично значущих концептів — автохтонів та утворених ними інтерконцептуальних кореляцій. Наочно карта представлена на рисунку 1. Аналізуючи укладену когнітивну карту конфліктного типу САПД, зосереджуємо увагу на автохтонах, що актуалізують інформацію про базові британські лінгвокультурні концепти HOME, FREEDOM, PRIVACY, COMMON SENSE, SENSE OF HUMOR, GENTLEMANLINESS, FAIR PLAY, STIFF UPPER LIP та HERITAGE [11, с. 165-181; 2, с. 11]. Так, наприклад, бачимо, що несправедливість викликає обурення, неприйнятною є брехня, а утворені ними інтерконцептуальні пари у дискурсі вказують на актуальність культурної доміанти FAIR PLAY: FAIRNESS – INDIGNATION ('I keep thinking about Karyn and how hurt she is and how it's not fair if I don't say what I know.' 'Not fair? Your brother's reputation is in tatters. His A-level year's been ruined, his confidence is at rock bottom. You think any of that's fair?' [13]); PARENT – TRUTH/LIE ('I'll go home then,' John said. 'I don't want to stay when you've turned up.' 'John, why are you in such a hurry to leave?' 'Because you lied to me. When you were waiting for me outside my school, you said you'd cleared it with my mum.') [14, с. 227] — неправда може глибоко образити, особливо із вуст рідної людини. Даний приклад також ілюструє бажання повернутися додому, як до місця спокою та безпеки, своєї рідної “схованки” (CHILD – RETURN, RETURN – HOME).

Тісно пов'язані у британській лінгвокультурі FREEDOM та PRIVACY, що крізь призму парентального дискурсу фокусують інформацію про важливість незалежності та бажання самостійності у дітей, про необхідність поваги до особистого простору та особистого життя усіх членів родини, адже порушення цих норм неминуче веде до конфліктів: WISH – INDEPENDENCE ('No!' It was almost a snarl. 'No one's taking her off me. ... This time I'm looking after her.') [12,

c. 91]; PRIVATE LIFE – CHILD ('All the sordid details of your little romance will be laid out in court for everyone to see.' 'It wasn't sordid.' 'What did you say?' 'I said it wasn't what you think.' 'Oh, is that right? What was it then, a fairytale romance?') [13].

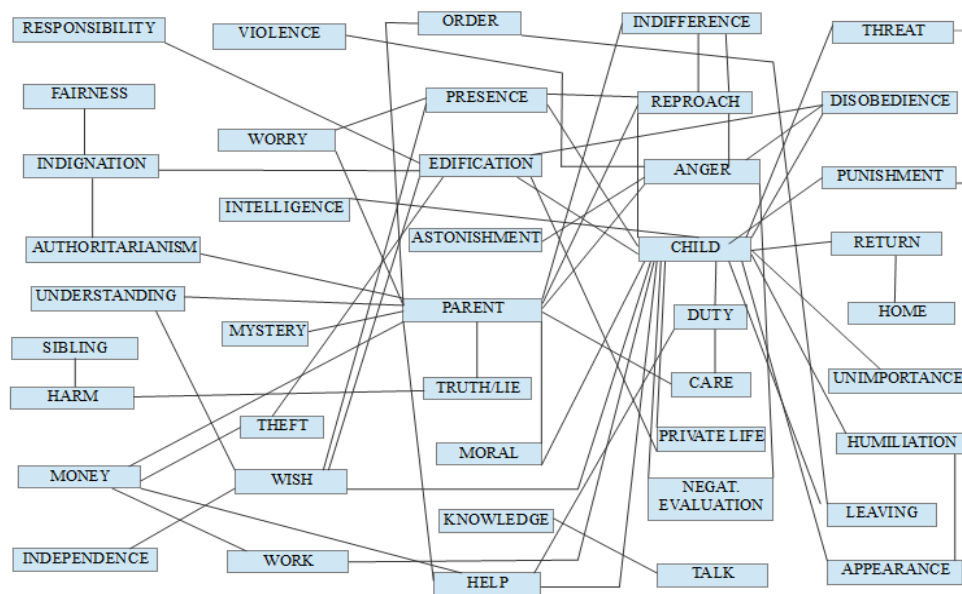


Рис. 1. Когнітивна карта конфліктного типу САПД

Висновки. Когнітивна карта є сучасним засобом аналізу та дослідження мови, свідомості та ментальності нації. Вважаємо її дієвим інструментом відображення концептосистеми дискурсу, адже при її конструюванні використовуються лінгвостатистичні методи для верифікації її значущих елементів (автохтонів дискурсу) та для аналізу утворених ними інтерконцептуальних зв'язків. Когнітивна карта також дає можливість відслідкувати актуалізацію базових лінгвокультурних домінант у дискурсі. На основі сконструйованої когнітивної карти можемо стверджувати, що у свідомості членів сучасної британської родини

основними ментальними стрижнями та культурними цінностями є справедливість, чесність, самостійність і незалежність, гармонія вдома та повага до приватного життя кожної людини. Інформація про релевантність даних цінностей зосереджена у САПД та репрезентована автохтонами, які повністю (HOME) або частково (FAIRNESS, TRUTH/LIE, INDEPENDENCE, PRIVATE LIFE, INTELLIGENCE) апелюють до базових британських лінгвокультурних концептів HOME, FREEDOM, PRIVACY, COMMON SENSE, SENSE OF HUMOR, GENTLEMANLINESS, FAIR PLAY, STIFF UPPER LIP та HERITAGE.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бехта І.А. Дискурс наратора в англійській прозі / І.А. Бехта. – К.: Грамота, 2004. – 304 с. – Бібліогр.: с. 276.
2. Єсипенко Н.Г. Вербальний профіль і концептуальна структура англосаксонських культурних концептів: когнітивно-квантитативний підхід: Монографія. — Чернівці: Золоті литаври, 2012. — 320 с.
3. Кубрякова Е.С. Концепт / Е.С. Кубрякова // Краткий словарь когнитивных терминов. –М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1996. – С. 90-93.
4. Лавриненко І.Н. Мена комунікативних ролей в англійській мові конфліктного кинодискурсу / І.Н. Лавриненко // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна №897. Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов». – Харків, 2010. – Вип. 62. – С. 138-143.
5. Левицкий В.В. Квантитативные методы в лингвистике / В.В. Левицкий. – Винница: Нова Книга, 2007. – 264 с.
6. Мартинюк А.П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики / А.П. Мартинюк. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. – 196 с.
7. Осовська І.М. Основні принципи когнітивного картування дискурсу (на прикладі сучасного німецького парентального дискурсу) / І. Осовська // Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Германська філологія. - 2014. - Вип. 720. - С. 87-96.
8. Осовська І.М. Сучасний німецькомовний сімейний дискурс: ментальний і вербальний ресурс : монографія / І.М. Осовська. – Чернівці : Видавничий дім «РОДОВІД» , 2013. – 402 с.
9. Приходько А.М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / Анатолій Миколайович Приходько. – Запоріжжя: Прем'єр, 2008. – 332с.
10. Проценко О. Особливості матримоніального діалогічного дискурсу [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Nz/Fil/2009_81_3/stat ti/100.pdf
11. Цветкова М.В. Английское / М.В. Цветкова // Межкультурная коммуникация : учеб пособие. - Н.Новгород : Деком, 2001. - С. 158-184.
12. Murray A. Family of Women / Annie Murray. – London: Pan Books, 2012. – 537p
13. Downham J. You against me [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://royallib.ru/book/Downham_Jenny/You_Against_Me.html
14. Neale K. A father's revenge / Kitty Neale. – Avon, 2011. – 378p.

REFERENCES

1. Bekhta I.A. Discourse of the speaker in the English prose / I.A. Bekhta - K.: Hramota, 2004. - 304 p. - Bibliogr.: p. 276.
2. Yesipenko N.H. The verbal profile and conceptual structure of the Anglo-Saxon cultural concepts: cognitive-quantitative approach: Monograph. - Chernivtsi: Gold Litavir, 2012. - 320 p.

3. Kubriakova E.S. Concept / E.S. Kubriakova // A brief dictionary of the cognitive terms. -M. : Izd-vo Mosk. Un-ta, 1996. -P. 90-93.
4. Lavrynenko I.N. Change of the communicative roles in the English-speaking conflict discourse / I.N. Lavrinenko // The Journal of V.N.Karazin Kharkiv National University, # 897. Series "Romano-Germanic Philology. Methodology of teaching foreign languages". - Kharkiv, 2010. - Vol. 62. - P. 138-143.
5. Levytskyi V.V. Quantitative methods in linguistics / V.V. Levytskyi - Vinnitsa: Nova Knyha Publishers, 2007. - 264 p.
6. Martyniuk A.P. Dictionary of the basic terms of cognitive-discursive linguistics / A.P. Martyniuk - Kh.: Kharkiv National University named after V.N. Karazin, 2011. - 196 p.
7. Osovska I.M. Basic principles of the cognitive mapping of discourse (on the example of the modern German parental discourse) / I. Oskovska // The Journal of Yuri Fedkovich Chernivtsi National University. Germanic philology. - 2014. - Vol. 720. - P. 87-96.
8. Osovska I.M. Modern German family discourse: mental and verbal resource: monograph / I.M. Osovska - Chernivtsi: Publishing House "RODOVID", 2013. - 402 p.
9. Prykhodko A.M. Concepts and conceptual systems in the cognitive-discursive paradigm of linguistics / Anatolii Mykolaiovych Prykhodko. - Zaporizhia: Premier, 2008. - 332p.
10. Protsenko O. The highlights of the matrimonial dialogic discourse [Electronic resource] - Access mode: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Nz/Fil/2009_81_3/stat ti/100.pdf
11. Tsvetkova M.V. English / M.V. Tsvetkova // Intercultural communication: training manual. - N. Novgorod: Decom, 2001. - P. 158-184.

Cognitive map of the conflict type of the modern English parental discourse

O. I. Koropetska

Abstract. The article deals with the cognitive map constructing algorithm of the modern English parental discourse. The procedure of determination of the statistically significant concepts of discourse is described and links in the interconceptual pairs formed by them are highlighted. The cognitive map of the modern English parental discourse is presented. The results of the research are considered against the background of the basic British linguistic-cultural concepts.

Keywords: *cognitive map, parental discourse, chi-square (distribution), correlation coefficient, linguistic-cultural concept.*

Когнитивная карта конфликтного типа современного англоязычного дискурса

О. И. Коропецкая

Аннотация. В статье рассматривается алгоритм построения когнитивной карты современного англоязычного парентального дискурса. Описана методика определения статистически значимых концептов дискурса и освещены связи в образованных ими межконцептуальных парах. Представлена когнитивная карта современного англоязычного парентального дискурса. Результаты исследования сопоставлены с базовыми британскими лингвокультурными концептами.

Ключевые слова: *когнитивная карта, парентальный дискурс, критерий хи-квадрат, коэффициент корреляции, лингвокультурный концепт.*

Стилістичні перекладацькі трансформації при відтворенні англійських архаїзмів в українських перекладах

Т. А. Ласінська

Кафедра теорії та практики перекладу з англійської мови,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна
*Corresponding author. E-mail: Lasinskat@ukr.net

Paper received 20.03.18; Accepted for publication 25.03.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-07>

Анотація. У статті розглядаються основні перекладацькі стилістичні трансформації, що зустрічаються в українських перекладах історичних романів Вальтера Скотта, які досліджуються з огляду на ефективність відтворення часової складової архаїзмів англійської мови, їх основних стилістичних функцій та мовних значень для твору оригіналу.

Ключові слова: архаїзми, обсолетизована лексика, застаріла лексика, історизми, архаїчна лексика, переклад історизмів та архаїзмів.

Вступ. Передача часової складової архаїзму для прозового високохудожнього твору є першочерговим завданням перекладача, відтак передача експресивних елементів та компонентів, що складають загальний стиль твору чи мікрожанру (діалогу, опису) є невід’ємною рисою перекладів поетичних та прозових творів із темпоральною маркованістю. Завдання відтворити саме стильову складову оригіналу історично забарвленого тексту вимагає актуалізації відповідних перекладацьких прийомів, таких, як стилістичні трансформації. Під стилістичними трансформаціями, на думку Л. П. Науменко та А. Й. Гордєєвої, розуміються такі способи перекладу, за допомогою яких перекладач змішує стилістичні акценти, нейтралізуючи чи актуалізуючи конотативні відтінки значення, або ж адаптуючи мову перекладу до стилістичних норм, прийнятих у мові перекладу.

Короткий огляд публікацій. Вирішенням завдань відтворення стилістики оригіналу архаїчної лексики у перекладах займалися такі перекладознавці, як А. Андерс, А. Федоров, С. Флорин, А. Попович, Б. Хохел, І. Левий, Ю. Найда, В. Комісаров, Л. П. Науменко та А. Й. Гордєєвої, Серед українських фахівців перекладу практичний внесок у розв’язок завдань темпорального перекладу зробили: Г. Кочур, М. Рильський, В. Мисик, які перекладали В. Шекспіра, Р. Бернса та ін. Сучасне українське перекладознавство користується теоретичними та практичними здобутками відтворень історичних романів у виконанні Н. Ткаченко-Ходкевич, І. Давиденка, І. Чернова, зразками відтворення темпорально маркованої лексики у творчості Г. Лозинської, В. Шевчука, Г. Кочура, Л. Герасимчука.

Метою статті є дослідження стилістичних перекладацьких трансформацій, наявних у арсеналі засобів перекладача, які задіяні задля перекладу архаїзованої лексики англійської мови українською, що дозволяють ефективно відтворити історичну маркованість лексики оригіналу.

Матеріали та методи. Для дослідження було використано українські переклади історичних романів Вальтера Скотта “Талісман” та “Айвенго” у виконанні Н. Ткаченко-Ходкевич, І. Давиденка, І. Чернової, Ю. Лісняка. Основними методами дослідження є вибірка та аналіз стилістичних перекладацьких трансформацій.

Результати дослідження та їх обговорення. До стилістичних перекладацьких трансформацій належать: логізація, експресивація, модернізація та архаїзація. Розглянемо їх більш детально на окремих прикладах перекладів. Логізація – це спосіб перекладу шляхом заміни емоційно-експресивної або етномаркованої мовної одиниці стилістично нейтральним її відповідником у мові перекладу, що усуває або послаблює естетичну функцію першотвору [6, с. 32].

Приклад логізації при перекладі архаїчних дієслів прослідковується в наступному прикладі:

“Not if thou canst scathe him, replied the Captain ...” [8].

“Спробуй-но сам провчити його ...” – відповідь старший [3, с. 108].

Стилізована та експресивно насичена архаїчна лексика перекладається звичайними нейтральними за стилем дієсловами, при цьому відтворюється основна думка висловлювання, але естетичний задум першотвору послаблюється. Логізацію простежуємо і в наступному прикладі:

“If thou makest such an attempt, thou wilt come by worse fortune than has yet befallen thee” [8].

У перекладі відтворюється повністю нейтральною стилістично фразою:

“Якщо не послухаєшся, нарікай на себе” [3, с. 109].

Експресивація – це спосіб перекладу шляхом заміни нейтральної одиниці її стилістично-маркованим відповідником у мові перекладу, що надає перекладу емоційно-експресивного забарвлення [6, с. 33]. Наприклад: *was in such a passion of tears* [7, с. 4] – *так розридалася*: в українському перекладі речення набуло більшого забарвлення.

Ми вважаємо, що для архаїзмів це – заміна архаїзованої за стилем лексичної одиниці емоційно-експресивно забарвленою, як у наступному прикладі:

“Bethink thee”, man, said the Captain” [8].

“Отямся, хлопче! – мовив старший” [3, с. 106].

У перекладі маємо експресивне окличне речення.

Зміну стилю лексичних архаїзмів оригіналу відтворено лексикою, інакшою за стилем – експресивним реченням, і у такому прикладі:

“I, as a true man, bid thee defiance” [8].

“А я чесна людина й викликаю тебе на бій!” [3, с. 108].

Модернізація – це спосіб перекладу застарілих, ар-

хаїчних слів та висловів, а також слів-історизмів більш сучасними їхніми відповідниками, що послаблює естетичну функцію першотвору [6, с. 34]. Наприклад: *Drive on, coachman* [7, с. 12] – *можна рушати*: це речення мало б перекладатися як «Жени, ямщик», але перекладач вирішила, напевно, що «ямщик» – це занадто застаріле слово.

У прикладі: *partiality for the tavern* [7, с. 20] – *вчащати до пивниць*, «*tavern*» повинно було б перекладатися як «таверна», але перекладач обрала більш нейтральне «пивниця».

Прикладом модернізації можуть бути такі переклади насиченої архаїзмами мови персонажів:

“Thou mayst go thy ways, my friend, – said the Captain, addressing Gurth” [8]

“Ну, друже мій, можеш іти своєю дорогою, — сказав Гурту ватажок розбійників” [3, с. 109].

“Thou speakest but sad truths” [8].

“Ти кажеш правду, хоч вона й гірка” [3, с. 7].

І наостанок, архаїзація – це спосіб перекладу сучасної загальноновживаної лексики застарілими, архаїчними словами та висловами, а також словами-історизмами для відтворення історичних реалій або надання мові перекладу необхідного стилістичного забарвлення [6, с. 35]. При перекладі творів, що містять архаїзми, такі способи перекладу дозволяють відтворювати загальний стиль творів на рівні тексту:

“... which was only expressed by a slight approach to a disdainful smile, that hardly curled perceptibly the broad, thick moustache which enveloped his upper lip” [10].

У даному реченні архаїзмів немає, але загалом текст рясно насичений архаїчною лексикою, яка не завжди передається. У перекладі ж цього нейтрального речення маємо архаїзм:

“І ледве помітна усмішка блискавкою перекивала йому *вуста*” [5, с. 12].

У наступному реченні також спостерігаємо архаїзацію нейтрального елемента оригіналу:

“Each was wrapt for some time in his own reflections” [10].

“Опанував їх дивний настрій, жоден ні пари з *вуст*” [5, с. 12].

У таких випадках метою перекладача є збереження загальної стилістики першотвору. Стилістичні засоби відтворення архаїзмів – логізація, експресивація, модернізація та архаїзація — є засобами створення загального стилю перекладу. Архаїзація сприяє відтворенню стилістичного забарвлення оригіналу, який містить архаїзми.

Сучасні проблеми перекладу архаїзмів та історизмів пов’язані з їхнім відтворенням у мовленні різних жанрів – перекладна художня та наукова література, переклад історичних документів, переклад історизмів при дублюванні художніх та документальних фільмів. За нашим переконанням, перекладачу слід пам’ятати, що історично маркована лексика виконує за своєю природою просвітницьку функцію, а також охоронну, наприклад, при перенесенні інформації як з минулого в сучасний світ, так і зі світу літератури в світ кіно.

Наприклад, історизми з «Гаррі Поттера» (Джоан Роулінг), «Віднесених вітром» (Маргарет Мітчелл) та інші доносять багато інформації і є значимими для сучасного читача.

При відтворенні архаїзмів – з огляду на те, що вони є незвичними і не завжди відомими словами як для читачів оригіналу, так і для читачів перекладу – слід намагатись зробити текст читабельним та обирати серед багатьох такі варіанти перекладу, які б вели до розуміння оригіналу. Також, на нашу думку, слід враховувати існуючий психологічний цикл контакту з дійсністю, що актуальний і для контакту читач-переклад та включає: передконтакт, контакт, кульмінацію контакту, вихід із контакту [2]. Обираючи серед стилістичної різноманітності прийомів у разі перекладу історизмів слід зважати на:

1. Коректність по відношенню до читача – порівняймо:

“Whelp of a she-wolf!” [9]

“Мовчи, виплодку!” [4, с. 88]

“Син вовчиці, виродок!” [3, с. 65]

У Г. В. Чернової спостерігаємо вилучення половини абзацу [1, с. 37] – її переклади орієнтовані на дитячу аудиторію.

2. Освітню функцію історизмів у творі – важливість пояснень та відтворення історичної точності. Художні твори, що містять інформацію історичного характеру, часто виконують освітню функцію, входять до навчальних програм зі «Світової літератури» та викликають цікавість у вивчаючих історію, оскільки доносять історичну інформацію невимушено та яскраво. Тож переклад історично маркованої лексики у зв’язку з її освітньою функцією набуває важливого значення, оскільки є джерелом інформації, яку у перекладі потрібно подати зрозуміло та цікаво.

3. Естетичність. Яскраве зображення певного історично маркованого образу сприяє кращому запам’ятовуванню як дорослими, так і підлітками – як у таких перекладах:

“... they are come from Fairy-land with a message from King Oberon ...” [9].

“Можливо, вони їдуть із чарівного царства з дорученням від короля фей Оберона ...”. У кінці сторінки пояснюється: «Легендарний король тіней і фей. Найбільш відомий з п’єси В. Шекспіра “Сон літньої ночі” [3, с. 8].

“Може, вони їдуть із Чарівного краю і послав їх король Оберон ...” Примітка в кінці книги: “Оберон – казковий володар лісових духів – ельфів” [4, с. 32].

4. Необхідність уникання зайвої інформації.

Враховуючи різну специфіку перекладів, орієнтованих на дитячу чи дорослу аудиторію, зазначимо, що основними принципами вибору стилістичних варіантів перекладу історично маркованої лексики дитячих творів мають бути зрозумілість, інформативність з ознайомчою освітньою метою, емоційність, уникання завантаженості надмірною кількістю інформації, тоді як основним принципом перекладу історично маркованої лексики твору, орієнтованого на дорослого читача (можливо, фахівця), повинна бути інформативність з метою надати якомога повнішу та максимальну точну інформацію про події, водночас уникнувши перенавантаження деталями.

Висновки. З метою збереження загальної стилістики першотвору перекладачі застосовують такі стилістичні засоби відтворення архаїзмів, як логізація, експресивація, модернізація та архаїзація, що є засобами

створення загального стилю перекладу. Архаїзація є засобом, що оптимально сприяє відтворенню у перекладі загального стилістичного забарвлення оригіналу, який містить архаїзми. Водночас при відтворенні історично маркованої лексики слід обирати варіанти,

що враховують особливості цільової аудиторії, орієнтуватись на специфіку сприйняття обсолітезованої лексики як звичайним читачем так і професійними групами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Англо-русский лингвострановедческий словарь «Американа-II» [= Americana II: English-russian encyclopedic dictionary] : более 21 тыс. статей, под ред. Г. В. Чернова, 2005, accessed http://www.rubricon.com/americana_1.asp
2. Робин Ж.-М. Гештальт-терапия, Москва, Эйдос, 1996, 64 с.
3. Скотт В. Айвенго, переклад з англ. І. Давиденко, Київ, Країна Мрій, 2014, 400 с.
4. Скотт В. Айвенго, переклад з англ. Ю. Лісняка та Г. Лозинської, Київ, Школа, 2007, 494 с.
5. Скотт В. Талісман, переклад з англ. Н. Ткаченко-Ходкевич, Харків, Рух, 1930, 183 с.
6. Anderman G. M., Rogers M. Translation Today: Trends and Perspectives, Multilingual Matters, 2003, 232 p.
7. Barber Ch. The English Language. A Historical Introduction, Leeds, Formerly University of Leeds, 1993, 311 p.
8. Scott W. Ivanhoe, Ware, Wordsworth Edition Ltd, 1995, 390 p.
9. Scott W. Ivanhoe, accessed <http://www.publicbookshelf.com/regency/ivanhoe/ivanhoe7>
10. Scott W. The Talisman // Tales and Romances, Edinburgh, Cadell, 1827. Vol. 6, 557 p.

REFERENCES

1. *Anglo-russkij lingvostranovedcheskij slovar' «Amerikana-II»* [= Americana II: English-russian encyclopedic dictionary] : bolee 21 tys. statej, pod red. G. V. Chernova, 2005, accessed http://www.rubricon.com/americana_1.asp
2. Robin Zh.-M. *Geshal't-terapija*, Moskva, Jejdos, 1996, 64 s.
3. Skott V. *Ajvengo*, pereklad z angl. I. Davydenko. Kyi'v, Krai'-na Mrij, 2014, 400 s. [in Ukrainian].
4. Skott V. *Ajvengo*, pereklad z angl. Ju. Lisnjaka ta G. Lozys'koi'. Kyi'v, Shkola, 2007, 494 s. [in Ukrainian].
5. Skott V. *Talisman*, pereklad z angl. H. Tkachenko-Hodkevych. Harkiv, 1930, 183 s. [in Ukrainian].

Stylistic transformations used in conveying English archaic words in Ukrainian translations

T. A. Lasinska

Abstract. The article deals with the main stylistic transformations which occur in Ukrainian translations of historic novels by Walter Scott, which are studied from the vision on effectiveness of reproducing temporal meanings of English archaic words, their main stylistic functions and language meanings which carry significant functions in original texts.

Keywords: archaisms, obsolete words, old words, historical words, archaic vocabulary, translating historical and archaic words.

Стилистические переводческие трансформации при воссоздания английских архаизмов в украинских переводах

T. A. Ласинская

Аннотация. В статье рассматриваются основные переводческие стилистические трансформации, которые встречаются в украинских переводах исторических романов Вальтера Скотта, которые исследуются с точки зрения эффективности воссоздания временной составляющей архаизмов английского языка, их основных стилистических функций и языковых значений для произведения оригинала.

Ключевые слова: архаизмы, обсолетизированная лексика, устарелая лексика, историзмы, архаическая лексика, перевод архаизмов и историзмов.

Метадискурсивні та метапрагматичні параметри взаємодії медіа комунікацій та міжнародної політики

В. В. Літяга

Інститут філології КНУ ім. Тараса Шевченка, м. Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: lvladyslava@gmail.com

Paper received 27.03.18; Accepted for publication 03.04.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-08>

Анотація. У статті досліджено лінгвопрагматичний вплив ЗМІ на зовнішню політику. Здійснено спробу метадискурсивного аналізу тексту Резолюції Європейського Парламенту щодо стратегічних комунікацій ЄС як протидія пропаганді третіх сторін. Проаналізовано загальноєвропейські та окремо французькі метапрагматичні стратегії у боротьбі з пропагандою ЗМІ. Розглянуто семантику інформаційного впливу, окреслено негативні наслідки впливу міжнародної медійної політики (інформаційна війна, пропаганда, фактчекінг, фейкові новини).

Ключові слова: метадискурс, лінгвопрагматика, медіа комунікація, глобальні ЗМІ, пропаганда, інформаційна політика, комунікативна стратегія.

Вступ. Поява все більшої кількості досліджень, які присвячено метадискурсу спонукає до глибшого аналізу в ЗМІ текстових та метатекстових зв'язків, які переплітаються між собою. Завдання цих зв'язків – прояснити семантичну основу тексту, поєднати у когезії його різні елементи, посилити лінгвопрагматичний зміст комунікативного повідомлення. Вислів Наполеона залишається актуальним і сьогодні: «*Quatre gazettes font plus de tort que 100 000 soldats en campagne*» (чотири газети завдають більшої шкоди, ніж 100 000 солдат на полі бою), оскільки засоби масової інформації є одним із основних інструментів впливу, яким користуються держави у міжнародних відносинах. Основним предметом метадискурсу глобальних ЗМІ є міжнародні відносини, які завдяки відповідним метапрагматичним установкам впливають на формування та розповсюдження іміджу держав.

Метою нашого дослідження є проаналізувати та виділити метадискурсивні цілі світових медіа, які впливають на міжнародні відносини; оцінити та встановити основний прагмакомунікативний вплив управління глобальною інформацією; з'ясувати роль «глобальних» ЗМІ у створенні міжнародного іміджу держав.

Новизною та актуальністю дослідження є спроби виділити семантику інформаційного впливу, окреслити негативні наслідки впливу міжнародної медійної політики (інформаційна війна, пропаганда, фактчекінг, фейкові новини).

Особливе місце у вивченні метадискурсу займають праці З. Харріса, В. Бурбелі, Р. Якобсона, Ю. Крістєвої, Ж. Женетта, І. Гальперіна, А. Вежбицької. Погоджуючись та беручи за основу нашого дослідження думку В. Бурбелі про те, що: «метадискурсивність повідомлення може мати інтерпретаційне спрямування, направляючи або полегшуючи розуміння і тлумачення певної дискурсивної події адресатом. До таких виявів метадискурсивності можна віднести інтерпретаційно орієнтоване реферування, резюмування події, що є властивим для медійного дискурсу.» [1, с.183-184]. Загалом усі дослідники погоджуються, що дискурс є багатозначною смисловою конструкцією, в якій можна виділити: власне предмет повідомлення, тобто ту інформацію, яку автор хоче передати одер-

жувачу; систему подачі цієї інформації в найбільш зручному для одержувача (слухача або читача) вигляді. Багатозначність смислової організації може інтерпретуватися і у ширшому значенні. Так, в дослідженнях А. Крісмора спостерігається поділ метатекста на два типи – інформативний метадискурс і метадискурс позиції автора (*informational and attitudinal metadiscourse*). Завданням першого типу є позначення мети дискурсу, повідомлення попередніх відомостей про його зміст, відсилання до раніше викладеної інформації. Метадискурс позиції автора покликаний експлікувати значимість змісту, переконати реципієнта в істинності повідомлення, висловити сумніви автора і його ставлення до змісту тексту [4].

Важливою для нашого дослідження метадискурсу є оцінка впливу окремого новинного ресурсу, яка залежить від того чи впливає він на міжнародну взаємодію. Ступінь впливу слід оцінювати, відштовхуючись не лише від статусу, можливостей та чисельності аудиторії, але й від потенціалу взаємодії з іншими ЗМІ, оскільки, масштаб впливу може посилюватися за рахунок об'єднання та примноження зусиль міжнародних ЗМІ. У зв'язку з цим, оцінка впливу та взаємодії міжнародних ЗМІ буде безпосередньо пов'язана з фактором «консенсусного відбору» (узгодженого на рівні професійних понять і уявлень, визначення світовими ЗМІ можливого використання та цитування матеріалів тієї чи іншої новинної організації) та еластичності рівнів, на яких функціонують ЗМІ (локальний, регіональний, глобальний).

Дослідження міжнародної діяльності ЗМІ нашою думкою про те, що деякі медіа можна віднести до категорії учасників світової політики, виходячи з їх наднаціональної мережевої структури, транснаціональної економічної та інформаційної діяльності, активного або пасивного включення у політичні процеси різних країн та регіонів. За сукупністю інформаційних ланок, які мають різну інформаційну приналежність, можна говорити про потенціал впливу ЗМІ.

Цікавими є взаємодія держав та світових ЗМІ, формат та моделі організації цієї взаємодії в міжнародно-політичному контексті. Вивчення проблематики взаємодій держав з великими ЗМІ, обумовлено тим, що сучасні медіа можуть діяти вже не лише від імені національних урядів, але й відповідно до ринко-

вих мотивів, професійних установок або під впливом інформації, яку вони отримують від неурядових акторів. В умовах взаємозалежності економік та високого рівня присутності в них спекулятивного капіталу розповсюдження міжнародного політичного інформаційного метадискурсу стає одним з факторів, який впливає на відносини між державами.

Західні медійні корпорації, комерційні та громадські ЗМІ діють відповідно до ліберальної концепції «вільного інформаційного потоку», який пронизує кордони суверенних держав. Це підтверджує те, що принципи та стандарти, які сформовані та діють у рамках однієї регіональної системи, можуть претендувати на статус універсально визнаних.

Ліберальна модель ЗМІ не виключає варіативності: у Західній Європі медіа-спільнота застосовує принцип «соціально відповідальної журналістики». Національні ЗМІ можуть під'єднуватися до глобальної мережі «вільних ЗМІ», не завжди дотримуючись «ліберальних» правил, але в тому випадку, коли місцева медіа-спільнота та еліти не претендують на серйозну конкуренцію на глобальному рівні.

Крім того, розвиток та розповсюдження сучасних медіа-технологій, формування професійної спільноти дали змогу альтернативним акторам у відносно короткий термін вийти на міжнародний ринок з новими інформаційними проектами, які поєднують у собі якісну журналістику та інформаційно-пропагандистські завдання. Як і інші моделі організації взаємодії ЗМІ з владою, ліберальна модель не гарантує медіа-спільноті невтручання у редакційну політику. Ризик ліберальної позиції глобальних ЗМІ полягає у тому, що нові гравці отримують можливість, потрапляючи на світовий рівень, виходити на внутрішні ринки інших країн та здійснювати там свій вплив (наприклад, Russia Today).

Управління глобальною інформацією – лише один з аспектів проблеми. Розвиток глобальної новинної мережі змушує країни так чи інакше інтегруватися в них. Деякі країни визнають, що нові комунікаційні технології зробили практично неможливим контроль над усіма потоками іноземної інформації; хоча, як варіант, можна продукувати інформацію, яка могла б конкурувати з іноземними новинними матеріалами. Таким чином, держави у своїх відносинах зі ЗМІ можуть застосовувати стратегію «обмеження» або «кооперації». Друга модель передбачає визнання сторонами взаємної зацікавленості.

Існує прямий зв'язок між потенціалом міжнародних ЗМІ та формуванням зовнішньополітичного іміджу, інтенсивністю взаємодії з іншими новинними організаціями. ЗМІ можуть розвивати на міжнародному рівні внутрішньокорпоративні зв'язки, які побудовані за мережовим принципом на основі фінансово-контактних зобов'язань, професійних стандартів та загальних технологій. При цьому, держави можуть бути зацікавлені у «делегуванні» ЗМІ частини інформаційно-пропагандистських завдань, поділяючи цінності та професійні настанови медіа-спільноти.

Питання метадискурсивного аналізу впливу ЗМІ залишається відкритим, оскільки, новинні організації самі схильні до впливу різних громадських, державних та комерційних сил. Основними ресурсами поте-

нційного впливу міжнародних ЗМІ є: 1) відбір та інтерпретація інформації; 2) здатність формувати ставлення у світі до певних держав та їх політики; 3) можливість виступати у ролі «псевдопосередника» в момент реалізації комунікації між сторонами, які задіяні у конфлікті.

Актори міжнародних відносин, які прагнуть через міжнародні ЗМІ донести свої лінгвопрагматичні меседжі до осіб, які приймають рішення, нерідко стикаються з тим, що ЗМІ працюють згідно зі своєю логікою, що ускладнює передачу саме того конкретного послання, яке вони закладають у свої дії. Якщо у першому випадку мова йде про пряме маніпулювання світовими ЗМІ і їх використання для здійснення контролю за порядком денним, то у другому випадку причиною спотворення можуть стати особливості внутрішньокорпоративної мережової взаємодії міжнародних медіа. Відповідно, актори, наприклад, неурядові організації або міжнародні організації мають враховувати фактор «організаційної рутини» при взаємодії зі ЗМІ.

Обираючи новини, ЗМІ мають враховувати комунікацію між акторами: між тими, хто стає об'єктом/джерелом новин, та тими, хто реагує на цю інформацію. У кризові періоди учасники новинного простору прагнуть заповнити порядок денний своєю подачею інформації. Розвиток новин відбувається у дискурсивних та тематичних рамках, які особливо у кризові періоди визначаються офіційними політичними структурами та елітами. Часто держави, які формують новинний порядок денний – близькі не лише в ідеологічному, економічному, культурному або інших планах, а також за своїми «головними» ЗМІ, які мають пріоритетний або ексклюзивний вихід до джерел інформації, можуть посилювати ці інтерпретації.

Не лише західні новинні організації мають величезний потенціал впливу, хоча можливості альтернативних глобальних ЗМІ обмежені «консенсусом» новинного порядку денного, який визначається провідними західними ЗМІ. Розповсюджуючись глобально, західні ЗМІ представляють не лише свої національні уряди, але й ціннісні установки та реалізують свої лінгвопрагматичні цілі.

Беззаперечним є факт впливу глобальних ЗМІ на міжнародний імідж держав. Виходячи з того, що держави самостійно намагаються створити свій бажаний образ для сприйняття світовою спільнотою, вони часто вдаються до метамовних пропагандистських засобів, які направлені на «позитивне контрінформування», тобто нейтралізацію негативної інформації, яка надходить через альтернативні канали. Завдання, яке стоїть перед державою – створити свій підконтрольний зовнішньополітичний імідж, має бути вирішено у взаємодії зі світовими ЗМІ, як мережевими акторами. Класичних дипломатичних або пропагандистських заходів у деяких випадках виявляється не достатньо. Так само, не достатньо лише «представницької» функції глобальноорієнтованих медіа-проектів, які розповсюджують свою метадискурсивну інформацію, яка залишається слабкою та ніяк не впливає на порядок денний у світовому масштабі.

Держави можуть робити серйозні прорахунки у своїх пропагандистських кампаніях саме через те, що

вони не розглядають ЗМІ у контексті системних конкурентних транскордонних зв'язків. Протидіяти слід не лише «негативним» новинам, але й причинам їх появи у глобальних ЗМІ. З точки зору інформаційної діяльності новини не діляться на «негативні» та «позитивні», якщо ми говоримо про вплив міжнародних новин на імідж. «Негативним» стає контекст у якому використовується новина, щоб пояснити її значення для міжнародної аудиторії.

Імідж у цьому контексті слід розглядати не лише як «інструмент» або фіксований результат, але як явище, яке має тенденцію до змін та розвитку під впливом ЗМІ, які мають вплив та вихід до міжнародної аудиторії та невідконтрольні державі. Поняття «імідж» перейшло з абстрактної категорії до практичної, стало предметом політичних інтересів завдяки «кумулятивному» ефекту міжнародних ЗМІ, які взаємодіють між собою. Розвиток класичних методів інформування цільової аудиторії має супроводжуватися поглибленням професійних та ділових відносин між національними та глобальними ЗМІ. Можливість держави бути почутою світом залежить не в останню чергу і від рівня популярності національних ЗМІ на міжнародному медіа-ринку.

Таким чином, реакція держав на висвітлення в іноземних ЗМІ їх зовнішньої та внутрішньої політики можна інтерпретувати як один із проявів того, що вони усвідомлюють себе учасниками міжнародних відносин. Система металементів (синтаксичні, графічні, інтонаційні, лексичні та інші засоби) дозволяють інформаційному повідомленню виділити та підкреслити найважливіші аспекти певного меседжу. Завдяки цим металементам можна виокремити та зрозуміти, яку лінгвопрагматичну мету переслідує автор інформаційного повідомлення.

Наразі у європейському медіапросторі проводиться активна пропагандистська діяльність, у якій застосовано широкий арсенал комунікативних засобів, які охоплюють увесь інформаційний простір. Така пропагандистська діяльність відбувається з метою впливу на погляди як звичайних громадян цих країн, так і з метою зміни політичної ситуації в регіоні. Коло питань, які охоплюють пропагандистські ЗМІ найчастіше стосується міжнародного порядку денного та питань, які є важливими для окремих країн. Останні кілька років держави намагаються вживати контрзаходів, як на національному, так і на загальноєвропейському рівнях.

ЄС сформував власну стратегію, яка спрямована на створення комплексної протидії зовнішній дезінформаційній діяльності. Європейський Парламент прийняв 23 листопада 2016 року Резолюцію «Résolution du Parlement Européen sur la communication stratégique de l'Union visant à contrer la propagande dirigée contre elle par des tiers» (Резолюція Європейського Парламенту щодо стратегічних комунікацій ЄС як протидія пропаганді третіх сторін). Резолюція має рекомендаційний характер і радить країнам ЄС вжити комплекс заходів, які спрямовані протидіяти недружнім діям з боку інших держав. У своєму дослідженні ми спробуємо виділити метадискурс, який покликаний виокремити значущість змісту та переконати реципієнта в

істинності повідомлень. Сама Резолюція складається з 59 положень, які можна розбити на 4 блоки:

1) стратегічна комунікація ЄС спрямована проти-стояти пропаганді третіх сторін (*Communication stratégique de l'Union visant à contrer la propagande dirigée contre elle par des tiers*);

2) визнання і викриття дезінформації та російської пропаганди (*Reconnaissance et dénonciation de la guerre de désinformation et de propagande russe*);

3) розуміння й блокування інформаційної війни, дезінформації та методів радикалізації ІДІЛ / ДАЕШ (*Comprendre et contrer la guerre d'information, la désinformation et les méthodes de radicalisation de l'EIL/Daech*);

4) стратегія ЄС у боротьбі з пропагандою (*Stratégie de l'Union européenne pour lutter contre la propagande*).

Автори Резолюції викладають свій погляд з приводу причин та витоків інформаційної війни: «...*la guerre d'information est un phénomène historique aussi ancien que la guerre elle-même; que la guerre d'information ciblée contre l'Occident a été largement menée par l'Union soviétique durant la guerre froide et qu'elle fait, depuis, partie intégrante de la guerre hybride moderne, combinaison de mesures militaires et non militaires, secrètes et ouvertes, visant à déstabiliser la situation politique, économique et sociale du pays attaqué, sans déclaration de guerre formelle, qui visent non seulement les partenaires de l'Union, mais aussi l'Union elle-même...*» [10]. Між рядків простежується ідея того, що гібридна російська агресія на території України спрямована і проти усього західного світу та європейських цінностей.

Починаючи з преамбули, стають зрозумілими головні виклики та загрози усій європейській спільноті: «*avec l'annexion russe de la Crimée et la guerre hybride menée par la Russie dans le Donbass, le Kremlin a intensifié sa confrontation avec l'Union; que le Kremlin a intensifié sa guerre de propagande, la Russie jouant un rôle plus actif dans l'environnement médiatique européen, afin de créer dans l'opinion publique européenne un soutien politique en faveur de l'action russe et de nuire à la cohérence de la politique étrangère de l'Union*» [10]. Автори Резолюції стисло передають небезпечну ситуацію, яка склалася, посилюючись на передумови та причини нової міжнародно-політичної ситуації та її інформаційного висвітлення, а саме – анексія Криму та гібридна війна на Донбасі.

У преамбулі також зазначається, що вплив кремлівських медіа на інформаційний простір східноєвропейських країн є надто сильним, і досить часто національні медіа не можуть симетрично їм протистояти: «*la guerre de propagande et l'intrusion des médias russes sont particulièrement vigoureuses et souvent inégalées dans les pays du voisinage oriental; que les médias nationaux dans ces pays sont souvent faibles et incapables de résister à la force et à la puissance des médias russes*» [10].

У рекомендаціях власне комунікативного плану цієї Резолюції, зокрема, у пункті 6 йдеться про те, що дискурс країн-членів має бути спрямований на зображення позитивного іміджу ЄС і повинен ма-

ти наступальний (*offensif*), а не захисний (*défensif*) характер: *«reconnait que l'Union doit faire de ses efforts de communication stratégique une priorité, en y consacrant les moyens appropriés; rappelle que l'Union est une réussite en matière d'intégration qui continue, malgré la crise, à attirer des pays désireux de reproduire son modèle et de l'intégrer; souligne par conséquent que l'Union doit mettre en avant un message positif axé sur ses succès, ses valeurs et ses principes, obtenus avec détermination et courage, et doit tenir un discours offensif et non défensif»* [10].

Цікавою є теза про те, що стратегічні комунікації та інформаційна війна є не тільки зовнішнім питанням ЄС, але й внутрішнім: *«demande aux institutions de l'Union de reconnaître que la communication stratégique et la guerre d'information ne sont pas seulement un problème externe, mais aussi interne, à l'Union et s'inquiète des nombreux relais dont dispose la propagande hostile à l'Union en son sein»* [10], що зазначено у 2 пункті Резолюції.

Увесь другий блок Резолюції присвячено протидії інформаційній діяльності Росії у європейських країнах. Він починається з попередження, що Росія використовує контакти і зустрічі з колегами з ЄС з метою пропаганди і публічного послаблення загальної позиції ЄС, а не для встановлення реального діалогу: *«constate avec regret que la Russie utilise les contacts et les rencontres avec ses homologues de l'Union à des fins de propagande et pour affaiblir publiquement la position commune de l'Union plutôt que pour l'établissement d'un véritable dialogue»* [10]. Автори Резолюції у якості прикладів прямо наводять основні метадискурсивні пропагандистські засоби комунікації завдяки яким Росія реалізовує свою інформаційну війну: «Русский мир», «Россотрудничество», «Спутник», «Russia Today», соціальні медіа, інтернет тролі, псевдорелігійні організації, компанії та неурядові організації, які підконтрольні Кремлю. Головною метою цих організацій є: *«s'attaquer aux valeurs démocratiques, de diviser l'Europe, de s'assurer du soutien interne et de donner l'impression que les États du voisinage oriental de l'Union européenne sont défaillants»* [10].

Важливим з лінгвопрагматичного погляду є термін «*État défaillant*» (англ. *failed state* – термін часто використовується росіянами під час переговорів), який вжито у Резолюції. Європейці чітко усвідомлюють, що російська пропаганда намагається штучно укорінити у свідомості громадян країн-членів ЄС це поняття як релевантне до України та Грузії. У французькій мові існує кілька синонімів для позначення «неспроможної держави» – *État en déliquescence, État défaillant, État failli, État déstructuré, État en échec*. Французький науковець Серж Сюр дає наступне визначення цього терміну: *«...un appareil d'État ne peut plus remplir ses fonctions essentielles, et spécialement assurer la sécurité physique de sa population. Il en résulte non seulement des troubles internes, mais des prolongements extérieurs – intervention des voisins, afflux massif de réfugiés, contagion de l'instabilité –, de sorte que la paix et la sécurité internationales sont à leur tour menacées»* [11]. Вік також виділяє окремо поняття «*L'État failli*», яке охоплює увесь концепт «неспроможна держава»: «*On*

peut mettre à part la notion d'État failli, qui est parfois utilisée pour désigner des pays dont la situation financière est tellement dégradée qu'ils ne peuvent plus assurer le paiement des intérêts de dettes publiques colossales, régler les traitements de leurs fonctionnaires, etc.» [11]. Науковець узагальнює та говорить про «*État défaillant*», як про «*faible, divisé, incapable, effondré, assailli...*» [11].

З 2005 року існує «Failed States Index/The Fragile States Index» – це комплексний показник, що характеризує здатність або нездатність влади контролювати цілісність своєї території, а також демографічну, політичну та економічну ситуацію в країні. Результати дослідження випускаються щорічно незалежною громадською організацією «The Fund for Peace» спільно з політологічним журналом «Foreign Policy». Вони спеціалізуються на вивченні причин і умов війни, та докладають зусиль для їх запобігання. Індекс слабкості держав позиціонується як порівняльний інструмент для оцінки ризику і прогнозування внутрішньо-державних конфліктів. Наразі не існує універсального визначення «неспроможної», «недіездатної» або «слабкої» держава. У загальному випадку це визначення служить для позначення як держав, що знаходяться в нестабільному, або «периферійному», стані, тобто балансують на межі економічної та політичної кризи, так і держав, які тривалий час перебувають в стані деградації. Більшість дослідників дотримуються думки, згідно з якою державу можна назвати «неспроможною», якщо вона не в змозі виконувати свої основні функції, а також не має ефективного контролю над своєю територією і кордонами. Така держава не може створювати умови для свого існування, хоча деякі елементи держави і її окремі інститути можуть продовжувати діяти. Термін «неспроможна держава», а останнім часом «слабка держава», широко використовується у метадискурсі політичними коментаторами і журналістами, які часто надають йому оцінний, а в багатьох випадках і суб'єктивний, характер, що створює додаткові протиріччя. Для того, щоб зробити визначення більш точним, організацією «The Fund for Peace» запропоновані наступні ключові ознаки «неспроможної», або «слабкої» держави:

- Втрата фізичного контролю над своєю територією, або державна монополія на законне використання фізичної сили на своїй території.
- Нездатність легітимної державної влади забезпечити процес прийняття колективних рішень.
- Нездатність законної державної влади забезпечити елементарні громадські послуги.
- Нездатність взаємодіяти з іншими державами в якості повноправного члена міжнародного співтовариства.

При складанні Індексу експерти протягом року аналізують країни світу і пов'язані з ними інформаційні потоки за допомогою спеціального системного інструменту оцінки конфліктів («Conflict Assessment System Tool»). Аналіз проводиться на підставі 12 критеріїв – так званих «індикаторів вразливості» держави, які охоплюють три ключові показники – соціальні, економічні та політичні [6].

Згідно з даними «Fragile state index» за 2017 рік Україна посіла 90 місце і опинилась серед держав з

рівнем стабільності нижче середнього (небезпечний рівень ризиків). Південний Судан, Сомалі, Центрально-Африканська Республіка, Ємен, Судан, Сирія, Демократична Республіка Конго, Чад, Афганістан, Ірак – це перший десяток країн з високим рівнем нестабільності (критичний рівень ризиків), тобто саме ці країни відповідно до результатів рейтингу є «*États défaillants*». Закривають цей рейтинг держави з високим рівнем стабільності (відсутність ризиків): Швеція, Данія, Швейцарія, Норвегія, Фінляндія, які посіли 174-178 місця.

Крім того, у Резолюції Європейського Парламенту щодо стратегічних комунікацій ЄС як протидія пропаганді третіх сторін у пункті 8 йдеться про фінансування Кремлем проросійських політичних партій та організацій в країнах-членах ЄС, тобто окреслюються очікувані ефекти і цільові аудиторії медійного пропагандистського впливу: «*le Kremlin finance des partis politiques et d'autres organisations au sein de l'Union, dans l'intention de nuire à la cohésion politique, et que, d'autre part, la propagande du Kremlin vise directement des journalistes, des hommes politiques et des citoyens spécifiques de l'Union*» [10]. Крім того, інформаційна тактика та стратегія Росії поєднана з її зовнішньою політикою, дипломатією націлена на критику, дискредитацію та послаблення ЄС. РФ відкрито підтримує та фінансує популістські ультра-праві партії, які мають антиєвропейське спрямування.

Як вважають автори Резолюції, головна мета російської пропаганди – переконати увесь світ у тому, що деякі країни Європи завжди належали до традиційної сфери впливу РФ: «*...l'activité inspirée par le Kremlin en Europe, y compris la désinformation et la propagande visant à maintenir ou à accroître l'influence de la Russie et à affaiblir et à diviser l'Union européenne; souligne qu'une grande partie de la propagande hostile du Kremlin vise à décrire certains pays européens comme appartenant à la sphère d'influence traditionnelle de la Russie, et à porter ainsi atteinte à leur souveraineté et à leur identité européenne profondément ancrée, qui, par le passé, a été mise à mal par les régimes communistes... une interprétation manipulée des événements historiques et visant à justifier ses actions extérieures et ses intérêts géopolitiques... la falsification de l'histoire est une autre de ses stratégies principales*» [10]. Фальсифікація історії – одна з головних лінгвопрагматичних маніпулятивних стратегій Кремля.

Одним із основних інструментів впровадження положень Резолюції було створення «*La task force de l'Union sur la communication stratégique*» (англ. StratCom Task Force). Група щотижня випускає «Дезінформаційний огляд» у якому у вигляді таблиці вказана дата надання дезінформації, мова, цільова аудиторія, стислий зміст фейкової новини, посилання в інтернеті або інше медійне джерело дезінформації, спростування та джерело спростування.

Слід зауважити, що у плані методології дії європейських інституцій, спрямованих на протидію російській пропаганді, не можна назвати достатньо ефективними, адже вони зазвичай зводяться до розвінчування окремих елементів дезінформації, а саме до «фактчекінгу» (перевірки фактів). Це перетворює

процес протидії пропаганді на реактивний, а не на активний з наступальною позицією.

Що стосується Франції, то її офіційна позиція щодо дій РФ та позиція французького суспільства відрізняються. За критерієм політичного визнання загрози Франція отримала найвищий бал у дослідженні «*Kremlin Watch*» [9, с. 55-58]. Згідно з висновками цієї доповіді, Франція намагається бути остороною проблем з Росією: «*Trying to stay away from the issues. These countries have historical, energy-related, or economically preferential relations with Russia. They do not feel threatened by Russia and, excepting the conflict in Ukraine, do not acknowledge the existence of a threat.*» [7]. Для французького суспільства більшою загрозою є ісламизм та тероризм, ніж російська пропаганда та інформаційна війна: «*Although awareness is rising in France about the threat posed by Russian hostile interference – especially in connection with the recent elections, marred by allegations of Russian meddling – the country, which has recently suffered several terrorist attacks, is more concerned with battling Islamic extremism and propaganda than it is with Russia.*» [9, с. 55-56].

Заяви проукраїнських діячів та організацій у тотальній зміні настроїв французів щодо України та Росії є поки поодинокими, хоча значне погіршення ставлення французів до РФ відбулося у 2015 році [5]. Громадянське суспільство переважно не бере участі у боротьбі з пропагандою та поширенням дезінформації. Така ситуація спричинена активною діяльністю мережі проросійських організацій, культурних і релігійних установ, проросійських політиків і, звичайно не в останню чергу, преференційними економічними відносинами Франції з Росією. Створюючи контент, російські медіа на її території співпрацюють з французькими радикальними партіями. Внутрішні проблеми країни (безробіття, мігранти, економічні проблеми) та зовнішня загроза (ІДІЛ) є найголовнішими для безпеки Французької Республіки. Україна є чи не єдиною темою, яка різко протиставляє Францію та Росію.

Тема пропаганди і відносин між двома державами розкривається у ліберальній газеті «*Le Monde*» та телевізійній програмі «*C dans l'air*» («*France 5*»). Зокрема, «*Le Monde*» написав відкритий лист французьких громадських діячів щодо відкриття ліцензії телеканалу «*Russia Today France*» [8]. «*L'Observateur*», «*Le Monde*» у своїх публікаціях аналізують вплив російських метадискурсивних інформаційних стратегій на внутрішню та зовнішню політику Франції.

Висновки. Метатекст міжнародних ЗМІ може конструювати глобальну систему пропагандистських засобів впливу з метою побудови позитивно-негативного іміджу як своєї, так і інших держав. Проведений аналіз показав основні металементи та метадискурсивні засоби впливу, які активно використовуються в інформаційній війні. Як бачимо, спроби ЄС та окремих країн-членів створити єдину загальноєвропейську систему протидії зовнішній дезінформаційній діяльності досить повільно приносять свої результати. Ухвалені стратегічні документи, які в черговий раз підтверджують загрозу

та створюють метадискурсивні інструменти протидії пропаганді, свідчать про готовність європейського співтовариства визнавати інформаційну небезпеку. На загальноєвропейському рівні тривають дискусії про саме існування проблеми інформаційної війни, її реальну загрозу європейській безпеці та характер відповіді на неї з боку об'єднаної Європи. На національному рівні уряди країн-членів ЄС намагаються інтенсивніше протидіяти пропаганді ЗМІ та впливу третіх сторін, поступово виробляючи належні інструменти та модифікуючи власну нормативно-правову базу. Спроби Франції протидіяти дезінформації поки є

недостатньо системними, що відображається у відповідному дискурсі. Проблема російської пропаганди поступається місцем проблемам страху перед тероризмом та іншим виявам ісламської загрози. Проголошене Е.Макроном бажання на державному рівні змінити чинне законодавство у сфері протидії фейковим новинам поки не має чітких контурів та механізмів реалізації. Тому перспективи подальших досліджень ми вбачаємо у поглибленому аналізі лінгвопрагматичних особливостей концептуалізації основних напрямків міжнародних відносин через глобальні ЗМІ.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бурбело В. Б. Метадискурс та його маркери у французькому дискурсивному просторі / Валентина Броніславівна Бурбело. // Мовні і концептуальні картини світу: зб.наук. праць.. – 2014. – С. 179–192.
2. Бурбело В. Б. Метакомунікативний компонент французьких середньовічних текстів (драма, епос, повчання) / Валентина Броніславівна Бурбело // Наукова спадщина професора Ю.О. Жлуктенка та сучасне мовознавство: зб.наук. праць. – К., 2000. – С.49-53.
3. Вежбицка А. Метатекст в тексті / Анна Вежбицка // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып.8. Лингвистика текста. – М.: Прогресс, 1978. – 479 с.
4. Crismore A. Talking with Readers: Metadiscourse as Rhetorical Act. N. Y.: Peter Lang Publishers, 1989. 235 p.
5. Demesmay C. French Susceptibility to Russian Propaganda / Claire Demesmay // German Council on Foreign Relations. – 2016. – <https://dgap.org/en/think-tank/publications/dgapanalyse-compact/french-susceptibility-russian-propaganda>.
6. FRAGILE STATES INDEX 2017 – ANNUAL REPORT // The Fund for Peace. – 2017. – <http://fundforpeace.org/fsi/2017/05/14/fragile-states-index-2017-annual-report/>.
7. Janda, J. et al (2017). How Do European Democracies React to Russian Aggression??. European Values. 22 April 2017. <http://www.europeanvalues.net/russia/>
8. « Monsieur Schrameck, suspendez l'attribution de la licence de diffusion à Russia Today » // Le Monde. – 2017. – http://www.lemonde.fr/idees/article/2017/12/20/monsieur-schrameck-suspendez-l-attribution-de-la-licence-de-diffusion-a-russia-today_5232472_3232.html#5jA72L91233Jpr7i.99.
9. Overview of countermeasures by the EU28 to the Kremlin's subversion operations. // Kremlin Watch Report. – 2017. – P. 55–58.
10. Rapport sur la communication stratégique de l'Union visant à contre la propagande dirigée contre elle par des tiers (2016/2030(INI)). // Commission des affaires étrangères. – 14 Octobre 2016.
11. Sur S. Sur les «États défaillants» / Serge Sur // Commentaire., – 2005. – <https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/0502-SUR-FR-2.pdf>

REFERENCES

1. Burbelo V. Metadiscourse and its markers in the French discursive space / Valentina Burbelo // Linguistic and conceptual pictures of the world: collected works. – 2014. – p. 179–192.
2. Burbelo V. Meta-communicative component of French medieval texts (drama, epic, homily)/ Valentina Burbelo // Scientific heritage of Professor Y. Zhluktenko and modern linguistics: collected works. – K., 2000. – p.49-53.
3. Wierzbicka A. Metadiscourse in discourse / Anna Wierzbicka // New in foreign linguistics. – №.8. Text linguistics. – М.: Progress, 1978. – 479 p.

Metadiscourse and metapragmatic parameters of the media communications and international politics interaction

V. V. Litiaga

Abstract. The article explores the linguistic and pragmatic influence of the media on foreign policy. The attempt to analyze the text of European Parliament Resolution on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties. The article analyzes European and also French metapragmatic strategies in the fight against mass media propaganda. It is considered the semantics of information influence, outlined the negative effects of the international media policy (information war, propaganda, fact checking, fake news).

Keywords: *metadiscourse, linguistic pragmatics, media communication, global media, propaganda, information policy, communicative strategy.*

Метадискурсивные и метапрагматические параметры взаимодействия медиа коммуникаций и международной политики

В. В. Литяга

Аннотация. В статье исследовано лингвопрагматическое влияние СМИ на внешнюю политику. Предпринята попытка метадискурсивного анализа текста Резолюции Европейского Парламента по стратегическим коммуникациям ЕС как противодействие пропаганде третьих сторон. Проанализированы общеевропейские и отдельно французские метапрагматические стратегии в борьбе с пропагандой СМИ. Рассмотрена семантика информационного воздействия, определены негативные последствия влияния международной медийной политики (информационная война, пропаганда, фактчекинг, фейковые новости).

Ключевые слова: *метадискурс, лингвопрагматика, медиа коммуникация, глобальные СМИ, пропаганда, информационная политика, коммуникативная стратегия.*

Мовна особистість як суб'єкт художнього дискурсу

К. І. Ликова

Київський національний лінгвістичний університет, Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: kseniia.danilchenko@gmail.com

Paper received 30.03.18; Accepted for publication 05.04.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-09>

Анотація. Стаття присвячена актуальним підходам сучасної лінгвістичної науки до вивчення проблеми мовної особистості, багатоплановості інтерпретації та її типологічної різноманітності. Особлива увага приділяється специфіці аналізу мовної особистості як суб'єкта художнього дискурсу з урахуванням її ідіосинкратичних характеристик.

Ключові слова: антропоцентризм, мовна особистість, художній дискурс, персонаж.

Вступ. Антропоцентричний принцип дослідження мовного матеріалу вважається одним з найбільш пріоритетних напрямів у сучасному мовознавстві. Обираючи людину "мірою всіх речей", лінгвістична наука здійснює переорієнтацію з об'єкта пізнання на суб'єкт та фокусується на антропоморфних властивостях мови. Передумовою для виникнення антропоцентризму вважається філософська концепція німецького філософа та лінгвіста Вільгельма фон Гумбольдта, відповідно до якої вивчення мови має відбуватися в тісній взаємодії зі свідомістю людини, її культурою та духовним життям. Мова не тільки віддзеркалює об'єктивну реальність через людську свідомість, а й у такий спосіб трансформує її. Беззаперечною є неможливість існування мови поза межами мовної свідомості, носієм якої виступає мовна особистість, тобто "людина, яка існує у мовному просторі – у спілкуванні, у стереотипах поведінки, що зафіксовані в мові, у значеннях мовних одиниць та смислів текстів" [6, с. 13].

Перші згадки про мовну особистість пов'язують з роботою В.В. Виноградова «О художественной прозе» (1930). Аналізуючи бачення Бодуеном де Куртене проблеми поетичного образу, він каже, що "його цікавила мовна особистість як вмістилище соціально-мовних форм та норм колективу, як фокус схрещення та змішування різних соціально-мовних категорій" [2, с. 61]. Таким чином він зауважує, що вказана точка зору свідчить про лінгвістичний підхід до інтерпретації суб'єктивної свідомості, як носія соціально-мовної системи. Не зважаючи на частотні згадки словосполучення «мовна особистість» у роботі, В.В. Виноградов все ж не надає його повноцінне визначення.

Теоретичне та практичне осмислення поняття мовної особистості було здійснено тільки у 80-тих роках ХХ століття. Введення поняття у широкий науковий обіг було спричинене появою роботи Ю.М. Караулова «Русский язык и языковая личность», де дефініція вперше набула змістовного наповнення. У своїй праці Ю.М. Караулов характеризує мовну особистість як "сукупність здібностей і характеристик людини, що зумовлюють створення і відтворення нею мовних творів (текстів), які розрізняються а) ступенем структурно-мовної складності, б) глибиною і точністю відображення дійсності, в) певною цільовою спрямованістю ... " [7, с. 3]. Очевидним є, що вчений керується поняттям мовної картини світу і уявленням про особистість, яка, використовуючи мову, передусім опановує мовну картину світу, а згодом, через мову,

проекує себе в цей світ, у такий спосіб збагачуючи себе і суспільну свідомість. Таким чином, перефразуючи лінгвістичну заповідь Ф. де Соссюра, який наголошував, що за кожним текстом стоїть система мови, Караулов пропонує новий підхід до вивчення мови, в якому за кожним породжуваним текстом, мовним висловленням стоїть мовна особистість.

Враховуючи поліаспектність та багатозначність згаданого поняття, Ю.М. Караулов розробив ієрархічну модель мовної особистості, яка включає в себе три структурні рівні: лексикон (вебально-семантичний рівень), тезаурус (когнітивний рівень) та прагматикон (мотиваційний рівень). Вербально-семантичний рівень вважається базовим рівнем мовних одиниць, які забезпечують вербалізацію та комунікацію особистості. Аналіз дискурсу мовця на цьому рівні передбачає опис формальних засобів вираження певних значень. Наступний, когнітивний рівень являє собою картину світу, що інтегрує поняття, ідеї, концепти та відображає ієрархію цінностей. На цьому рівні мовлення людини аналізується з погляду дискурсивних особливостей відтворення мовної картини та власних уявлень мовної особистості про навколишній світ. Мотиваційний рівень включає сукупність мовних засобів для задоволення комунікативно-діяльнісних потреб особистості, які відображаються в мовній поведінці людини [7].

Аналіз численних лінгвістичних студій, присвячених поліаспектному дослідженню мовної особистості, дозволяє виокремити з-поміж різноманітних підходів до її вивчення певні інтегральні принципи та характеристики.

З позиції лінгвокогнітології вважається доцільним розглядати мовну особистість як особистість комунікативну, оскільки вона постійно перебуває в умовах спілкування. Стрижневим поняттям когнітивної картини світу є концепт (С.А. Жаботинська, В.І. Карасик, О.С. Кубрякова, Ю.С. Степанов, О.О. Селіванова) – "термін, що слугує для пояснення одиниць ментальних або психічних ресурсів нашої свідомості та тієї інформаційної структури, яка відбиває знання і досвід людини: оперативно-змістова одиниця пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи та мови мозку, всієї картини світу, відбитої в людській психіці" [8, с. 90]. Вивчення концептів та їх сполук, репрезентованих у мовній свідомості людини, а також засоби їх відображення в її дискурсі є перспективним напрямком у лінгвоперсоналогії.

Одним з провідних підходів до вивчення мовної особистості прийнято вважати лінгвокультурологічний підхід. Виступаючи об'єктом лінгвокультурологічних досліджень, людина "існує в просторі культури, яка відображена в мові, у формах суспільної свідомості на різних рівнях, у поведінкових стереотипах і нормах, у предметах матеріальної культури тощо." [9, с. 118]. Як представник певної культури, а отже як носій певного лінгвокультурного коду, мовна особистість може бути реконструйована на базі лінгвокультурологічних категорій, які актуалізуються в мовленні. У межах лінгвокультурної типізації особистості відбувається дослідження лінгвокультурних типажів – представників певної культури, які добре ідентифікуються. В межах окремих культур лінгвокультурні типажі поділяються на етнокультурні та соціокультурні. Етнокультурні типажі розуміються як узагальнений образ лінгвокультури загалом, тоді як соціокультурні типажі є узагальненими образами представників певного соціального класу чи групи в межах етнокультурної спільноти [5].

Лінгводидактичний підхід ґрунтується на уявленні про мовну особистість, що формується у процесі реалізації її власних діяльнісно-комунікативних потреб в межах того чи іншого педагогічного або методичного простору. Як зазначає Г.І. Богін мовна особистість це "людина, яка розглядається з точки зору її готовності здійснювати мовні вчинки, створювати та сприймати мовні твори" [1, с. 1]. Інакше кажучи вона являє собою комбінацію мовних здібностей, які дозволяють їй проявити себе в різних іпостасях в процесі комунікації.

Теорія мовної особистості, що активно розбудовується сучасними вченими викликає науковий інтерес з огляду на вибір різноманітних об'єктів дослідження. Беручи до уваги цей факт, вважаємо за необхідне звернути увагу на останні тенденції лінгвоперсоналогічних студій. Нині термін "мовна особистість" в лінгвістиці вивчається як система "особистісних" феноменів (В. В. Красних), мовна та мовленнєва особистість (Ю. Є. Прохоров), етносемантична особистість (С. Г. Воркачев), елітарна та діалектна мовна особистість (О. Б. Сиротиніна, К.В. Іванцова, Т.В. Кочеткова), мовна особистість західних та східних культур (Т. І. Снітко), словникова мовна особистість (В. І. Карасик), національна мовна особистість (Ю.М. Караулов, О. М. Біляєв) емоційна мовна особистість (В. І. Шаховський), мовна особистість політика, перекладача (Л.Л. Славова, М.Л. Іваницька), мовна особистість письменника та персонажів художніх творів (Я.О. Бондаренко, І.А. Морякіна, Л.М. Чуриліна), тощо. В межах нашого дослідження особливо цікавим є вивчення художнього тексту з позиції антропоцентризму, де в центрі уваги перебуває персонаж як мовна особистість.

Зазначений підхід вимагає звернення до терміну "художній дискурс", який розуміється як зв'язний текст в його сукупності з позамовними – прагматичними, соціокультурними, психолінгвістичними та іншими факторами, як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємовідносинах людей і механізмах їх свідомості. Своєрідність художнього дискурсу як комунікативно спрямованого вербального твору, що володіє естетичною цінністю, полягає в його антропоцентричності, проєктивності, емоційному забарвленні, стилізованості мовлення, культурологічній значущості та здатності втілювати в образній формі змодельовану автором особливу художню картину світу. З цього погляду вважаємо доцільним розглядати художній дискурс як продукт одного з найскладніших видів комунікації – художньо-літературної, суб'єктами якої стають не лише автор і читач, але й персонажі. У межах антропоцентричного підходу до вивчення художнього дискурсу фокус уваги зосереджується на літературному персонажі як специфічній мовній особистості з урахуванням цілого спектру її ідіосинкратичних характеристик, представлених у мовленнєвій інтеракції [10]. Як зазначає Л. М. Чуриліна, дотримання антропоцентричного принципу в аналізі текстового простору художнього дискурсу уможливило опис різних рівнів організації мовної особистості персонажу в умовах художньої репрезентації. Оскільки єдиною матеріальною субстанцією існування персонажа в тексті є мова, а точніше – слово, аналіз організації лексичного рівня художнього дискурсу відкриває нові можливості для опису персонажу у якості моделі мовної особистості, та моделі людини у більш широкому розумінні. [12, с. 14]. У лінгвостилістиці досліджується мовна особистість персонажа як суб'єкта внутрішньотекстової комунікації на основі аналізу лексичної структури створених ним текстів. Згідно з цим, у фокусі лінгвістичного інтересу перебувають власне мовні та стилістичні засоби репрезентації мовної особистості у художньому дискурсі.

Отже, термін "мовна особистість" активно стверджується у сучасній лінгвістиці. Багатоплановість інтерпретації цього поняття насамперед пов'язана з різними уявленнями про об'єкт, ступенем абстрагованості в процесі дослідження та аспектами вивчення зазначеного феномена. Дослідження художнього тексту з огляду на людський фактор уможливило вивчення персонажу як певної мовної особистості. Таким чином, застосування антропоцентричного принципу до аналізу художнього тексту, відкриває нові перспективи як у дослідженні закономірностей структурної організації полісуб'єктного прозового тексту, так і у вивченні окремої мовної особистості – суб'єкта внутрішньотекстової комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богін Г.И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов: Автореф. дис. д-ра филол. наук. Калинин: КГУ, 1986. 86 с.
2. Виноградов В.В. Избранные труды: О языке художественной прозы. Москва: Наука, 1980. 360 с.
3. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки, 2001, 1, С. 64–72.
4. Иванцова Е.В. Лингвоперсоналогия: основы теории языковой личности. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2010. 158 с.

5. Карасик В.И. Языковые ключи. Волгоград: Парадигма, 2007. 520 с.
6. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена. 2002. 477 с.
7. Караулов Ю.М. Русский язык и языковая личность. Москва: Изд-во ЛКИ, 2010. 264 с.
8. Кубрякова Е.С. Части речи с когнитивной точки зрения. М.: РАН, Ин-т языкознания, 1997. 326 с.
9. Маслова В. А. Лингвокультурология. М.: Издательский центр Академия, 2001. 208 с.
10. Нормуродова Н.З. Художественный дискурс и языковая личность в свете актуальных лингвистических направлений: парадигмы знания, основные принципы и тенденции развития // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2015, 2, С. 12-15.
11. Чурилина Л.Н. Языковая личность в художественном тексте. Москва: Флинта, 2017. 239 с.

REFERENCES

1. Bogin G.I. The Model of the Language Personality and its Relation to the Variety of Texts: author's abstract. Dr.philol.sciences. Kalinin: KGU, 1986. 86 p.
2. Vinogradov V.V. Selected Works: About the Language of Fiction. Moscow: Nauka, 1980. 360 p.
3. Vorkachev S.G. Linguoculturology, Language Personality, Concept: Formation of the Anthropocentric Paradigm in Linguistics // Philological Sciences, 2001, 1, P. 64-72.
4. Ivantsova E.V. Linguopersonology: Foundations of Language Personality Theory. Tomsk: Tomsk University's Publishing Center, 2010. 158 p.
5. Karasik V.I. Language Keys. Volgograd: Paradigm, 2007. 520 p.
6. Karasik V.I. Language Circle: Personality, Concepts, Discourse. Volgograd: Peremena, 2002. 477 p.
7. Karaulov Yu.N. Russian Language and Language Personality. Moscow: LKI Publishers, 2010. 264 p.
8. Kubyakova E.S. Parts of Speech from the Cognitive Point of View. Moscow: RAS, Institute of Linguistics, 1997. 326 p.
9. Maslova V.A. Linguoculturology. Moscow: Academia Publishers, 2001. 208 p.
10. Normurodova N.Z. Literary Discourse and Linguistic Identity from the Perspective of Modern Linguistics: Paradigms of Knowledge, Basic Principles and Tendencies of Development // Vestnik VGU. Series: Linguistics and Cross-cultural Communication, 2015, 2, P. 12-15.
11. Churilina L.N. Language Personality in Literary Text. Moscow: Flinta, 2017. 239 p.

Языковая личность как субъект художественного дискурса

К. И. Лыкова

Аннотация. Статья посвящена актуальным подходам современной лингвистической науки к изучению проблемы языковой личности, многоплановости интерпретации и ее типологическому разнообразию. Особое внимание уделяется специфике анализа языковой личности как субъекта художественного дискурса с учетом ее идиосинкратических характеристик.

Ключевые слова: антропоцентризм, языковая личность, художественный дискурс, персонаж.

Language personality as subject of literary discourse

K. I. Lykova

Abstract. The article deals with the topical approaches of modern linguistic science to the study of the language personality problem, the multiplicity of its interpretation, and also its typological diversity. Special attention is given to the peculiarities of the analysis of the language personality as of a subject of literary discourse taking into account its idiosyncratic characteristics.

Keywords: anthropocentrism, language personality, literary discourse, character.

Linguo-stylistic realization of the symbol “TIME” in the novel “The Hours” by Michael Cunningham

O. Myslovska, N. Prokopovych*

Vinnitsia Mykhailo Kotsiubynskiy State Pedagogical University

*Corresponding author. E-mail: prokopovychn@gmail.com

Paper received 26.03.18; Accepted for publication 30.03.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-10>

Abstract. The article investigates the symbolism “TIME” on the material of the novel “The Hours” written by Michael Cunningham. The article shows the most important linguo-stylistic features which are used for the realization of the symbol “TIME” in the novel “The Hours”. The way the stylistic means under our investigation are used in the text have been illustrated by numerous examples taken from the novel.

Keywords: time, symbolism, linguo-stylistic means, metaphor, concept.

Every writer has his own style, which makes their works recognizable and sometimes popular. Michael Cunningham's writing style is simple and easy to read, though it is necessary to mention, that sometimes his writing contains too much information the reader should think about in order to understand the deeper thoughts of the author. The style is called stream of consciousness. It is a literary style in which the author follows visual, auditory, tactile, associative, and subliminal impressions and expresses them using “interior monologue” of characters either as a writing technique or as a writing style that mingles thoughts and impressions in an illogical order, and violates grammar norms.

In “*The Hours*”, Michael Cunningham, widely praised as one of the most gifted writers of his generation, draws inventively on the life and work of Virginia Woolf to tell the story of a group of contemporary characters struggling with the conflicting claims of love and inheritance, hope and despair. The narrative of Woolf's last days before her suicide early in World War II counterpoints the fictional stories of Samuel, a famous poet whose life has been shadowed by his talented and troubled mother, and his lifelong friend Clarissa, who strives to forge a balanced and rewarding life in spite of the demands of friends, lovers, and family.

The stylistic peculiarities of a literary text were researched by J. Williams, K. Wales, L. Jeffries and many others. It is worth being mentioned that the peculiarities of the style of M. Cunningham especially in the novel “*The Hours*” have never been an object of the research, which makes the topic of the article especially essential. Time, as suggested by the novel's title “*The Hours*”, is indeed the central issue within the narrative, and it is a motif that not only inflects the content of the novel, but also its structure. The aim of the article is to explain the stylistic peculiarities used for the realization the symbol “*time*” in the novel.

The three main characters of the text all share a similar story and face similar struggles, however, the nature of this struggle changes according to the social conventions of the time in which they manifest. Woolf, who is trying to cope with mental illness, depression, and suicidal tendencies in the 1920's, mirrors the character of Laura Brown, who feels trapped by the pressures and expectations of most 50's housewives. Both characters express a desire to escape from their world, but are unable to do so because of the people who surround them. Cunningham's depiction of Laura Brown was particularly captivating, mostly because he effectively illustrates her failure to achieve the perfection that others expect from her, and that she expects for herself. For instance, her inability to bake and decorate a flawless and pristine cake for her husband's birthday clearly denotes her

inability to comply with the unrealistic expectations that she sets for herself as a wife and a mother.

Time also plays a role in terms of how the characters cope with their sexual urges and romantic desires. Both Virginia Woolf and Laura Brown express some degree of desire for the same sex through a kiss: Woolf through a kiss she gave to her sister and Laura through a kiss to her neighbour who ostensibly is showing signs of imminent illness. These kisses haunt the characters, mostly because they represent a desire that could not possibly be expressed without the expected social consequences. Whereas Woolf has writing as an outlet for this desire, Laura Brown has no way of expressing it, thus fueling her desire to escape from her current condition.

The third main character, Clarissa, has created a home with her partner, Sally, but she is shown to oscillate between happiness towards her current condition and the anguish caused by the certainties and uncertainties of life. What makes Clarissa so appealing as a character is her paradoxical and indecisive nature. One moment, she seems to lament the follies of materiality, the fabricated nature of her home, the investment of money in superficial and useless items. Nonetheless, she invests a lot of time and money in a party to show how much she cares about her friend Richard, who is dying of AIDS. She embraces and rejects the comforts of materiality. She struggles with her need to please others while sacrificing her own pleasures and needs. She worries about the extent to which others enjoy the gifts she gives without thinking about her own appreciation to the gifts she is given. This sense of hesitation, which involves the struggle of the self with the demands of the outside world, is something that Clarissa shares with both Woolf and Laura.

The most haunting paragraph in this novel provides the comforting yet strangely bleak idea of enjoying the hours that provide us with comfort, happiness, and glory, simply because these hours are always followed by darker ones:

We throw our parties; we abandon our families to live alone in Canada; we struggle to write books that do not change the world, despite our gifts and our unstinting efforts, our most extravagant hopes. We live our lives, do whatever we do, and then we sleep. It's as simple and ordinary as that. A few jump out windows, or drown themselves, or take pills; more die by accident; and most of us are slowly devoured by some disease, or, if we're very fortunate, by time itself. There's just this for consolation: an hour here or there when our lives seem, against all odds and expectations, to burst open and give us everything we've ever imagined, though everyone but children (and perhaps even they) know these hours will inevitably be followed by others, far darker and more difficult. Still, we cherish the city, the morning; we

hope, more than anything, for more. Heaven only knows why we love it so. [2, p. 225-226].

Life is presented in the text of the novel as a series of cycles and repetitions. The cyclic nature of time and history is best represented with the suicides that occur within the novel in that both Woolf and Richard depart the world by affirming virtually the exact same statement to their loved-ones before killing themselves: "I don't think two people could have been happier than we've been" [2, p. 200]. Whether or not Richard was familiar with this exact statement made by Woolf in her suicide note is unclear, but the repetition of this phrase by two different people in two different time periods is indeed an eerie thought. Some people are better at coping with cycles. Others desperately try to change the direction of these cycles, or halt them altogether. Others willingly or unwillingly embrace them fully.

In "The Hours" intertextuality is one of the ways of representing the literary concept TIME, as well as intertext, paratext, quotation, allusion and reminiscence. There are the whole passages from the novel, perception of which occurs on the associative level. These are the passages which Laura Brown, the protagonist in "The Hours", reads. They appear as elements of an objective level of the literary concept TIME. They are some kind of elements of the game with the reader. For example, the first chapter under the title Mrs. Brown begins with the introductory paragraph of the novel "Mrs. Dalloway". Furthermore, the author includes exactly the same passage which he imitates in the first chapter about Clarissa Vaughan, describing her June morning in New York. And it is this similarity that makes clear imitative character of the description of Clarissa Vaughan's morning, even for those readers who have not read "Mrs. Dalloway" by Virginia Woolf. This morning represents time as being cyclical and causes the referent association. Less obvious manifestation of alien inclusion is allusion.

Paratextual relations of the title and epigraph of the text to the text itself play one of the most important roles in the representation of the literary concept TIME. By choosing "The Hours" as the title for his 1998 novel, Michael Cunningham verbalizes the literary concept TIME, emphasizing the importance and priority of this concept in the novel and points out that the novel provides intertextual reading, as "The Hours" was the working title of "Mrs. Dalloway".

Allusions arise from transforming the original text, some plot repetitions, or composition analogies [2, p. 123]. In "The Hours" allusions represent the literary concept TIME on the associative level. In each case, the temporal relations of the elements of the donor-text and text-recipient are superimposed. For example, in "Mrs. Dalloway" Clarissa describes how she "plunged" into the June morning at Bourton. She continues by describing that particular morning as being "like the flap of the wave; the kiss of a wave; chill and sharp" [2, p. 9]. Cunningham uses a similar metaphor in the opening scene to the first chapter under the title "Mrs. Dalloway". His Clarissa experiences the morning as if she were standing "at the edge of a pool, watching the turquoise water lapping at the tiles, the liquid nets of the sun wavering in the blue depths" [2, p. 9]. So, the description of Clarissa Vaughan's feeling is an allusion to Clarissa Dalloway's feelings in the June morning. Both authors use water imagery to convey their heroes' feeling of time, of that moment in June.

Another type of alien inclusions is reminiscences. Cunningham's "The Hours" refers not only to "Mrs. Dalloway",

but also to its author's biography. Particular attention should be paid to Michael Cunningham's appealing to Virginia Woolf's diaries. The writer accurately indicates the sources that he used for the reproduction of one day of Woolf's life. "I have tried to render as accurately as possible the outward particulars of their lives as they would have been on a day I've invented for them in 1923" [2, p. 229]. It becomes clear that Cunningham does not really reproduce a real day of Virginia's life, but gathers various events, thoughts, feelings that Woolf had at different moments of her life and fills with them a short span – one day, in which the literary concept TIME is represented. This day is a fiction, but with numerous reminiscences because the events described in the chapters under the title "Mrs. Dalloway" really happened in Virginia Woolf's life. Thus all the chapters entitled "Mrs. Woolf" are "biographical citations" or reminiscences, which bring us to the events and experiences of another author, Virginia Woolf. Thus different types of alien inclusions superimpose on the system of temporal relations in "The Hours" in the space-time scopes of the described situation, advantageously representing the concept TIME in the novel. Alien inclusions also represent the concept as elements of its associative level.

It is also necessary to mention that on the textual level the word "time" is used 98 times as for example:

She will allow herself just a little more time [2, p. 44].

He is still, at times, astonished by her [2, p. 38].

The word *time* is also used in different words combinations and phrases, such as:

She could probably return in time to destroy the notes [2, p. 11], which means to be punctual as also in the following example. *How can she help resenting Evan and all the others who got the new drugs in time* [2, p. 59].

He waves one last time, jauntily, from behind the wheel, which means, that the action won't be repeated.

Isn't it time, she thinks, to dispense with the old nickname? [2, p. 59], which means an appropriate moment to begin doing something.

I think of them as coalescences of black fire, I mean they're dark and bright at the same time [2, p. 63], which means that the actions were made simultaneously.

At those times the headache moves out of her skull and into the world [2, p. 74], which underlines the fact, that it is a memory.

I seem to have fallen out of time [2, p. 66] is a metaphorical expression, which means that something goes not according to the plans.

It is the first time he's been entrusted with a job like this [2, p. 81], which means the novelty of the action.

The word *time* is also used as a part of a compound word as in the following examples:

Their wartime training stands them in good stead [2, p. 49].

There is also a number of stylistic means in the text of the novel «the Hours», which include the word *time*, as for example, the following:

Anaphora, which is the repetition of the same word or group of words at the beginning of successive clauses, sentences, or lines. Though in this case we can also state the use of a parallel construction:

This time, she will prevent crumbs from getting caught in the icing. This time, she will trace the letters with a toothpick, so they'll be centered, and she'll leave the roses for last [2, p. 114].

Frame repetition, which is the repetition of the word at the beginning of a sentence and at the end of the sentence:

"These times," Walter says. "God, these times." [2, p. 179]

Using different words, that mean time, the author also creates the effect of growing suspense, as in the following sentence, the author begins with the word *minute* and finishes with the word *time*:

She will permit herself another minute here, in bed, before entering the day. She will allow herself just a little more time [2, p. 44].

As far as the lexical stylistic means is concerned, there are several hyperboles with the word *time*:

It's only my sister, she thinks, but still, after all this time, after everything that's happened, she wants to inspire in Vanessa a certain surprised admiration [2, p. 116].

"I love you too, baby," she replies, and although she's said the words thousands of times, she can hear the flanneled nervousness lodged now in her throat, the effort she must make to sound natural [2, p. 191].

In both cases the hyperbole is used in order to underline to women's feature ability to exaggerate the number of the events and the amount of time, although in the first sentence it in an inner thought, whereas the second sentence is direct speech.

In order to make the language of the novel brighter and more vivid, the author uses also several epithets with the word *time*:

The strange numbing deathlike fear of standing there, alone, for a considerable time [2, p. 58].

We've been having a fine time [2, p. 188].

I had a hard time getting up here, I don't mind telling you [2, p. 191].

I feel we can't go through another of these terrible times [2, p. 12].

As it can be seen, some of them are positive and some of them are negative, but in general the variability of the lexical means used in the text of the novel, it is easy to read and helps the reader to create bright images.

It is also important to analyse the use of the word *hour* in the text of the novel, as it is the title of it, which gives the general idea to the reader. Having analysed the text, we can state that the word *hours/hour* is used 85 times, which means that there is a textual repetition of the same notion for the reader to get the feeling of the importance of the time in his or her life as in the following example:

Almost two hours have passed [2, p. 73].

In most of the cases we can state that the word *hour* is used in phrases and word-combinations, as in the following examples:

She would like to write all day, to fill thirty pages instead of three, but after the first hours something within her falters [2, p. 74] which means at the beginning.

and yet this state when protracted also begins to enshroud her, hour by hour, like a chrysalis [2, p. 75] which means the frequency of the action.

Eventually, when enough hours have passed, she emerges bloodied, trembling, but full of vision and ready, once she's rested, to work again [2, p. 75] which means the quantity of the time.

He fails to think of him for hours at a time [2, p. 135] which means the continuity of the action.

She intends to tell the desk clerk that her husband has been unavoidably delayed, and will arrive with their luggage in an hour or so [2, p. 147] which means an approximate time spent.

There is this hour, now, in the kitchen [2, p. 153] which means the exact time for something.

There are also several epithets with the word *hours*:

At the same time, she hates spending any of her cogent hours doing anything but writing [2, p. 74].

He watches her constantly, spends almost every waking hour in her presence [2, p. 191].

These epithets demonstrate the ability of the author to express his thoughts brightly in order to make the reader understand his main idea.

As far as the stylistic devices and means are concerned, M. Cunningham's «The Hours» is an incredibly rich in different stylistic notions. Its themes, motifs, and symbols are many and effective. Time, which is depicted even in the title of the novel, is indeed the central issue within the narrative, and it is a motif that not only inflects the content of the novel, but also its structure. The three main characters of the text all share a similar story and face similar struggles, however, the nature of this struggle changes according to the social conventions of the time in which they manifest. Besides the word "TIME" is met in different word-combinations, metaphors, epithets, hyperboles and even repetitions and parallel constructions in order to underline the importance of the time in human's life and the value of every minute.

In general, it can be stated that the main idea of the time, which is an important notion in everybody's life, is professionally depicted in the text of the novel «The Hours» by M. Cunningham, via different stylistic devices such as epithets, hyperboles, textual metaphors and separate metaphors, allusions, reminiscences and others, which all in general help the reader understand the idea of the author.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мороховский А. Н., Воробьева О. П., Лихошерст Н. И. Сти- листика английского языка. - К.: Вища школа, 1991. - 272 с.
2. Cunningham M. The Hours / M. Cunningham. - London: Forth Estate, 1999. - 230 p.

REFERENCES

2. Morohivskiy A. N., Vorobiova O. P., Lihosherst N. I. Stylistics of the English language. — K.: High School, 1991. — 272 p.

Лингвостилистическая реализация символа "Время" в романе Майкла Каннингема "Часы"

Е. А. Мисловская, Н. Ю. Прокопович

Аннотация. Статья посвящена исследованию символа «ВРЕМЯ» на материале романа Майкла Каннингема «Часы». В статье описаны основные лингвостилистические особенности, которые используются для реализации символа «время» в романе. Исследованные стилистические средства проиллюстрированы многочисленными примерами использования в тексте.

Ключевые слова: время, символизм, лингвостилистические средства, метафора, концепт.

Номінація молочних жирів у східноподільських говірках української мови

О. П. Осирко

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, м. Умань, Україна
Corresponding author. E-mail: pavlovich-@ukr.net

Paper received 25.03.18; Accepted for publication 30.03.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-11>

Анотація. У статті проаналізовано назви жирів з молока в східноподільських говірках, досліджено їх етимологію та семантику, зауважено, що архілексми є питомими, проведено лексичні паралелі з іншими діалектними континуумами. Зокрема, зауважено, що на позначення верхнього жирного відстою молока в досліджуваних говірках використовують лексеми *сметана*, *вершки*, *с'їрки*, які вживаються самостійно чи у складі словосполучень, утворених за моделями «іменник + прикметник» або «іменник + дієприкметник». На позначення тваринного вершкового продукту, виготовленого зі сметани, вершків або інших продуктів, функціонує архілексма *масло*. Відзначено, що визначальними диференційними ознаками аналітичних найменувань у складі лексико-семантичної групи на позначення молочних жирів є «колір», «якість», «смак», «консистенція», «місце виготовлення».

Ключові слова: назви жирів, східноподільські говірки, способи номінації, однослівні найменування, мотиваційні ознаки.

Вступ. Історія будь-якого народу розпочинається з його мови, процесу її формування, що триває протягом століть. Усі давні мовні процеси, найважливіші риси зберігає діалектна мова. Із середини XIX ст. в Україні господарський комплекс поєднував у собі землеробство та скотарство, а виробництво і споживання продуктів харчування у селян в цей період зберігали традиційний характер. Фіксація тематичної групи на позначення їжі сьогодні набуває особливого значення.

Аналіз останніх досліджень і результатів. У сучасних лінгвістичних студіях поширеним є системний підхід до вивчення діалектної лексики, що в свою чергу вимагає вивчення діалектної мови як цілісної системи. Останнім часом увага науковців зосереджена на дослідженні лексико-тематичних груп, зокрема назвах їжі та напоїв, що в структурі говорів української мови посідають важливе місце. Номінація жирів у синхронії в українському мовознавстві досліджували М. Волошинова (Волошинова), Л. Борис (Борис), В. Різник (Різник), Є. Турчин (Турчин), Е. Гоца (Гоца), Н. Загнітко (Загнітко). У писемних пам'ятках староукраїнської мови XIV–XVII ст. назви продуктів харчування проаналізував С. Яценко. Назви молочних жирів у східноподільських говірках ще не були предметом спеціального опису, що і визначає актуальність нашої розвідки.

Мета статті – проаналізувати способи номінації в лексико-семантичній групі назв молочних жирів у східноподільських говірках, визначити найбільш продуктивні, з'ясувати особливості найменувань за структурою. Для досягнення мети необхідно було виконати такі завдання: 1) проаналізувати номінацію жирів із молока в східноподільських говірках; 2) визначити найбільш продуктивні способи утворення номенів та їх структуру.

Методи дослідження. Досягнення поставленої мети зумовило використання методів аналізу лексикографічних джерел, зіставного, описового та лінгвогеографічного.

Джерельною базою дослідження є власні діалектні матеріали, зафіксовані під час експедицій упродовж 2014 – 2017 рр. у населених пунктах Кіровоградської, Черкаської, Вінницької областей за спеціально розро-

бленою програмою, а також діалектні та лексикографічні праці.

Виклад основного матеріалу. Молока й молочних продуктів українці завжди споживали багато. На свіжому молоці варили різні страви, з пареного – робили ряжанку, з кислого – витоплювали сир, який уживали як страву й використовували як начинку для приготування інших страв: вареників, пирогів, млинців тощо. Зі свіжого молока збирали вершки, з відстоюваного – сметану, яку збивали на масло. За походженням молочні жири подіють на верхні жири *зняті* «верхній шар жиру, знятий із молока» та *незняті* «незнятий верхній жирний відстій молока», *кислі* «верхній жир із кислого молока» *некислі* «верхній жирний відстій на некислому молоці» [4].

У досліджуваному ареалі на позначення верхніх жирів із молока знятих зафіксовано лексеми *сметана*, *вершки*, *с'їрки*.

У мікрогрупі на позначення верхнього жирного відстою з молока визначальною є диференційна ознака «збирання жирів». Це дозволяє виокремити підгрупи назв жирів на підставі опозиції сем: «верхній жирний шар молока знятий»: «верхній жирний шар молока незнятий».

Сметана – один з різновидів молочних продуктів, верхній шар незбираного кислого молока. Слово *сметана* мовознавці виводять із псл. *sъmetana*, похідного від *metati* «кидати», тобто те, що скидається з молока, яке скисло в глечуку, а також із псл. *smęšana*, яке можна пов'язати з *męsti* (< *mętti*) «мішати, колотити» «збивати масло» (ЕСУМ, т. 5, с. 320). У староукраїнській мові зафіксовано деминутив *сметанька* відапелативного походження [6, с. 160]. Словник за редакцією Б. Грінченка реєструє лексеми *сметана*, *сметанка*, *сметанонька* зі значенням «сметана» (Грінченко, т. 4, с. 157). У Словнику СУМ лексема *сметана* зареєстрована зі значенням «верхній жирний шар кислого незбираного молока; сквашені вершки» (СУМ, т. 9, с. 402).

На позначення верхнього жирного шару на молоці лексема *сметана* функціонує в більшості досліджуваних говірок (Шм, Йс, Мч, Лк, Хм, Кбр, Крт, Лщ, Хр, Бт, Гр, Зр, Уг, Пн, Сч, Сн, Глм, Плс, Об, Зл, Окс, Дб, Крс, РБ, Юр, Клб, Клд, Гнн).

В окремих досліджуваних говірках зафіксовано лексему *сколотина*, похідне утворення від дієслова *сколотити* 'сколотити, збити вершки, сметану, для отримання масла'. Лексема *сколотина* багатозначна, оскільки виражає семи 'сироватка, побічний рідкий продукт, що одержують при збиванні масла з вершків' (Хр, Кбр, Плн), 'маслянка' (Окс). В українській мові лексема *сколотина* позначає 'пахтанье, жидкість, остающаяся послѣ сбивки масла' (Грінченко, т. 4, с. 139). Лексема відома в багатьох говірках української мови у різних фонетичних та граматичних варіантах з однаковим значенням 'відходи від збивання масла, маслянка': західнополіських – *сколотинка* (Аркушин, т. 2, 151), східностепових – *сколотини* (Омельченко, с. 30, 72, 93, 96), гуцульських – *сколотини* (Закревська, с. 172; Піпаш, 176), східнословобожанських – *сколотини, сколотина, сколот'іна* (Волишинова, с. 112).

Тваринний вершковий продукт, вироблений зі сметани, вершків або інших продуктів переробки молока, у досліджуваних говірках номінують загальнонародною лексемою *масло*. Лексема *масло* праслов'янського походження *maslo* < **mazslo*, утворене за допомогою суфікса *-slo* від основи дієслова *mazati* 'мазати' (ЕСУМ, т. 3, с. 407–408). Звідси й походження мазати тіло, змащувати хліб та булки маслом. У староукраїнській мові лексема *масло* побутувала із семантикою на позначення жирів як рослинного, так і тваринного походження, проте згодом на позначення лексеми закріпиться значення 'харчовий продукт, який виробляють зі збивання вершків або сметани' [3, с. 166]. У СУМ лексема *масло* зареєстрована як багатозначна: 'харчовий продукт, який виробляють збиванням вершків або сметани'; 'жирова речовина, яку видобувають із мінеральних речовин (спец.)'; 'те саме, що *мас'тило*' (СУМ, т. 4, с. 639). Аналіз літератури показав, що спочатку українці збивали масло з молока кіз та овець, звідси й назви *овече масло, кози́не масло* [1]. Лексема *масло* зі значенням 'харчовий продукт, який виробляють збиванням вершків або сметани' загальнонародна, вона функціонує в інших говірках української мови: буковинських (Борис, с. 285), говірках надсянсько-наддністрянського суміжжя (Різнюк, с. 119), бойківських (Матіїв, с. 271), південнолемківських [1, к. 27], східнословобожанських (Волишинова, к. 52, с. 106).

Лексема *масло* входить до складу двослівних номінацій, у яких атрибутив передає ДО «місце виробництва»: *масло долашин'є, масло мага'зин:є, масло куупл'ане*; ДО «колір»: *масло 'жоўте, масло 'б'іле*;

ДО «якість»: *масло 'св'іже, масло ста'ре, масло г'ір'ке, зан'існаўше*.

У південно-східних східноподільських говірках лексема *масло* активно вживається на позначення 'жиру, виготовленого з соняшникового або рапсового насіння' (Жр, Лщ, Уг, Пн, Сч, Сн, Ів, Гнн, Дб, Нд, Клн, Окс). Зі значенням «конопляне масло, яке застосовували у піст» у досліджуваних говірках побутує атрибутивне словосполучення *'масло 'посне* (Жр, Снх, Ск, СХ, Ів, Нд, Клн, Юр, Тр) та фонетичний відповідник *'масло 'п 'існе* (СХ, Юр, Тр).

У східноподільських говірках 'побічний рідкий продукт, що одержують при збиванні масла з вершків, сметани' номінують *мас 'л'анка* (Шм, Йс, Мч, Лк, Мх, Рз, Кбр, Крт, Лщ, Хр, Жр, Снх, Ск, СХ, Тр, Тп, Рс, Сн, Сч, Глм, Плн, Об, Крс, РБ, Клб, Клд), що, очевидно, утворилася від слова *масло*. В окремих досліджуваних говірках лексема *мас 'л'анка* є багатозначною. До складу семантичної структури лексеми входять такі семи 'відходи від масла' (Хм, Клб); 'посудина для збивання масла' (Клд, Тп, Плс, Бт, Гр, Зр, Уг, Пн, Сч, Сн, Глм, Плс, Шм, Йс); 'продукт харчування' (Хр); 'збита сметана' (Окс); 'посудина для збереження масла' (Клд). Багатозначність лексеми *'маслянка* засвідчено у СУМ, де лексема зафіксована з такими значеннями: «рідина, що залишається після збивання масла з вершків, сметани; сколотини»; «те саме, що *масель'ничка*»; «мергельна глина (розм.)» (СУМ, т. 4, с. 640).

З подібним значенням номен побутує в мовленні буковинців *мас'лянка* заст. 'залишки від биття масла' (Борис, с. 285), надсянсько-наддністрянського суміжжя *мас'л'анка, мас'л'анка, мас'л'енка* 'рідина, що залишається після збивання масла з вершків, сметани' (Різнюк, с. 120).

Висновки. Отже, на позначення верхнього жирного відстою молока в досліджуваних говірках використовують лексеми *смет'анана, ве'ри'чки, с'л'іўки*, які вживаються самостійно чи у складі словосполучень, утворених за моделями «іменник + прикметник» або «іменник + дієприкметник». На позначення тваринного вершкового продукту, виготовленого зі сметани, вершків або інших продуктів функціонують архілексеми *сметана і масло*. Визначальними диференційними ознаками у складі лексико-семантичної групи на позначення молочних жирів є «колір», «якість», «смак», «консистенція», «місце виготовлення». Окремі лексеми до названої лексико-семантичної групи включені з логіко-понятійної точки зору, оскільки вони позначають продукт переробки жирів або є похідними від назв цих жирів.

ЛІТЕРАТУРА

- Ганудель З. Народні страви і напої: Лексика українських говорів Східної Словаччини. Пряшів, 1987. 215 с. Бібліогр.: 159–161.
- Гоца Е. Назви їжі й кухонного начиння в українських карпатських говорах / відп. ред. І. В. Сабадош. Ужгород: Гражда, 2010. 360 с.: іл.
- Історія української мови. Лексика і фразеологія / ред. кол.: В. М. Русанівський (гол.) та ін. Київ: Наук. думка, 1983. 743 с.
- Турчин С. Назви їжі на Східному Поліссі. Львів: Українська академія друкарства, 2012. 347 с.
- Циганенко В. О. Куховарська книга / В. О. Циганенко. К., 1994. 344 с.
- Яценко С. А. Назви продуктів харчування, страв і напоїв в українській мові XIV – XVII століть: дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 „Українська мова”. Інститут укр. мови НАН України. Київ. 2009. 242 с.

Список обстежених населених пунктів:

Шм. – Шамраївка; Йс. – Йосипівка; Мч. – Мечиславка; Лк. – Лукашівка; Хм. – Хомутинці; Тп. – Тополівка; Жр. – Журавка; Уг. – Угловата; Чй. – Чайківка; Пп. – Попудня; Нд. – Надлак; Окс. – Оксанино; Дб. – Добра; Гнн. – Ганнівка; Лщ. – Ліщинівка; Рз. – Розсішки; Хр. – Христинівка, Сч. – Сичівка, Сн. – Синиця; СХ. – Скалівські Хутори, Снх. – Синюха, Трг. – Торговиця, Нд. – Надлак, Ск. – Скаліва, Ів. – Іванівка; Юр. – Юріївка; Рс. – Русалівка; Крт. – Крутогорб; Кбр. – Кобринове; Глм. – Гольма; Тр. – Тарасівка; Плс. – Плоске, Об. – Обжиле; Зл. – Заліське; Крс. – Красногірка; Клд. – Колодисте.

Список використаних джерел:

Аркушин – Аркушин Г. Словник західнополіських говірок : у 2 т. / Луцьк: Вежа, 2000. Т. 1–2; Борис – Борис Л. М. Динаміка тематичної групи лексики їжі та напоїв у буковинських говірках: дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Чернівецький нац. ун-т. Чернівці, 2015. 330 с.; Волошинова – Волошинова М.О. Динаміка традиційної предметної лексики в українських східнослов'янських говірках: дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01. «Українська мова». Луганський нац. ун-т. Луганськ, 2014. 301 с.; Грінченко – Грінченко Б. Д. Словарь української мови : у 4 т. / Київ, 1907– 1909.Т. 1 – 4; ЕСУМ – Етимологічний словник української мови: в 7 т. / ред. кол. О. С. Мельничук (гол. ред.) та ін. К. : Наук. думка, 1982; Загнітко – Загнітко Н. Г. Назви їжі, напоїв у східностепових говірках Донеччини: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. «Українська мова». Донецький нац. ун-т. Донецьк, 2011. 453 с.; Закревська – Гуцульські говірки: короткий слов. / відп. ред. Я. Закревська. Львів, 1997. 232 с.; Лисенко – Лисенко П. С. Словник поліських говорів. Київ: Наукова думка, 1974. 260 с.; СУМ – Словник української мови : в 11 т. / І. К. Білодід (гол. ред.) та ін. Київ: Наук. думка, 1970; Матіів – Матіів М. Д. Словник говірок Центральної Бойківщини. Київ–Сімферополь: Ната, 2013. 602 с.; Омельченко – Омельченко З. Л. Матеріали до словника східностепових українських говірок. Донецьк: ДонНУ, 2006. 114 с.; Піпаш – Піпаш Ю., Галас Б. Матеріали до словника гуцульських говірок (Косівська Поляна і Росішка Рахівського району Закарпатської області). Ужгород, 2005. 266 с.; Різник – Різник В. П. Назви їжі та кухонного начиння в говірках надсянсько-наддністрянського суміжжя: дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01. «Українська мова». Львівський нац. ун-т. Львів, 2016. 370 с.

REFERENCES

- Gannudel S. Folk dishes and drinks: The vocabulary of the Ukrainian dialects of Eastern Slovakia. Presov, 1987. 215 p. Bibliographer: 159 - 161.
- Gotz E. Names of food and kitchen utensils in the Ukrainian Carpathian dialects / Отп. Ed. I. V. Sabadosh. Uzhgorod: Grazhda, 2010., 360.
- History of the Ukrainian language. Lexics and phraseology / ed. Col. : V.M. Rusanivsky (head) and others. Kiev: Science. thought, 1983., 743.
- Turchin E. Name of food in Eastern Polissya. Lviv: Ukrainian Academy of Printing, 2012., 347.
- Tsiganenko V.O. Cookbook / V.O. Tsiganenko. K., 1994. 344.
- Yatsenko S. A. Names of food, dishes and drinks in Ukrainian language XIV-XVII centuries: diss. ... Candidate philol Sciences: special February 10, 2002 "Ukrainian language". Ukrainian Institute the language of the NAS of Ukraine. Kyiv, 2009., 242.

Dairy Fat Nominations in the Eastern Podillya dialects of the Ukrainian language

O. P. Oskyrko

Abstract. The article analyses the names of dairy fats in the Eastern Podillya dialects, identifies their etymology and semantics. It is noted that the archilexemes are specific. The motivational signs and differential features of lexemes are determined, lexical parallels with other dialect continuum have been made. In particular, to denote upper milk fat layer in stated dialects the lexemes *sme'tana*, *versh'ku*, *s'lyuku* are used which are either independent words or collocations formed by the models "noun + adjective" or "noun + participle". To denote animal cream products, made from sour cream, cream or other products, archilexem *maslo* functions. It is identified that the defining differential features of the analytical nominations in the lexical semantic group denominating dairy fat are "colour", "quality", "taste", "consistency", "place of manufacture".

Keywords: names of fats, eastern Podilian dialects, methods of nomination, one-word names, motivational attributes.

Номинация молочных жиров в восточноподольских говорах украинского языка

А. П. Оскирко

Аннотация. В статье проанализированы названия жиров из молока в восточноподольских говорах, исследовано их этимологию и семантику, отмечено, что архилексемы являются удельными, проведено лексические параллели с другими диалектными континуумами. В частности, отмечено, что для обозначения верхнего жирного отстоя молока в исследуемых говорах используют лексемы *сме'тана*, *ве'ри'ки*, *сли'уки*, которые употребляются самостоятельно или в составе словосочетаний, образованных по моделям «существительное + прилагательное» или «существительное + причастие». Для обозначения животного сливочного продукта, изготовленного из сметаны, сливок или других продуктов, функционирует архилексема *масло*. Отмечено, что определяющими дифференциальными признаками аналитических наименований в составе лексико-семантической группы для обозначения молочных жиров является «цвет», «качество», «вкус», «консистенция», «место изготовления».

Ключевые слова: названия жиров, восточноподольские говора, способы номинации, однословные наименования, мотивационные признаки.

The semantic resonance as a way of representation of the national identity's conceptosphere in Oksana Pakhlovskaya's essays

K. Petriv

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine
Corresponding author. E-mail: pettriv.xr@gmail.com

Paper received 27.03.18; Accepted for publication 01.04.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-12>

Abstract. The paper analyzes the phenomenon of semantic resonance as a way of influence on the recipient in Oksana Pakhlovskaya's texts. It deals with the linguistic and extralinguistic factors of its realization and complex multi-sensor nature, which provokes emergence of emotional images in the addressee's mind. In the sociopolitical discourse the influence on recipients isn't conducted only by linguistic means, but also by non-linguistic ways. The recipient usually perceives information mentally, visually, acoustically, graphically etc.

Keywords: recipient, concept, semantic resonance, suggestion, verbalization.

Introduction. The influential effect of the resonance phenomena in different situations has been known for a long period. At the same time, the typology of resonance effects and methods of their construction in the text discourse is relatively a new topic of the scientific research. The linguistic investigation of semantic resonance was actualized using the practice of neurolinguistic programming, political propaganda, advertisement, didactic needs etc. The re-definition of the interaction between emotional and rational constituents in the person's consciousness, the necessity of pragmatic creation of semantic or emotional dominants of informational perception, depending on the specifics of solving communicative tasks contributed to studying resonance in the theoretical and practical contexts of verbal influence, especially – verbal-suggestive.

The research aims to define the phenomena of semantic resonance in Oksana Pakhlovskaya's social and political essays and to analyze its influence on the recipients. The following tasks should be solved to reach the setting aim: to analyze functions of verbal suggestion in the author's publications; to define and to separate lingual and extralingual factors of influence; to observe its functioning in the publicistic discourse (on the material of Oksana Pakhlovskaya's works). The function of influence in publicistic texts is one of the main, however, suggestive mechanisms of its realizations, especially semantic resonance, are still unclear, that make the topic of our research of high priority.

Methods and material. O. Pakhlovskaya's essays served as research material. Methods of semantic and component analysis were chosen as the leading here.

Overview of publications related to the theme. Foreign scientists David Miall, Keith Oatley and Ukrainian scientists O. Vorobjova, O.Klymentova, M. Skab, N.Slukhay, O. Snytko, Russian linguist Belyanin etc. applied to different approaches of psychological and linguistic effects, suggestion and semantic resonance concerning its communicative specifics.

The significant influence of emotions on the experience of world is admitted by Keith Oatley in his work "Psychology of emotions", disproving the primary role of knowledge in the creation of mind [13, p.3]. The ways of completing emotional resonance in the text are also investigated by O. Vorobjova and among them she mentions the using of verbal imagery and phonosemantics, syntactic, architectonic and compositional rhythms, configurations of

thematically consolidated vocabulary, associative series etc [10, p. 74].

O. Klymentova identifies such functions of verbal suggestion: fixation, codification, translation, accumulation and transformation of actual senses. Each of them is objectified due to different sensory channels: visual, auditory, kinesthetic etc [4; 2, p.109]. Information that is transmitted with taking into account the specifics of its representation through several channels, is much more valid comparing to other stimulus, thus it latently forms effects of semantic resonance. On the one hand, this resonances are motivated by the specifics of categorization of information, on the other hand – can be pragmatically imposed [4, p. 109]. However, the text organization of these effects has such individual stylistic specifics that is still unclear.

Results of the investigation and their discussion. Oksana Pakhlovskaya's social and political essays are complicated texts according to different parameters. "In the semantics of complicated texts, - writes V.Belyanin, - the desire of "the middle person" to understand something unusual, difficult, unknown, is the leading one" [1].

O. Pakhlovskaya's texts are mainly analytical, at the same time their perception includes the synthesis of senses, symbolical summary that becomes the result of semantic resonances.

Many articles have the word-symbol in the heading, which is interpreted in the text with the help of other equivalent symbols. For instance, in the essay "In meanders of European amnesia: between *AUSTRIA FELIX* and *PAX MOSCOVITA*" ("В меандрах європейської амнезії: між *AUSTRIA FELIX* і *PAX MOSCOVITA* ") the word *amnesia* is a symbol that is resonated several times in the text. Although this word itself is used in the article only four times, but some other words-symbols every time force the recipient's thinking to appeal to the heading. Thus, for instance, precedential name *Dunaj* which dominates in the article preserves in the native speaker's consciousness the memory about emotional experience and increases the influence of the symbol. *Dunaj* in Ukrainian culture is the symbol of border that divides two worlds. In folklore crossing the river meant the transition from earthly existence to unearthly one.

Today's *Dunaj* as the water border divides the world into two parts: on the one side there is Ukraine that is politically and economically unstable state, on another side, - European Union countries with the high level of industrial development, democracy and freedom. Therefore, the sym-

bolism of Dunaj resonates with the symbol of amnesia. O. Pakhlovska describes this river in such way: *Їхати за Дунай» означало попроситися назавжди. Не повернутися, загинути. Силует вершника на коні. Жіночі заломлені руки* [6, p. 190].

Images, that induce emotional resonance that not only decodes the thought but also consolidates attitude to it, can be absolutely different and can be formed by different methods [10, p. 76].

The associative link emerges in the process of personal and genetic experience. In the above-mentioned essay the symbolic meaning of the river Dunaj is entrenched in genetic, subconscious recipient's memory. To cause the surplus of emotional impressions, O. Pakhlovska appeals to Dunaj again, imposing on the recipient those feelings that seem to be accidental, but in fact are united by the common emotionality: *Для України ці «Дунайські ворота» були мов містичне дзеркало між реальним світом і потойбіччям* [6, с. 190]. As in the previous example Pakhlovska goes on injection of negative emotions, the fear of close death, forgetting, hopelessness and troubling. The conceptual metaphor of amnesia that is straight-through in the text, due to semantic resonance makes the net of conceptual integration, one of the components of which is the mental space of the river Dunaj: *Дунай і сьогодні, як у давнину, пов'язує Захід і Схід, а отже, й мозаїчну багатоманітність культур, що постали з синтезу і протистояння західного та східного християнства, Риму й Константинополя* [6, p. 190]. The idea of dividing world into civilization and barbaric by Dunaj is kept in the whole text. By the way, earlier Dunaj symbolized the impenetrable border, but now, in the author's opinion, - vice versa: the border is not steady and some historical moments can flow one inside the another.

While perceiving the text there is the phased relocation of the recipient's attention from one, relatively completed part, to another: the recipient tries to "link" different elements of the text into the whole part [1, p.27].

The sense in the text is supported not only by a word, image or symbol, but acoustically, with the help of smell, ritual action etc. Therefore, the author appeals to the acoustic means, reminding the recipient about the Johann Strauss's II waltz "*An der schönen blauen Donau*": *Сліну-ча блакить музики, в якій тонула у захваті Європа XIX століття. Дунай неминаючої краси, Дунай рятівного забуття і сьогодні озортає Європу і світ, долинаючи все з тієї самої Віденської філармонії щороку в Новорічну ніч...* [6, p. 197]. The specific frame of the article is created by another melody - the melody of song "Ой Дунаю, Дунаю, чому смутен течеш?", because by these words the author starts the article and by these lines she finishes.

The sense of amnesic state of Ukraine is duplicated by another sound of the Ukrainian song "Їхав козак за Дунай...", which as the author mentions, appealing to the European space, becomes especially popular in Europe: *У 1815 році шість варіацій на цю тему напише Карл Марія Вебер, засновник німецької романтичної опери, про якого задуватиме Шевченко у своїх повістях та «Щоденнику». Наступного, 1816 року, десять варіацій для фортеп'яно створить Бетховен* [6, p. 190].

The translation of senses, as we observe, occurs not only due to the verbal influence, but with the help of sound

images which are latently available in the text, framing it and coding the verbally-accentuated senses in the range of metaphors.

By means of visual images there is another mental space created – the space of disappearing memory, hopelessness of history and disappearance of time that is semantically relevant to the space of amnesia, represented in the heading. Such images are "два чорні лебеді / календарного білого моря" ("two black swans of the calendar white sea"), that is the allusion to the Lina Kostenko's poem "22". Using the stylistic mean of interrogation that has the suggested answer, appeals again to the river Dunaj: *Чому ці лебеді пливуть з Дунаю? Чому це перетікання зловісних дат, які символізують безвихідність Історії, відбувається саме над тихим плесом Ісгра-Danuvius'а!* [6, p. 197].

The author answers the stated interrogation herself, reminding again that the river represents mythological (thus – cyclic) time, and it means that the recurrence of historical dates is inevitable: *Як усі великі ріки, Дунай є Рікою Часу. Але Дунай — це насамперед Ріка Європейського Часу* [6, p. 197].

The semantic resonance, objectified by the means of acoustic images, is prevalent in Pakhlovska's essays, since sound effects are the most emotionally significant. As David Miall mentions, emotions are the basis of semantic perception. Hence, the interpretation of the text may be absolutely different in relation to the core emotions of the recipient [11]. However, the emotional part forms the core of concepts, thus appeals to emotions through different sensor channels makes it possible to perceive information.

Emotions are important both in communication and in cognition, but in many situations emotions emerge only after mental process that is connected with the nature of our experience, the wide spectrum of stimulus and situations that cause emotions by the means of associative influence. O. Klymentova emphasizes that emotions are directly connected with interpretative verbal processes. Because the access to verbalization of emotions can be controlled by suggester (and even be the object of manipulation), the emotive correlation takes the meaning of active mechanism of the verbal effect [3, p. 84].

The verbalizers of auditory features takes the significant place in Pakhlovska's essays. The auditory perception often can bear associations with time and place. Therefore, in several articles the concept of Ukrainian entry to the European Union is sometimes verbalized through the piece of music "Ode to Joy" written by Beethoven: *Ось, власне, мініатюрний соціокультурний портрет польського суспільства, який пояснює, чому в ніч на 1 травня на площах польських міст звучала "Ода радості" Бетховена, а в Україні кілька днів по тому вибухали снаряди в мелітопольських степах* [6, p. 244]. The antithesis of Ukrainian and Polish locus is often represented through the acoustic verbalisator "Ode of Joy". Thus, for instance, in the article "Poland and Ukraine on May 1, 2004: Beethoven's "Ode of Joy" on the edge of new reservation" («Польща і Україна 1 травня 2004 року: «Ода радості» Бетховена на кордоні нової резервації») using the semantic resonance the author creates the semantic resonance of the dichotomy, mentioned in the heading, that is duplicated by the visual resonance: *Пояснює, чому польська молодь розгойдувала в нічному першотравне-*

вому небі **різнобарвні прапори європейських міст**, а на вулицях Києва на ранок подекуди пенсіонери витягали з ідеологічного нафталіну зім'яті прапори **все того самого незмінно червоного кольору**, так наче це недостатньо крові було пролите під стягами диктатури [6, p. 245]. Comparing and contrasting the colour scheme of European cities' flags and the red colour as the echo of soviet power, the author continues to call the associative range in the recipient's consciousness: Poland - "Ode of Joy" - diversity; Ukraine - shells - red colour (that is, furthermore, the colour of blood and death). Such opposition is the basis of the article that is shown from the beginning till the end, not only leads to recipient's understanding but also escalating fear about loosing by Ukrainians their state and identity: *Це означає, що Польща системно й послідовно працює над тим, щоб БУТИ. А Україна системно й послідовно готує себе до політичного і культурного НЕІСНУВАННЯ* [6, p. 248]. Counts show that the word "border" ("кордон") itself is used in the article 29 times and it detects verbal resonance. Furthermore, several times the author uses anaphor - the strong position of the text regarding the recipient's balance of attention. Such compositional device also serves the phenomenon of semantic resonance: *Цей кордон проліг тому, що Польща зробила свій вибір. А Україна — ні. Цей кордон проліг тому, що Польща поважає себе і вміє змусити інших поважати себе. А Україна — ні. Цей кордон проліг тому, що Польща більше ніколи не дозволить Росії нищити свій народ, свою культуру, свою державність. А Україна — так. Цей кордон проліг тому, що Польща готова заплатити високу ціну — важкою працею і тимчасовими жертвами,— за свою рівноправну з іншими народами присутність в Європі* [6, p. 247-248].

The semantic resonance is actively used on the basis of acoustic echo in the article "Ave, Mater Dolorosa". The article's heading appeals to the Roman Catholic anhem "Stabat Mater Dolorosa", whose author is considered to be the Italian poet of XIII century Jacopone da Todi. The text tells about Virgin Mary's sufferings at the moment of JesusChrist's crucifixion. At the same time this image in Oksana Pakhlovskaya's essays plays the role of activator of ethnically marked images because of allusion to Ukrainian literature where the image of Ukraine arises. There occurs the resonant interaction of texts from different times and cultures that is objectified on the level of concepts. The concept "GRIEF" is verbalized through mentioning Taras Shevchenko's "Neofity" and arises associations with the mother, who saw the tortured son's body having been dropped into Tybr, and appeal to Pavlo Tychyna's "Skorbna Maty" ("Lady of Sorrows") is accompanied by quotations that involve not only associations but also repeated consolidation of the image Ukraine, which the author tried to decode in text using the concept "GRIEF" by stringing allusions.

At the end of the text we observe the acoustic image that is leading in many Pakhlovskaya's articles - Beethoven's "Ode of Joy", however in this case target images are born in the recipient's mind by using antithesis: *Тому поки що наші гімн Європи сьогодні — це "Stabat Mater". Скорбна Мати біля хреста<...>. Ще довга дорога до "Оди радості" Бетховена. І до права її чути зі щасливим*

усміхом і вільною душею [7]. The opposition of Ukrainian grief and European happiness is a leading idea, objectified by O.Pakhlovskaya. The acoustic image that arises in text is the marker of ethnic and religious world outlook, since the anthem "Stabat Mater" is the core of the conceptual sphere of identity for Catholics; The anthem "Ode of Joy" by Beethoven is conceptually important for Europeans.

The word "ave" means "hail", it is the word-stimulus, creates the associative link with phrase "Ave, Maria", but the author immediately denies such reader's reflexion: *Щоб це сталося і справді, хай через багато років, сьогодні маємо сказати AVE матерям цих хлопців. І не радісне «Аве, Марія», — символ Благовіщення. Це Ave, Mater Dolorosa. Аве, Скорбна Мати. Жінки, які народили цих хлопців. Які їх любили. Які народжували їм діток — або й не встигли* [7]. The anaphoric device demonstrates the phenomenon of phonetic resonance that verbalizes the development of concept *mother* or *Mater Dolorosa*.

Appeal to acoustic images is often realized and supported with the aim of actualization of senses connected with Ukraine. In the article "Hoo, Banana Republic" ("Гей, Республіка Банана") the heading calls for associations with underdeveloped, forgotten, small countries of so called "Third world"/ the recipient from the first lines guesses that it deals with Ukraine: *Могутньою хвилиною епічної музики здіймаються заключні акорди "Реве та стогне..." — і опадають у каструлю, де смачно киплять спатетти "Barilla"* [6, p. 113]. O. Pakhlovskaya introduces for recipients Italian cultural space, but the acoustic image — song "Реве та стогне" — appeals to Ukraine. Later the recipient understands that the article actualizes the image of Ukraine as unjustly forgotten part of Europe, as all Ukrainian merit were inevitably attributed to Russia. Hence, Pakhlovskaya raises the rhetoric interrogation: *І де ж ми є? І чи ми ж є* [6, p.113]?

Conclusions. In publicistic discourse, within which we have analyzed O.Pakhlovskaya's text, the author's influence on the recipient is formed not only by lingual but also by paralingual means. The recipient perceives text simultaneously by several means: graphically, mentally, visually, acoustically, kinesthetically etc. The analysis of O. Pakhlovskaya's texts has demonstrated mainly acoustic influence on the recipient, as the validity of some ideas is created and supported usually by reinforcement of semantic blocks by acoustic images. However, those cases when the concept resonates by several means at the same time — acoustically, visually, kinesthetically, — are significant in Pakhlovskaya's texts. In our opinion, such resonance aims at creation and accumulation in recipient's mind appropriate (mainly - emotional) images and to encode the image for the author to decode it in such a way, as the author needs. In spite of difficulty and high intellectuality of Pakhlovskaya's texts such images are not very numerous, because of concreteness and categoricalness that are peculiar to O. Pakhlovskaya's style, but those available are deep and symbolical. Meanwhile, the using of potential of the verbal influence (especially, latent) is insufficient and unjustified. Probably, it is one of the reason why O. Pakhlovskaya's articles doesn't usually meet the expectations of social reflexion on the potentially powerful author's ideas.

REFERENCES

1. Belianin V. Psychological and linguistic aspects of the literary text / V. Belianin. – M.: MSU, 1988. – 120 p.
2. Klymentova O. The semantic resonance in the sacral texts / O. Klymentova // The system and structure of East Slavic languages. – 2011. – Issue 3. – P. 108-114.
3. Klymentova O. Verbal suggestion and emotions (based on Ukrainian prayers). – K.: Karbon LTD, 2012. – 320 p.
4. Klymentova O. Verbal suggestion as a system of functions / O. Klymentova // The system and structure of East Slavic languages: dedicated to the 175th anniversary of M. Drahomanov NPU. Collection of scientific articles. – K. Osvita Ukrainy, 2010. – P. 149-157.
5. Klymentova O. Verbal suggestion of sacral texts (based on Ukrainian prayers): dissertation abstract: 10.02.01. – K., 2013. – P. 3, 32.
6. Pakhlovska O. Ave, Europa! / O. Pakhlovska. – K.: Pulsary, 2008. – 656 p.
7. Pakhlovska O. Ave, Mater Dolorosa [Electronic source]. – Access mode: <https://day.kyiv.ua/uk/article/nb/ave-mater-dolorosa>
8. Pakhlovska O. The space of Sophia [Electronic source]. – Access mode: <https://day.kyiv.ua/uk/article/istoriya-i-ya/prostir-sofiyi-2>
9. Slukhai N. The verbalization of sensor prototypes in poetic works of Taras Shevchenko: colour and sound / N. Slukhai // Shevchenkoznachchi studiji. – 2011. – Issue 14. – P. 236-247.
10. Vorobjova O. The idea of resonance in the linguistic investigations / O. Vorobjova // Language. Person. World. Dedicated to the 70th anniversary of professor M. Kocherhan. – K.: KSLU, 2006. – P. 72-86.
11. David S. Miall, Don Kuiken. Beyond text theory. Understanding literary response. / David S. Miall, Don Kuiken // Discourse Processes. – 1994. – 17. – P.337-352. – Access mode: http://cogprints.org/724/1/BEYOND_t.htm
12. Iconicity. – Access mode: http://iconicity.ch/en/conferences/index.php?subaction=showfull&id=1196955621&archive=&start_from=&ucat=3&
13. Keith Oatley. Best Laid Schemes: The Psychology of Emotions. – Cambridge University Press, 1995. – 525 p.

Семантический резонанс как способ репрезентации концептосферы национальной идентичности в публицистических текстах Оксаны Пахлевской

Х. В. Петрив

Аннотация. В статье проанализировано явление семантического резонанса как способа влияния на реципиента в текстах Оксаны Пахлевской. Исследовано лингвальные и экстралингвальные факторы его реализации, а также комплексный полисенсорный характер, который провоцирует порождение эмоциональных образов в сознании адресата. В социополитическом дискурсе влияние на реципиента может быть ментальным, визуальным, графическим ил аудиальным.

Ключевые слова: реципиент, концепт, семантический резонанс, суггестия, вербализация.

Linguistic representation of gender stereotypes in English advertising texts

V. V. Samarina¹ T. L. Poliakova²

¹Kharkiv National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"; ²Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture
Corresponding author. E-mail: tatyana_kharkov@outlook.com

Paper received 28.03.18; Accepted for publication 03.04.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-13>

Abstract. Within the framework of the communicative-discursive research line, the study of linguistic gender construction in the communicative interaction of individuals in various types of discourse is conducted. A great number and variability of the concepts of masculinity and femininity makes it possible to manipulate them in mass communication discourses, for example, in advertising. The research of advertising discourse reveals gender stereotypes, which are used as a tool for transferring information about the object of advertising and about social reality. The analysis of advertising shows that according to the traditional ideas about the social role of men and women, the construction of images of not only advertising personalities but of the object of advertising itself takes place in modern advertising discourse despite the attempts to neutralize the gender factor.

Keywords: *advertising discourse, gender, stereotype, representation, masculinity, femininity.*

Introduction. The primary focus of gender studies is on the cultural and social factors that determine the public attitude towards men and women, people's behavior resulting from their belonging to male or female sex, a stereotyped idea of male and female qualities – everything that switches the gender issues from the field of biology to the sphere of social life and culture. Thus, manhood and womanhood are considered not as immanent natural factors, but as concepts of culture. There are rather few studies devoted to the analysis of linguistic means of the expression of gender stereotypes in verbal texts, including advertising ones. Therefore, we see it necessary to investigate the means of linguistic representation of gender stereotypes as exemplified in the English-language advertising texts.

The research subject is advertising texts that represent certain gender stereotypes.

The research object is linguistic and stylistic means of generating gender stereotypes in advertising texts.

The language of advertising is characterized by the dynamism, variability and instability of its vocabulary, and liberality towards literary norms. But, despite its sometimes temporary character, the structural units of the advertising text affect the vocabulary of the language as a whole.

The research relevance is stipulated by the long-felt need to identify the ways of linguistic and stylistic representation of gender stereotypes that are used in modern advertising, as well as the necessity to analyze linguistic means of advertising texts in order to identify the patterns of the advertising text according to gender stereotypes.

The purpose of the research is to conduct a linguistic and stylistic analysis of gender stereotypes.

The research material includes 430 advertisements taken from illustrated magazines "Cosmopolitan", "Elle", "ForbesLife", "Glamour", "Runway", "Seventeen" that were published in the UK, Canada and the United States from 2007 to 2017, as well as the advertisements taken from Internet resources.

Modern advertising, as part of culture, is becoming an integral part of our life. It forms a model of human behavior, influences life values and is a source of information in the processes of socio-cultural dynamics of modern society [2, p. 28; 4, p. 19-20; 5, c. 13; 7, p. 3].

Advertising has a socio-psychological impact on a person, but its perception by opposite sexes is different. The effect arises due to the color, visual and acoustic clues, and the texts used in the advertisement. Effective impact is impossible without careful planning of the audience the advertising text is intended for. Advertising, created "in general", without taking into account the peculiarities of the people – con-

sumers of goods and advertising, their wishes, preferences and opportunities, is unlikely to be effective. In general, the linguistic competence is influenced by a huge number of different factors, so advertising texts are created with due regard to the social status, profession, age, sex [5, p. 26-29].

The research, the focus of which is gender, is a social and cultural construct associated with attributing certain qualities and standards of behavior to a person on the basis of his or her biological sex. It is a relatively new field of humanitarian knowledge. The first works in this field appeared in the West. As for our domestic linguistics, the first regular studies on this subject began to be conducted only in the late 80's – early 90's. And since the mid 90's they started to develop at a rapid pace. At present, we can speak of the emergence of another new branch of national linguistics – linguistic gender studies (or gender linguistics) [1].

Formation and intensive development of gender studies in linguistics is associated with changes in the scientific paradigm in the humanities under the influence of postmodern philosophy. New interpretation of categorization processes, the refusal to accept the objective truth, the interest in the subjective, in the private life, the development of new personality theories, the theory of social constructivism in particular, have led to the reconsideration of the scientific principles of studying the categories of ethnicity, age and sex, which were previously interpreted as biologically deterministic. The new approach also requires the use of new terminology that more accurately corresponds to the methodological purposes of the researchers. It became the reason for the introduction of the term *gender* called upon to emphasize the socially constructed nature of sex, its conventionality, institutionality, and ritualization. This approach naturally stimulated the study of linguistic mechanisms of gender manifestation in language and communication. The feminist criticism of language, which is considered to be one of the components of postmodern philosophy, has also urged on the scientists to this field [6, p. 154-161].

A.P. Martyniuk interprets the gender stereotype as an idea about the attributes that are characteristic/non-characteristic to an individual who is categorized as a man or a woman by the society and which is historically determined, minimized, typified and structured in the form of a frame formed in the collective consciousness of a certain linguocultural society. The researcher also interprets the standard as an idea of the attributes that are desirable/undesirable for this individual [3, p. 47].

In the works devoted to studying masculinity, the attributes of success include a high income level, a high social status, employment in certain spheres of activity, for example, in the financial business [1; 9, p.107-116].

Due to the fact that since their childhood men have had the qualities that help them to achieve high positions, they have a higher social status, and, hence, higher incomes than women. Therefore, premium-class goods (cars, real estate, cruises, expensive women's jewelry) should be advertised mainly for male audience, since, as a rule, such purchases are financed by a man.

1. Zenith

"Whatever does not destroy me makes me stronger." Friedrich Nietzsche [3, c. 47].

In the following example, let's have a look at real estate advertising. If the advertisement is directed at the male audience, then it will be wise to indicate the actual benefits: district, apartment layout, garage availability, cost.

2. *The home seamlessly transitions from indoor to outdoor living, which features 8,245 square feet under air, 12,509 square feet under roof and a 1,775-square-foot rooftop terrace positioned to maximize the golf and water views Additional features include LEED Gold certification, Solar to 18KW, Tesla backup batteries/whole house generator, Outdoor Phantom screens, Full guest casita with lanai, Imported glass Belgian stairway, Elevator and Two 2-car garages* [8].

The analysis of this advertising text allows us to conclude that this model is aimed at the male gender stereotype (technical terminology, peculiarities of the vocabulary, syntax and actual material inherent in the male language).

If you need to influence a woman, you can simply show colorful photos of a comfortable, cozy apartment, as well as give some information about the availability of a playground, a kindergarten, a school, a polyclinic, shops which are situated nearby.

3. *Key location within walking distance to miles of coastal trails for hiking or biking. New paint, window and floor coverings throughout most of the house. Roof was recently installed. Easy access to shops, restaurants and all that charming downtown Fort Bragg has to offer* [8].

Advertising of household appliances and office equipment, cars, aimed at men, should be clear and accurate. These products must be functional, high-quality, reliable, and the price must match their characteristics.

4. *The best place to put a Da Vinci: on your wrist.*

Da Vinci Chronograph. Ref. 37 64: Sometimes you have to break with convention to progress. In the case of this watch we did so several times. ... And thanks to the flyback function, it starts again in the blink of an eye. Even Leonardo would probably have spared it a wrist. IWC. Engineered for men [3, c. 43].

The studies in the field of marketing show the power of certain ideas, inspired by advertising [8, p. 24-30]. Indeed, the image of a car created by mass culture can "convince" its owner of the exceptional nature of the status of a successful person who could afford it: *Cruze exterior design gives you the presence of a more expensive car with its beveled hood; Mazda 6. Impulse Line.* Big charm of a car configuration. In this context we can assume that the car is the strongest means of a person's self-affirmation in a modern society of consumption, since when buying a car, people acquire not only a means of travel, but also something else, for example, freedom, dream, status, identity.

In our opinion, the image of a car in mass culture is based on two basic concepts – freedom and power, which the creators of advertising appeal to. Purchasing a car, a person, in our case, a man, gets freedom (freedom of movement), and possession of a car is associated with getting control / power (control over the road). Advertising transmits the values of

these archetypes – power, prestige, wealth, victory, thus, forming people's needs.

5. *Update your status with status. You'll want to follow yourself. Now trending in your garage* [9].

Associative chains "car – freedom", "car – power" are being built.

6. *Focus ST delivers true performance in every aspect, combining with power precision, strength with agility, force with finesse;*

...the exhilaration and liberation from experiencing the emotion of motion [9].

Appealing to subconscious archetypal ideas about the "ruler", "hero", "winner", mass culture tries to force a modern person to believe that with the purchase of a car, he will acquire something more than just a vehicle.

Another aspect that needs to be taken into account when drawing up an advertisement is the tendency of a woman to speak in equivoques. This is a consequence of the fact that the woman was dependent on her husband and could not speak directly, so she expressed her wishes with hints. Modern men cannot always understand why women do not say directly what they want. Therefore, the use of implicit, concealed information in advertising is acceptable for women, but it is undesirable for men because the man better perceives explicit directions for actions.

7. *Different day, different flow, different protection (Always)* [6, c. 84].

The anaphora used intensifies and emphasizes the meaning of what is being said. Typically, the anaphoric beginning of the advertising text contains the name of the advertised firm, product, services, etc. This figure of speech is intended to place emphasis on the object advertised, to direct the audience's attention, in this case – the woman, to it.

The woman is primarily interested in the ease of use, design, and "fashion".

We should not forget that women are inclined to exaggerate and perceive information emotionally, while men take what is being said literally. For him, every phrase should be extremely clear and reliable.

8. *Don't just volumize, millionize your lashes in Extra Black (L'ORÉAL)* [7, c. 8].

The basis of hyperbole is always the element of a certain absurdity, sharp contrast to common sense or social experience, intentional exaggeration of the properties of the object, which increases the expressiveness and gives the expression the emphatic character.

9. *"Even after 32 washes, my color looks pure and luminous. It's almost like I just colored my hair."* Eva Longoria

"As a colorist, I recommend EverPure. Its rich lather respects your hair fiber and its Anti-Fade System protects your color." Christophe Robin L'oreal Paris Color Expert

L'oreal® Paris Hair Expertise

Because we're Worth It [5, c. 5].

There is a great number of emotional and appraisive epithets which are often used in the superlative degree, since they help to make the arguments more vivid and illustrative: ultraglamorous, secular, radiant, exclusive, star, elegant, magical, best, leading, sexy, brilliant, extra resistant, luxury.

10. *Rich colour, rich compliments (PERFECT 10)* [1, c. 44].

11. *Enjoy sheer gloss color, soft moisturizing and a delicious, non-sticky feel (COVERGIRL)* [4, c. 118].

12. *FRESHLY SQUEEZED (DKNY Be Delicious)* [4, c. 44].

The use of metaphors contributes to the perfect form thanks to figurative complements: Freshly Squeezed – a combination of flower and sweet apple fragrance in the bottle which resembles a red-ripe fruit (an apple): DKNY Fresh-

ly Squeezed – Be delicious! Linguistic mechanisms are able to provide a high depth of exposure on the consumer by creating a certain emotional effect.

Using repetitions of words and phrases helps an advertiser to transfer all necessary information to the reader, mentioning the most important characteristics several times:

13. *Skin looks more refined, more luminous...more luxuriously renewed (Chanel)* [2, c. 228].

Thus, the advertising text becomes brighter and more significant for recipients. It becomes more attractive and interesting, leading to the desire to obtain the product advertised.

The significance of the youth as one of the most important components of the modern way of life, as the “age status quo” is intensified by the factor of the addressee prestige – these are the appeals of celebrities, who should be imitated:

14. *“This is the best cream I’ve ever tried!” – Salma Hayek (Olay)* [4, c. 129].

15. *“It’s almost like I just colored my hair”, – Eva Longoria (L’oreal)* [1, c. 57].

The idea of the “eternal youth” is promoted by mass culture very actively. The way of life which involves not only biological youth, but also the youth, supported artificially is being advertised. There are objective reasons for the popularity of the youth cult. A whole industry of beauty, rejuvenation has been created, ranging from simple beauty products to plastic surgery. The cult of youth as a value of the modern

consumption society is very well sold and commercially reasonable.

16. *New pro-X resigns your skin by increasing its surface turnover and repairing the moisture barrier so it performs more like it did when it was younger. What you see in a very short time is a measurable reduction in the look of wrinkles (PROX)* [1, c. 114].

Comparison stimulates customers’ imagination, depicting the best effect of using the product, as well as obtaining the desired result in a short time and without great efforts.

It should be mentioned that the so-called glamorous discourse actively uses elements of scientific terminology and pseudo-terminology, claiming to be true. Indeed, when using this kind of vocabulary, the authority of the statement is emphasized. There is an appeal to supposedly scientific achievements, capable of doing miracles.

Since the advertising text is a collection of lexical units in which a particular gender stereotype is encoded and which is aimed at a particular gender stereotype, then, it is a means of reinforcing and adopting existing gender stereotypes. Advertising, which is manipulative communication, aims to influence the recipient in such a way as to motivate him to take necessary actions.

For further study of the linguistic features of gender stereotypes, it is relevant to conduct the analysis of advertising texts representing a mixed gender stereotype.

REFERENCES

1. Горошко Е. Гендерная проблематика в языкознании/Е. Горошко. Реж. доступа: <http://www.owl.ru/win/books/articles/goroshko.htm>.
2. Крутько Т. В. Англоговна реклама у віртуальному просторі : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Крутько Тетяна Валеріївна. – Рівне, 2006. – 216 с.
3. Мартинюк А. П. Конструювання гендеру в англоговному дискурсі / А. П. Мартинюк. – Харків: Константа, 2004. – 292 с.
4. Мельник П. Ю. Реклама та її використання в умовах реалізації соціокультурного підходу / П. Ю. Мельник // Іноземні мови. – 2004. – № 4. – С. 19-24.
5. Самарина В. В. Немецкоязычный рекламный дискурс: прагматический, когнитивный и лингвостилистический аспекты : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / В. В. Самарина. – Х., 2010. – 210 с.
6. Таннен Д. Ты меня не понимаешь! Почему женщины и мужчины не понимают друг друга / Д. Таннен. – М.: Виче Персей АСТ, 1996. – 432 с.
7. Флягина И. А. Реклама в формировании социокультурных образов/И. А. Флягина//Социальная коммуникация и социальное управление в эоантропоцентрической и семисоциопсихологических парадигмах: в 2-х кн./[отв. ред. Т. М. Дридзэ].–М.: Издательство Института социологии РАН, 2000.–Кн. 2.–С. 3-24.
8. Bockmiller R. Automobile / R. Bockmiller // How Products Are Made: An Illustrated Guide to Product Manufacturing / ed. N. Schlager. Detroit: Gale Research, 1994. – С. 24-30.
9. Hofstede G. Lokales Denken, globales Handeln. Kulturen, Zusammenarbeit und Management / G. Hofstede. – München: Beck, 1997. – 420 s.

REFERENCES

1. Goroshko H. Gender problems in linguistics / H. Goroshko. – Retrieved from <http://www.owl.ru/win/books/articles/goroshko.htm>.
2. Krutko T. V. English advertising in the virtual space: dis. ...PhD (Philology): 10.02.04/Krutko Tetiana Valeriiivna.-Rivne, 2006.-216 p.
3. Martynyuk A. P. Gender construction in English discourse: [monograph] / A. P. Martynyuk. – Kharkiv: Konstanta, 2004. – 292 p.
4. Melnik P. Yu. Advertising and its use in the conditions of implementation of socio-cultural approach / P. Yu. Melnik // Foreign languages. – 2004. – № 4. – P. 19-24.
5. Samarina V. V. German advertising discourse: pragmatic, cognitive and linguostylistic aspects: dis. ...PhD (Philology): 10.02.04 / V. V. Samarina.-Kharkiv, 2010.-210 p.
6. Tannen D. You just don’t understand! Why men and women do not understand each other/D. Tannen.-Moscow: Viche Persey AST, 1996. – 432 p.
7. Flyagina I. A. Advertising in the formation of socio-cultural images / I. A. Flyagina // Social communication and social management in eco-anthropocentric and semisociopsychological paradigms: in 2 books. / [Ed. T. M. Drydze].-M.: The Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, 2000.-Book 2.-P. 3-24.

LIST OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

1. Cosmopolitan. – № 6. – 2011. – 237 p.
2. Elle. – № 1. – 2011. – 295 p.
3. ForbesLife, December 2007.
4. Glamour. – № 11. – 2013. – 185 p.
5. People, June 29, 2009.
6. Runway. – № 4. – 2010. – 210 p.
7. Seventeen. – № 5. – 2012. – 202 p.
8. <http://www.mendocinoagent.com>
9. <https://www.ford.com/cars/focus/>

Лингвистическая репрезентация гендерных стереотипов в английском рекламном тексте

В. В. Самарина, Т. Л. Полякова

Аннотация. В рамках коммуникативно-дискурсивного направления проводится изучение лингвистического конструирования гендера в коммуникативном взаимодействии индивидов в различных видах дискурса. Множественность и изменчивость понятий мужественности и женственности делает возможным манипуляцию ими в дискурсах массовой коммуникации, например, в рекламном. Исследования рекламного дискурса выявляют гендерные стереотипы, которые используются как инструмент передачи информации об объекте рекламирования и о социальной действительности. Анализ рекламы показывает, что в соответствии с традиционными представлениями о социальной роли мужчин и женщин, в современном рекламном дискурсе происходит конструирование образа не только рекламных персонажей, но и самого объекта рекламирования несмотря на попытки нейтрализации гендерного фактора.

Ключевые слова: рекламный дискурс, гендер, стереотип, репрезентация, мужественность, женственность.

Виникнення і розвиток німецької фахової мови промислової автоматизації

Н. О. Школьна

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Paper received 30.03.18; Accepted for publication 05.04.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-14>

Анотація. У статті розглядається виникнення та процес розвитку сучасної німецької фахової мови промислової автоматизації. Визначено її періоди формування, а також встановлено особливості утворення термінів впродовж вказаних періодів. На основі аналізу існуючих термінів описані процеси їх формування.

Ключові слова: виникнення мови, періоди розвитку мови, прототерміни, терміни, професіоналізми.

Постановка проблеми. Кожному історичному періоду притаманні власні риси та особливості. XXI сторіччя без перебільшень можна назвати «періодом автоматизації та роботизації», адже людство активно впроваджує автоматизацію в усі галузі промисловості, що, в свою чергу, спричиняє її стрімкий розвиток і появу нових наукових дисциплін та термінів.

У наукознавстві встановлено, що в середньому кожні 25 років відбувається подвоєння кількості наукових дисциплін. Нові області знання утворюються за трьома основними моделями: 1) в результаті диференціації знань і започаткування від даної предметної області нових областей знань; 2) в результаті взаємодії двох наук на межі їх зіткнення; 3) комплексні науки і дисципліни, що утворились внаслідок взаємодії ряду наук [3, с.194]. Саме так, під впливом стрімкого розвитку передових галузей промисловості таких як кібернетика, телемеханіка, машинобудування і програмування відбулось формування сучасної німецької фахової мови промислової автоматизації.

Автоматика як самостійна галузь науки і техніки сформувалась недавно на базі досягнень таких суміжних наук як телемеханіка, кібернетика і на даний час продовжує активно розвиватись. О. Й. Головинський визначив автоматику як «сукупність методів і технічних засобів, що виключають участь людини при виконанні операцій конкретного процесу. Автоматизація – процес, при якому функції керування і контролю здійснюються методами і засобами автоматики.» [2, с.7]. Поняття автоматизації охоплює більш широкий перелік питань, включаючи технічні, економічні та соціальні, оскільки докорінно змінює характер праці, приводить до зменшення часу, необхідного для виготовлення продукції, але водночас породжує ряд складних завдань, серед яких високі вимоги до надійності устаткування, точності розрахунків, а також впорядкування існуючого термінологічного складу для ефектної комунікації.

Мета наукової розвідки – провести теоретичне дослідження та проаналізувати періоди розвитку німецької фахової мови промислової автоматизації на основі аналізу термінів зі словників. **Об'єктом дослідження** виступає німецька фахова мова промислової автоматизації, **предметом** – особливості її утворення. Для проведення дослідження були використано **порівняльно-історичний та зіставний методи**.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів. Сьогодні жодна галузь промисловості та народного господарства не може існувати і функціонувати ізольовано від інших сумісних

сфер. «Сучасні заводи і енергетичні системи, залізничний і автомобільний транспорт літальні апарати різного призначення і засоби зв'язку – ось далеко не повний перелік використання систем автоматичного керування, у тому числі часто з застосуванням засобів обчислювальної техніки» [2, с.3]. Отже, новітні засоби як і системи автоматизації та обчислювальної техніки пов'язані з такими галузями науки як телемеханіка, кібернетика.

Телемеханіка – це галузь технічних наук, яка досліджує комплекс питань, пов'язаних з керуванням на відстані та контролем стану рухомих і нерухомих об'єктів. Префікс походить від грецького слова *теле* (укр. *далеко*) і характеризує передачу сигналів на відстані» [2, с.10].

Кібернетикою називають науку про загальні закономірності процесів керування і передачі інформації в машинах, живих організмах та їх об'єднаннях. Термін «кібернетика» походить від грецького слова *кібернетес*, що значить керуючий [2, с.15]. Кібернетика на відміну від інших наук вивчає особливості характерні для всіх процесів керування незалежно від їхньої фізичної природи і дати визначення єдиної теорії для всіх процесів. Сучасна кібернетика включає самостійні наукові напрямки, серед яких можна виділити теорію інформації, теорію програмування і теорію систем керування. Історія формування німецької термінології промислової автоматизації є окремою частиною історії розвитку всієї лексичної системи мови.

Розглядаючи формування фахової мови промислової автоматизації, виділяємо чотири періоди I – древній, II – машинний (середина XVIII ст.), III – науково-теоретичний (середина XIX ст.), IV – сучасний (з середини XX ст.), які яскраво ілюструють зв'язок розвитку лексичної системи мови з історією розвитку науки і передових технологій. Кожен з цих періодів характеризується певною загальною суспільно-політичною ситуацією та пов'язаним з нею ступенем свободи наукової творчості. На кожному етапі розвитку науки та техніки прогрес породжує нові термінологічні одиниці.

Древній період вважається періодом зародження прототермінів – спеціальних лексем, що з'явилися у донауковий період розвитку спеціальних знань [3, с.44]. В донауковий період людина оперувала спеціальними уявленнями, назви яких визначають як прототерміни, оскільки у літературі відмічається той факт, що навіть у самих древніх рукописах (5,5 тис. років тому) спостерігається намагання організувати знання в систему, що нехарактерно для побутових уявлень [3,

с.180]. На думку В.В. Виноградова «історія термінології будь-якої сфери науки, культури, виробничої діяльності – це повість про закономірності розвитку знання про природу та суспільство» [1, с.6]. Отже, в основі фахової мови є загальна лексика, яка з плином часу піддалась процесам термінологізації, наприклад, *Steuerung, Skalenantrieb, Drehmelder, Brückenschaltung*.

Більшість вчених зазначають, що в античний період у розвитку людських знань був зроблений величезний крок, який привів до появи науки. У цьому періоді з'явилась тенденція до раціоналістичного пояснення явищ оточуючого світу, до зведення знань у систему. Це час створення основ математики, механіки, астрономії, зоології і ботаніки, мінералогії, медицини, історії, філології, права і мистецтва. Значна увага приділялась філософії, яка забезпечувала єдиний підхід до трактування знання. Характерною особливістю є розмежування теоретичних і прикладних наук, а також відмежування науки від ремесел [3, с.188-189].

Поява численних нових пристроїв та механізмів вимагала перш за все дати їм назву, яка найчастіше утворювалась на основі існуючого лексичного запасу. Вважається, що в цей період виникли професіоналізми, оскільки підходи до визначення їх статусу ще не визначені. Відповідно до однієї з трьох точок зору діахронічного розмежування, професіоналізми відносяться до одиниць ремісничої лексики, яка склалась і функціонувала у період Середньовіччя [3, с. 45].

Процес автоматизації розпочався відразу з виникненням виробництва, саме ж виробництво існує з давніх-давен, точну дату виникнення встановити не можливо. Самодіючі пристрої - праобрази сучасних автоматів, з'явилися з розвитком полювання. Важкі умови виживання змусили первісну людину винайти самодіючі пастки, які спрацьовували без її присутності, щоб полегшити важкі умови виживання. Таким чином, пастки, що з'явилися майже 20 тисяч років тому, нагадували найпростіші автомати. Як вказував німецький етнограф Ю. Ліпс [5] «поява першої пастки мала в історії людської культури більше значення, ніж навіть винайдення колеса». В книгах Герона Олександрійського «Пневматика» і «Про автомати» описуються різні автоматичні пристрої: двері, які відчиняються автоматично, масляна лампа, автомат для продажу води, швидкострільний самозарядний арбалет, парова турбіна, пристрій для вимірювання протяжності доріг (древній одометр).

Перший дерев'яний «праробот» був розроблений Леонардо да Вінчі 1495 р. Однак вперше слово робот з'явилось у 1921р. у п'єсі «Р.У.Р» (Розумні універсальні роботи) чеського письменника Карела Чапека, його автор використав для назви механічних істот, які зовні нагадували людей. Термін «робот» походить від чеського «*robot*» «праця», сьогодні живиться для позначення електромеханічного, пневматичного, гідравлічного пристрою або їх комбінації, керованого комп'ютером, для того щоб замінити людську працю у промисловості, небезпечних середовищах. У 1928 р. у першому виданні «Оксфордського словника англійської мови» при слові «робот» зазначалося, що його створив автор п'єси "Р.У.Р." Карел Чапек.

Другий період розвитку термінологічних одиниць фахової мови співпав з розвитком нових природничих наук у XVIII столітті, пов'язаний з систематизацією накопиченого матеріалу. Вчені робили спроби впорядкування і створення чітких, систематизованих і понятійних систем термінів.

В часи промислового перевороту в Європі (кінець XVIII - початок XIX ст.) виникає практичний інтерес до автоматики, пов'язаний з її впровадженням у виробництво. У період розвитку автоматизації технологічних процесів машинного етапу були винайдені механізми і швидкісні машини для заміни ручної праці. Слід зазначити, що успішний розвиток автоматизації виробництва у цей період ґрунтувався на принципах та методах класичної механіки. Не менш важливим досягненням цього етапу є винахід автоматичного регулятора живлення парового котла та винайдення у 1784 р. Джеймсом Уаттом автоматичного регулятора швидкості парової машини. З цього часу впроваджується система автоматичного регулювання. У 1876-1878 професор Петербурзького університету І.О. Вишнеградський, який вважається одним із засновників теорії автоматичного керування, у своїх працях «Про загальну теорію регуляторів» та «Регулятори прямої дії» представив метод розрахунку регуляторів цього типу, а також сформулював умову стійкості системи регулювання.

Отже, машинний період розвитку сприяв розробці як теоретичного так і практичного провадження процесів автоматизації в житті. З точки зору лінгвістики з'являються перші терміни, прототерміни (спеціальні лексеми, що використовуються у якості термінів для найменування нових понять, що сформувались, але не відповідають основним вимогам, які висуваються до терміну) та терміноіди (спеціальні лексеми, що використовуються для найменування так званих натуральних понять, тобто тих, що формуються і поняття, що не мають меж, а значить, і дефініції) [3, с. 44-45].

Нова епоха характеризується новими винаходами і вдосконаленням існуючих систем і пристроїв. Так, енергія пари дедалі частіше замінюється електричною енергією, і більше уваги приділяється питанням автоматизації різних електроустановок. У цей період виникають автоматичні електростанції, автоматизуються окремі промислові ділянки, цехи та цілі підприємства. Ставляться і вирішуються завдання комплексної автоматизації цілих промислових процесів і виробництв.

Розвиток автоматизації виробництва охоплює період кінець XIX і середину XX століття. Велике значення для розвитку теорії автоматичного керування мали дослідження академіка О.М. Ляпунова, який у 1892 році у своїй праці «Загальна задача про стійкість руху» заклав основи теорії стійкості нелінійних динамічних систем, а також обґрунтував вихідні положення лінійної теорії автоматичного керування.

У XIX ст. промислова революція спричинила подальший розвиток науки і техніки, а також появу великої кількості технічних наук. Терміни використовуються не лише вузьким колом вчених, а чималою кількістю працівників на виробництві. Для створення нових термінологічних одиниць залучається лексика національної мови. Найбільш легким шляхом попов-

нити потребу у нових термінах для позначення різновидів нових понять є утворення словосполучень. Традиція такого способу терміноутворення виробилась у XVIII ст. Цей спосіб стає ведучим, що відображається у кількісній перевазі словосполучень майже у будь-якій області термінології у більшості європейських мов, що в свою чергу, приводить до появи термінів складених з трьох, а в кінці сторіччя з чотирьох елементів [3, с.191-192]. Слід зазначити, що розвиток науки і техніки не тільки викликав зріст термінів, а й спричинив необхідність обміну інформацією різними мовами, що в свою чергу привело до збільшення кількості термінологічних словників.

У цей час розвивається багатозначність у деяких запозичених термінах як один із засобів економії мовних засобів при термінологізації нових наукових понять і технічних реалій на рівні усієї терміносистеми. Наприклад, слово «*Kette*», запозичене з латини, використовувалась впродовж тривалого періоду часу у якості побутового слова. Розвиток текстильної, а пізніше і машинобудівної промисловості сприяв появи нового значення «ланцюг». В результаті подальшої «міграції» ми отримали термін ядерної фізики «*Kettreaktion* - ланцюгова реакція». Лексема «*Karte*» потрапила в німецьку мову з латини з початковими значеннями 'Stück Papier oder Pergament, ausgestellte Urkunde, gemaltes Blatt', auch 'Spielkarte'. Розширення змістового змісту спричинило появу терміна автоматки і обчислювальної техніки *Lochkarte, (Perfokarte)*.

Таким чином, типовим для періоду формування термінології являється факт запозичення терміна з однієї термінології чи сфери неспеціальної лексики у вторинному, частіше за все у метафоричному значенні. Метафора присутня на всіх етапах формування термінів і термінологій [4, с.112]. Наприклад, *Feldbus* – польова шина, *Offline-Betrieb* – автономний режим, *Software* – програмне забезпечення.

Завдяки бурхливому розвитку техніки у кінці XX – початку XXI ст. з'явилися енергетичні, технологічні, транспортні й інші машини й агрегати з автоматичним керуванням. Широке використання у виробничих процесах автоматичного й автоматизованого устаткування - це і є автоматизація виробництва. Якщо механізація звільняє людину тільки від важкої фізичної праці, то автоматизація передбачає передачу автоматичним пристроям також і функцій керування, регулювання і контролю, що раніше виконувала людина.

Автоматичне керування широко застосовується для виконання операцій, які у звичайних умовах вимагають багато часу та фізичних зусиль. Винайдення електронної обчислювальної машини (ЕОМ), що застосовується для швидкого та комплексного аналізу інформації, сприяє значній економії часу та гарантує прийняття правильного рішення. Керування будь-яким об'єктом здійснюється через інформацію, отриману від давачів, що контролюють стан цього об'єкта. Проаналізувавши отримані дані, комп'ютер подає команди, які перетворюються в сигнали. Перші пристрої, що використовувались для автоматизації обчислень на той час називались електронно-обчислювальними машинами (ЕОМ), однак сьогодні більш поширеним у мові є термін комп'ютер.

За В.М. Лейчиком етап складання термінології завершується, коли з'являється сформована термінологія, тобто в певній області знань чи діяльності настає період більшої чи меншої стабілізації, коли достатня кількість фактів без протиріч описується сукупністю термінів, тоді і починається етап розвитку термінології на власній основі [4, с.113].

60-70-ті роки XX ст. Сформована теоретична і практична складові автоматизації. Розроблено правила конструювання автоматизованих електроприводів, алгоритми керування. В цей час теорія автоматичного керування вирішує все складніші питання з розробки нових систем, методів їх дослідження та синтезу. Протестовано прилад-прототип програмованого логічного контролера. В 1975 на ринок вийшла перша модель компанії *Siemens* програмованого логічного контролера *Siematic S3*. Запровадження і поширення першої вільно програмованої системи автоматизації. З'явилися такі терміни: *Numerical Control* (анг.) – числове програмне керування; *Numerical Control Machine, NC-Werkzeugmaschine* – верстат з числовим програмним керуванням; *Rückkopplung, Rückführung, feedback control* – керування зі зворотнім зв'язком; *drive system* – привід; *relay actuator* – виконавчий орган реле; *Chip, Mikrobaustein* – чіп, мікросхема; *Programmable logic controller* (анг., *PLC*) – програмуєчий логічний контролер (ПЛК); *diskrete PID-Regelung, discrete proportional-integral derivative (PID)* – дискретний ПІД-регулятор.

80-ті роки XX ст. – наш час З'явилась технологія промислових мереж. Для цього етапу характерна поява великої кількості нових термінів, утворених на основі існуючих: *Feldbus, fieldbus* (анг.) – промислова мережа, польова шина; *HMI* (анг., *abbr. Human machine interface*) – людино-машинний інтерфейс; *SCADA* (анг., *abbr. Supervisory Control And Data Acquisition*) – система *SCADA* розподілеа система спостереження та керування. Тенденція до інтернаціоналізації дослідницької роботи і розширення об'єму міжнародного обміну інформацією приводить до збільшення кількості іншомовних запозичень, що спричиняє появі ряду проблем, пов'язаних зі взаємодією національної та запозиченої лексики і вибором форм запозичень. Здійснюються свідомі спроби створення ідеальних систем термінів, у яких не було би недоліків існуючих термінологій – синонімії, омонімії та полісемії, труднощів з вимовою, неточності та інших [3, с.192]. Абревіація поширюється як в усному та і письмовому мовленні, *USB-Schnittstelle* (*Universal Serial Bus* – універсальна послідовна периферійна шина)– *USB-norm, AWL* – *Anweisungsliste, AWD* – *Datenwählvermittlung* – *automatic data switching exchange, TSS* – *Teilnehmerbetrieb* – *time sharing operation, VBX-Technologie* – *Visual Basic Extension Technologie, VC* – *virtueller Container, WOSA* – *Windows Open System Architecture, WR* – *Wagenrücklauf* – *carriage return, CPU* -, *IO-Link* -, *TIA Portal* – *MIC* - *microwave integrated circuit, OOP* - *object-oriented programming, OMC* - *operation and maintenance centre.*

Сьогодення характеризується спробами усіх фахівців, залучених до створення та використання термінологічних одиниць, упорядкувати галузеві термінології. Так, розробники нових технологій та обладнан-

ня разом з лінгвістами активно працюють над впорядкуванням технічної термінології як підсистеми загальнонародної мови, що в результаті спричиняє підвищену термінографічну активність – видавництво різних видів термінологічних словників, а саме: перекладних, енциклопедично-довідкових, тлумачно-перекладних, частотних, словників-тезаурусів, словників нових термінів.

Висновки. Отже, фахова мова промислової автоматизації бере свій початок з прадавніх часів і налічує типові періоди для становлення усіх фахових мов: зародження, накопичення термінологічних одиниць, період бурхливого розвитку термінологічної системи

та період впорядкування термінів. Тривалі періоди формування німецької фахової мови знаходять своє відображення у неоднорідних термінологічних одиницях, а саме власне німецьких термінах, запозиченнях з латинської, грецької та англійської мов, численних абревіатурах, скороченнях та словосполученнях. За час розвитку змінювався функціональний статус фахової мови і на сьогодні сучасна німецька фахова промислової автоматизації являється цілісною системою термінологічних одиниць до складу якої входять терміни таких споріднених галузей як кібернетика, телемеханіка та програмування.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Виноградов В.В. Вступительное слово / В.В. Виноградов // Вопросы терминологии : Материалы Всесоюз. терминологического совещания. – М. : Изд-во АН СССР, 1961. – С. 3-10.
- [2] Головинский О.И. Основы автоматизации. / О.И. Головинский – М.: Высш.шк., - 1987. – 207с.
- [3] Гринев-Гриневиц С.В. Терминоведение / С.В. Гринев-Гриневиц. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 304 с.
- [4] Лейчик В. М. Терминоведение. Предмет, методы, структура / Лейчик В. М. – М.: Книжный дом «Либроком», 2009. – 256с.
- [5] Липс Ю. Происхождение вещей / Ю. Липс. - Москва: Иностранная литература, 1954 - с. 490.

REFERENCES

- [1] Vinogradov V.V. Introductory word / V.V. Vinogradov // Issues of terminology : Materials of All-Union terminology conference. – M. : Publishing house Academy of Science USSR, 1961. – p. 3-10.
- [2] Golovinskiy O.I. Fundamentals of automatics. / O.I. Golovinskiy – M.: Vysshaya shkola, - 1987. – 207p.
- [3] Grinev-Grinevich S.V. Terminology studies / С.В. Гринев-Гриневиц. – М. : Publishing center «Academy», 2008. – 304 p.
- [4] Leychik V.M. Terminology studies. Subject, methods, structure. / Leychik V.M. – M.: Book House «Librokom», 2009. – 256p.
- [5] Lips Yu. Origin of things / Yu. Lips. – Moscow: Foreign literature, 1954 - p. 490.

Origin and development of the German language for special purposes of industrial automation

N. O. Shkolna

Abstract. The article deals with origin and development of the modern German language for special purposes of industrial automation. The periods of its development are determined as well the special characteristics of the terms forming within the mentioned periods. The process of term forming is described based on the analysis of the existing terms.

Keywords: *origin of language, periods of language development, prototerms, professional terms.*

Возникновение и развитие немецкого языка для специальных целей промышленной автоматизации

Н. А. Школьная

Аннотация. В статье рассматривается возникновение и процесс развития современного немецкого языка для специальных целей промышленной автоматизации. Определены периоды его формирования, а также установлены особенности образования терминов во время указанных периодов. На основании анализа существующих терминов описаны процессы их формирования.

Ключевые слова: *возникновение языка, периоды развития языка, прототермины, термины, профессионализмы.*

Комунікативний контакт у політичному дискурсі з позицій еколінгвістики

Е. В. Шпак

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, Харьков, Украина
Corresponding author. E-mail: olenashpakua@gmail.com

Paper received 29.03.18; Accepted for publication 05.04.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-15>

Анотація. Комунікативна категорія КОНТАКТ є сукупністю норм і правил мовленнєвої поведінки, що регулює комунікативний процес, проявляє різноманітні вербальні й невербальні засоби вираження. Тип ситуації й фактор адресату впливають на протікання контакту у фазах встановлення, підтримання за розмикання. Збереження просторово-психологічної дистанції і тактовне ставлення до співбесідника укорінені у свідомості носіїв англомовної культури як прискрипційна основа категорії. Екологічність політичного дискурсу, заснованого на ідеї боротьби, проявляється в оптимальному співвідношенні фатичності та інформативності в унісонних контактах політиків.

Ключові слова: комунікативна категорія контакт, норма, політичний дискурс, ситуація, фаза контакту, унісонний контакт.

Сучасні лінгвоекотологічні дослідження характеризуються широким охоптом цілей та тематик, пов'язаних з проблемою впливу лінгвоекотологічної культури, лінгвоекотологічних комунікацій, лінгвоетнокотологічної свідомості на аспекти мовленнєвої поведінки. Лінгвоекотологічне вивчення дискурсу має ціллю схарактеризувати культурні доміанти певного суспільства як одиниць ментальної сфери, встановити специфіку спілкування, визначити формульні моделі етикету та мовленнєвої поведінки в рамках певного етносу.

Феномен контакту набуває осмислення як комунікативна категорія, що реалізується у дискурсивній взаємодії адресанта і адресата з урахуванням їх соціальних ролей, взаємних відносин та стану, зумовленого ситуативними факторами спілкування. Контакт встановлюється, підтримується та розмикається між комунікантами, що користуються спільною мовою та культурою. Комунікативний компонент культури мовлення, що спирається на комунікативну стилістику, рекомендує найбільш відповідний вибір мовленнєвих засобів контакту у кожній окремій сфері й у специфічних умовах спілкування [5]. Функціональність, відповідність мовних засобів цілям спілкування і пов'язана з нею об'єктивна варіативність норми складають основу наукової проблематики культури мовлення.

У свою чергу, політичний дискурс є інституційним типом дискурсу, що апелює до ціннісної системи суспільства, оскільки має за основну мету заволодіти увагою електорату та здобути й утримати владу [8]. Суб'єктами дискурсу в політиці рухає політичний інтерес, характер якого обумовлений об'єктивним становищем груп та індивідів у соціально-економічній та політичній структурі суспільства, їх політико-культурними уявленнями і традиціями, їх світоглядними принципами й цінностями. Дослідження екологічності прийомів контактування у політичному дискурсі вважається актуальним, оскільки саме питання ефективності мовного спілкування висуває еколінгвістику на перший план сучасних гуманітарних досліджень.

Отже, актуальність роботи зумовлено необхідністю комплексного опису процесу комунікативного контакту в англомовному політичному дискурсі як фатично-інформативної єдності його фаз на основі ситуативних факторів і комунікативних стратегій

суб'єктів політичного дискурсу, що обумовлюють функціонування вербальних й невербальних засобів контакту в якості контактовстановлюючих, контактопідтримуючих і контакторозмикаючих.

Об'єктом аналізу цієї статті є способи реалізації комунікативної категорії КОНТАКТ у різних типах ситуацій англомовного політичного дискурсу.

Метою роботи є виявлення норм екологічності у реалізації комунікативної категорії КОНТАКТ (далі – ККК) в англомовному політичному дискурсі.

Функціонально-комунікативний підхід забезпечує дослідження мови як діяльнісного цілеспрямованого живого організму [2, с. 130-136] у дискурсі, який з точки зору еколінгвістики розуміється як засіб формування соціальних відносин та одночасно їх продукт [3, с. 126]. Цей напрямок вивчення дискурсивного процесу висвітлює аспект відношення знаків до їх користувачів та проливає світло на центральне питання сучасної лінгвістики – проблему ефективності мовного спілкування у різних типах дискурсу.

З метою підвищення ефективності і якості міжособистісної комунікації еколінгвістика виокремлює параметри екологічного та неекологічного спілкування. До перших належать такі фактори, як доброзичливість, ввічливість, прагнення прийняти позицію партнера, уникання негативних оцінок особистості співбесідника, стримування негативних емоцій, взаємна толерантність, рівні комунікативні права, логічність розгортання тексту та інше, що загалом можна схарактеризувати як «культура мовлення». Неєкологічне ж спілкування наділене такими складовими, як словесні образи, грубість, надлишкова категоричність, перебивання, стилістичні порушення, психологічний тиск тощо. З точки зору еколінгвістів, в екології має бути два розділи: біологічна і культурна, або моральна [6]. Тож, екологічний аспект можна застосувати й до системи соціуму.

ККК є гіпердискурсивною, культурно-специфічною категорією, що регулює взаємодію комунікантів у фазах контактовстановлення, контактопідтримання і контакторозмикання та визначається: а) двошаровістю (актуалізує фатичність та інформативність) і б) двополярністю (характеризується комунікативним унісоном «плюс-полярність» й комунікативним дисонансом «мінус-полярність»). Основу ККК складає поняття «контакт», яке наявне у свідомості

англомовних комунікантів як репрезентація комунікативної події спілкування суб'єктів комунікації з метою фатичного та інформативного обміну.

Цінності та поняття культури впливають на мовленнєві й немовленнєві норми контакту, який відбувається у різних сферах соціального життя й демонструє, окрім того, власні специфічні норми спілкування. У процесі історичного упорядкування та ієрархізації соціального життя з'явилося поняття дистанції, яка є критерієм, що протиставляє статусно-орієнтований дискурс, у якому комуніканти реалізують себе в обмеженому наборі рольових характеристик, виступаючи в якості представників певних груп людей, та особистісно-орієнтований дискурс як неформальне спілкування співбесідників, що добре знають один одного. Інституційні дискурси диференціюються за такими параметрами, як сфера комунікації, характер комунікації та адресантно-адресатні конфігурації. Екологічність тут маніфестується формальним стилем спілкування, який передбачає клішованість, жорстку необхідність дотримання норм, високий рівень офіційності. Найчастіше всього спостерігається «контакт масок» [1], таке формальне спілкування, при якому відсутнє прагнення мовців зрозуміти та врахувати особистість співбесідника. Звичні маски – це набір стандартних фраз, жестів, посмішок, які дозволяють приховати істинні емоції та ставлення до співбесідника.

Уявлення про типове виконання тієї чи іншої соціальної ролі утворює стереотип – невід'ємну частину рольової поведінки. Оптимізм і приємність у спілкуванні є нормою мовленнєвої поведінки англомовного світу (*Have an excellent day! I'd love to see you again soon! We must get together*). Типові ситуації соціальної взаємодії індивідів мають екологічно виверне вербально-знакове оформлення, що носить відпрацьований характер та значно полегшує спілкування: символом ситуації стає стереотипна фраза.

Окрім типових ситуацій існують і нетипові – ненормативні, нестандартні, проблемні, надзвичайні ситуації, в яких мовці вимушені відмовлятися від прийнятого у мовному колективі членування ситуації та використовувати творчість, оскільки нетипові ситуації викликають причинно-наслідкові сплетіння соціально-психологічного й комунікативно-стилістичного ряду.

Це безпосередньо пов'язано з співвідношенням фатичності та інформативності у фазах контакту, а саме, переростанням фатичності в інформативність, що маніфестує повноцінний екологічний контакт в ситуаціях спілкування. Дотримання балансу інформатики і фатички слугує фактором оптимізації спілкування, оскільки вдале вживання фатичних висловлень покращує процес передачі когнітивно значущої інформації. Однак, у ситуаціях, що виходять за рамки повсякденної практики і пов'язані з надзвичайними подіями або ризиком, дистанція між комунікантами та набір прецедентних текстів і дискурсивних формул, які підкреслюють ідею представництва у спілкуванні і зобов'язують комунікантів спілкуватися у суворій відповідності з нормами певного соціуму, можуть втрачатися. Наростання інформативності від мінімуму до максимуму відбувається під час ускладнення умов спілкування. Прикладом слугує наведена неординарна

ситуація реалізації ККК у трьох фазах, що пов'язана з неочікуваними політичними подіями:

My Secret Service agent said that Bob Blackwill was on the secure phone from Bagdad. I thought to myself that it was pretty late in Iraq, so I was immediately concerned that something was really wrong.

"Jerry is about to issue a new set of political guidelines tomorrow," Bob said.

"What?" I asked. I couldn't believe my ears. "You have to tell him that the President has to see what he's going to say," I said.

"You'd better tell him," Bob replied.

I immediately put in a call... [9, c. 244].

Хоча спілкування по телефону є чітко структурованим, передбачає початок, основну частину та завершення ("telephone language"), адресант, політик Роберт Блеквіл, незважаючи на глибоку ніч, не вживає жодних стереотипних етикетних формул привітання або вибачення. У наведеному фрагменті контактостановлююча та контакторозмикаюча функції, є більш значущими, ніж фатична функція, що заснована на соціальних та культурно-специфічних нормах спілкування (тобто реалізуються стереотипними висловленнями та етикетними формулами). Комунікантами обираються засоби, що пов'язані з інформативністю у формі пояснень та повідомлень.

Окрім двошаровості як поєднання комунікації з метаконунікацією, ККК характеризується також за модусом взаємодії, двополярністю, яка наявна у свідомості носіїв англійської мови у вигляді унісонного контакту «плюс-полярність» й дисонансного контакту «мінус-полярність». Унісонний контакт проявляє себе як екологічний спосіб контактування, оскільки становить гармонійне спілкування мовців заради безконфліктної, кооперативної й узгодженої взаємодії. Він є обов'язковою умовою розвитку дискурсу. Дисонансний спосіб контактування – це комунікативний збій у спілкуванні, який у силу ситуативних чинників або індивідуально-психологічних установок суб'єктів дискурсу на дисгармонізацію відносин проявляється в опозитивній формі мовленнєвої поведінки та може призводити до розладу контакту.

Двополярність контакту заснована на ціннісному складникові ККК. Досліджено, що лексична одиниця *contact* має зв'язок з *tact* [*F < L tactus, pp. of tangere, to touch < IE base tag-, to touch, grasp > OE thaccian, to stroke*] – "a delicate perception of the right thing to say or do without offending, skill in dealing with people" [9] – вмінням спілкуватися, делікатним, **тактовним** ставленням до співрозмовника з метою запобігання образи. Унісонний контакт маніфестує реалізацію стратегії кооперації за допомогою **тактик**, заснованих на принципах увічливості (**такту**, великодушності, схвалення, скромності, згоди та симпатії), які утворюють не тільки фундамент інформаційно-регулятивної компетенції та комунікативну норму, а й національну цінність англомовців.

Можна стверджувати, таким чином, що запорукою ефективного спілкування виступає гармонічний діалог, який передбачає: узгодженість стратегій і тактик співрозмовників. Кооперативна комунікативна стратегія – унісонна, спрямована на співпрацю, зумовлена спільними цілями комунікантів, чий позиції не є про-

тилежними, а, навпаки, доповнюючими, та закорінена на максимумах кількості, якості, релевантності, способу вираження, постулатах такту, великодушності, схвалення, скромності, згоди й симпатії [7]. Для реалізації своїх комунікативних інтенцій англомовці обирають також рівні ввічливості [4], які регулюють мовленнєве спілкування й направлені на захист та збереження соціального обличчя комуніканта. Тактики, що реалізують стратегію кооперації, закорінені на використанні конверсаційних норм та стратегій позитивної та негативної ввічливості.

Політичний дискурс (далі – ПД) реалізується в тій сфері комунікації як політичний інститут (парламент, уряд та ін.). Диференціація інституційних ролей політичного лідера пов'язана з конкретними офіційними посадами у владних структурах (голова держави (монарх, президент), прем'єр-міністр, спікер, лідер партії або парламентської фракції тощо). Агенти є більш диференційованими в номінації, ніж клієнти, у якості яких виступає все населення, що вдається до послуг політичних інститутів; у більш вузькому розумінні клієнт ПД – виборці, які голосують за конкретну політичну партію тощо. Політика є цілеспрямованою діяльністю у сфері контактів, безпосередньо пов'язаною з боротьбою за здобуття та утримання влади. Політична влада базується на владі впливу, на управлінні людьми різної політичної орієнтації, а керування здійснюється тільки через слово, тому ПД, як інституційно організована і тематично сфокусована послідовність висловлювань, направлена на підтримку й зміну відносин домінування та підкорення в суспільстві за допомогою аргументації (дефініцій, пояснень, ілюстрацій, псевдоаргументації) [8].

Основною метою конфліктів інтересів суб'єктів ПД, що виражається у сварках та суперечках, є не істина, а перемога. При цьому комуніканти можуть вступати в конфлікт як заради ствердження громадських цінностей, так і їх власних амбіцій. Приступаючи до конфліктних дій, суб'єкти ПД використовують усі засоби у їх розпорядженні, особливо силу слова, осмислюючи засоби сперечання та аргументування у термінах війни: «*Argument is War*»: як і на полі бою, політичний дискурс спрямовують на знищення «бойової міцності супротивника», тобто озброєння (думок та аргументів) і особового складу (дискредитація особистості опонента). Політика асоціюється з війною, оскільки нав'язування своєї волі відбувається за допомогою слова як зброї (*weapon*) та аргументування (*attack*) – значення лексичних одиниць переосмислюється у політичному контексті. Змістом висловлення політичної образи є негативна оцінка політикомовцем свого політичного опонента: “*In war, you can only be killed once, but in politics, many times*” (Winston Churchill).

Дисонансний контакт «мінус-полярність», основою якого є конфлікт, пов'язаний з маніфестацією неспівпадіння в думках, переконаннях, оцінках або інтересах комунікантів. Науковці зауважують, що існують моменти, коли необхідним й правильним є боротися: захищатися проти агресивних дій, захищати країну або себе. Однак у сучасній цивілізації основним змістом культури стало критичне мислення, звідси – головний аргумент культури: критика, словесні перепалки,

вербальні дуелі. Неекологічність контакту проілюстрована у нижчеподаному фрагменті контакту в ординарній ситуації ПД:

Margaret: ...*What can we realistically achieve by the end of the session, Lord President? Why have we not made more progress to date? What is that? Is that the timetable? I haven't seen that? May I see it?*

Lord President: *Here it is, Prime Minister. Of course.*

Margaret: *The wording is sloppy here ... and here.*

Lord President: *If you say so.*

Margaret: *I do say so.*

Lord President: *It is merely a first draft.*

Margaret: *This is ridiculous. There are two "T's" in "committee"! This is shameful. Shameful! I can't rely on you for a simple timetable! Are you unwell? Yes, you are unwell! Give me the pensil. Give it to me! If this is the best you can do I had better send you to hospital, and I'll do your job as well as my own and everybody else's. Gentlemen. As the Lord President has chosen to come to cabinet unprepared ... I have to close this meeting. Good morning!* [11].

Проводячи нараду з міністрами, знервована попередньою суперечкою, Маргарет Тетчер встановлює контакт з лордом-головою Ради. Фаза контактовстановлення демонструє порушення етики й норм етикету – комунікативний дисонанс, оскільки адресат не має можливості підтримати контакт, відповівши хоча б на одне запитання. У фазі контактопідтримання адресат намагається згладити протиріччя за допомогою висловлень у контактопідтримуючій функції співпраці. Однак, фаза контактопідтримання є також дисонансною через деконструктивну поведінку адресанта, який удається до використання некоректних прийомів аргументування, що виражається в акцентуванні негативної оцінки його дій та негативних аспектів його характеру у прямій особистісній атаці на адресата. Дисонансною є і фаза контакторозмикання. Неекологічність контакту у ПД виокремлено на основі таких функцій, як функція порушення мовленнєвих норм, функція погрози, функція негативної оцінки, функція звинувачення, функція емоційної розгрузки, функція тиску та функція викриття.

Як показав фактичний матеріал, екологічний унісонний контакт у ПД становить 76% від усього корпусу зібраного матеріалу. Це характеризує ПД як дискурс, скерований у більшості випадків на співробітництво в обговоренні проблем та прийняття спільного рішення, а також на розвиток взаємовідносин. Запорукою екологічності контакту у ПД часто виступає суворий дипломатичний етикет.

Висновки. Еколінгвістика з великою кількістю її аспектів є свідченням переходу лінгвістики з науки, що описує проблеми, у діяльну науку, що вирішує проблеми комунікативного плану. Світо уявлення англомовних мовців впливає на їх комунікативну поведінку під час контактовстановлення, контактопідтримання та контакторозмикання й маніфестується у нормах, способах і засобах реалізації ККК, яка являє собою сукупність норм, установок та правил мовленнєвої поведінки в англомовному суспільстві, організує і регулює комунікативний процес, має комунікативний зміст та різноманітні мовні та мовленнєві, у тому числі, й невербальні засоби вираження цього

змісту. Кооперативна налаштованість мовців та злагоженість їх взаємодії у політичному типі інституційного дискурсу маніфестується в екологічному

унісонному контакті, закоріненому на нормах спілкування й оптимальному співвідношенні фатичності й інформативності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Леви-Стросс К. Путь масок / М. : Республика, 2000. 399 с.
2. Самохіна В. О. Функціонально-комунікативний напрям досліджень у лінгвістиці // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2012. № 1022, С. 130-136.
3. Шевченко И.С. Соотношение информативной и фатической функций как проблема эколлингвистики // Когниция, коммуникация, дискурс. 2015. № 10, С.114-132.
4. Brown P. Politeness. Some Universals in Language Usage // Cambridge: CUP, 1987, 352 p.
5. Drew P. Institutional Dialogue / P. Drew, M.-L. Sorjonen // Discourse as Social Interaction. Discourse Studies : A Multidisciplinary Introduction. London : Stage Publications LTD, 2000. Vol. 2, P. 92-118.
6. Haugen E. The Ecology of Language // The Linguistic Reporter. Supplement. 1971. # 25, P. 19-26.
7. Leech G. Principles of Pragmatics// London, N.Y. : Longman, 1983, 250 p.
8. Wodak R. Politics and Language: Overview / R. Wodak, R. de Cillia // Concise Encyclopedia of Pragmatics. Second edition. Oxford : Elsevier, 2009, P. 723-735.
9. Webster's New World Dictionary of American English / [Ed. in Chief Victoria Neufeldt]. USA: Macmillan, 1993, 1570 p.
10. Rice Condoleezza. No Higher Honour. A Memoir of My Years in Washington // New York : Random House, 2011, 721 p.
11. "The Iron Lady" [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://lingualeo.com/ru/jungle/80606#>

REFERENCES

1. Levi-Stross, K. *Put' masok. [Path of masks]*. K. Levi-Stross. Moscow: Respublika Publ. 2000. 399 p.
2. Samohina, V.O. *Funkcional'no-komunikativnij naprjam doslidzhen' u lingvistici. [Functional-communicative line of research in linguistics]* Kharkiv: V.N. Karazin Kharkiv National University Publ. 2012. № 1022, P. 130-136.
3. Shevchenko, I.S. *Sootnoshenie informativnoj i faticheskij funkcij kak problema jekolingvistiki. [The correlation of informative and phatic functions as a problem of ecolinguistics]* Kharkiv: V.N. Karazin Kharkiv National University Publ. 2015. № 10, P.114-132.

Communicative Contact in Political Discourse from the Point of View of Ecological Linguistics

O. V. Shpak

Abstract. Seen from the point of view of ecological linguistics, the communicative category CONTACT is a set of standards and rules of verbal and non-verbal behavior in English society; it organizes and regulates communicative process, has its communicative content and a variety of means of expression. The type of situation and the addressee are leading factors on three stages of contact: establishing, maintaining and breaking. Space-psychological distance and friendly attitude to the interlocutor are rooted in the culture of English community. The ecological character of political discourse based on the idea of struggle is manifested in the optimal combination of fatic and informational context in unison contacts of politicians.

Keywords: *communicative category contact, norm, political discourse, situation, phase, unison contact.*

Коммуникативный контакт в политическом дискурсе с позиций эколлингвистики

Е. В. Шпак

Аннотация. Коммуникативная категории КОНТАКТ как совокупность норм и правил речевого поведения регулирует коммуникативный процесс, проявляет разнообразные вербальные и невербальные средства выражения. Тип ситуации и фактор адресата влияют на протекание контакта на фазах установления, поддержания и размыкания. Сохранение пространственно-психологической дистанции и тактичное отношение к собеседнику укоренены в сознании носителей англоязычной культуры как прескрипционная основа категории, Экологичность политического дискурса, основанного на идее борьбы, проявляется в оптимальном соотношении фатичности и информативности в унисонных контактах политиков.

Ключевые слова: *коммуникативная категория контакт, норма, политический дискурс, ситуация, фазы контакта, унисонный контакт.*

Communicative-and-pragmatic typology of directive speech acts in contemporary English elucidative utterance structure

M. V. Stasiv

Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine
Corresponding author. E-mail: stasiv_mariya@ukr.net

Paper received 29.03.18; Accepted for publication 05.04.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-16>

Abstract. The article deals with the study of directive pragmatics of the elucidative speech act in the structure of utterance of elucidative type in modern English. The analysis has been conducted with regard to the pragmatic structure of the key illocutionary predicate of the principal clause of the research object. The specificity of the directive speech act formation in the analyzed utterance has been described. The communicative-and-pragmatic types of the directly targeted elucidative utterances have been distinguished.

Keywords: *directive speech act, elucidative utterance-directive, communicative-and-pragmatic structure, key illocutionary predicate, pragmatic structure, communicative-and-pragmatic type of speech act.*

Introduction. At the present stage of the linguistic science development, studies of the subjective factor functioning in the language, speech and communication are being actively conducted. The analysis of scientific information in this direction has shown an increased interest of linguists in the study of issues related to the research of speech act units in the communicative-and-pragmatic dimension. In this context, a thorough analysis of speech acts of directive type is important, which will make it possible to specify the orientation of speech actions of the speaker within the communicative situation of interaction.

Brief review of publications. The issue of the speech acts taxonomy with differentiation of such their type as the directive has been raised in many scientific works of Ukrainian and foreign linguists, who have chosen different principles and criteria as the basis of classification. The speech acts were differentiated on the basis of semantic meaning of (performative) verbs and the illocutionary functions of speech acts (J. L. Austin [11]; Yu. D. Apresian [1]). The relations of participants in the communicative process were important in the typologization of speech acts (K. Bach [20; 21]). The determination of types of illocutionary acts was done by their correlation with the syntactic moods of verbs (J. van der Auwera [19]). The research used a comprehensive approach focused on the delineation of illocutionary acts in view of the syntactic-and-semantic features of each type and their behavior in the discourse (D. Wunderlich [30]). Linguists built the classification of illocutionary speech acts with the account of various distinctive features: purpose, expression of speaker's psychological state, etc. (J. R. Searle [15]); a way to achieve the illocutionary purpose, its intensity, etc. (D. Vanderveken [16]); institutionality, non-institutionality, etc. (V. V. Bogdanov [5]). Context changes caused by speech acts were also taken into account in their division (Th. Ballmer [22]). The speech acts have been systematized by the semantic primitives of the meaning of speech act verbs (A. Wierzbicka [29]). Classification types of speech acts were determined depending on their role in the social-and-communicative interactions of communicants (G. Leech [26]). The key criterion for distinguishing the types of speech acts was the nature of the pragmatic component (communicative purpose) (G. G. Pocheptsov [12]). Consideration of speech acts within the various classes was based on the intention of the speaker to do an action (B. Fraser [24]). A classifica-

tion of speech acts according to differential principles was highly appreciated in linguistics, for instance: source of experience, reference structure, focus (W. Stiles [28]). The type of speech act was identified in the light of cognitive "prototyping" of what the participants in the speech group said (F. S. Batsevych [3]). The intentional meaning of the performative and its illocutionary function has also become the key parameters for the delimitation of speech acts (N. I. Formanovska [18]).

Distinctive principles for identifying the directive type of speech acts served as the basis for linguistic studies of its pragmatic status and construction of the communicative-and-pragmatic system of utterances-directives of various types (A. V. Doroshenko [7], V. M. Arinshtein [2], O. I. Bieliaeva [4]; T. Kohlen [25]; V. H. Kulikova [10]; O. V. Yerofeieva [8]; A. N. Ismailova [9] et al.). Since English elucidative utterances of directive type were not considered within the speech act context and were not the subject of differentiation into communicative-and-pragmatic subtypes, the analysis of these utterances-directives at the communicative-and-pragmatic level of their actualization is relevant.

The purpose of this essay is to conduct a thorough analysis of speech acts of directive type in the structure of elucidative utterances of contemporary English. The following tasks should be executed to achieve the purpose: determination of the essence of the speech act-directive, which is implemented within the English elucidative utterance; studying the communicative-and-pragmatic organization of the utterance of elucidative type with the directive orientation of the speech action; development of methodology for analyzing the research object at the communicative-and-pragmatic level of its actualization; distinguishing and description of the main communicative-and-pragmatic types of this speech act.

Materials and methods of research. The material of research is a collection of English elucidative utterances-directives found in the texts of the British National Corpus (a total of 8,414 utterances) [23].

The research of the communicative-and-pragmatic aspect of the English elucidative utterance was made in three stages with application of the intent analysis. At the initial stage, the pragmatic subtype of the elucidative utterance has been determined on the basis of the initial intentional meaning ("elucidative") of the elucidated key illocutionary predicate of the principal clause of elucidative

tive utterance, for example: *recommend; order; demand*, etc. The next step was to identify the secondary type of intention - *the coercive* - in the analysis of the pragmatic subtype of the elucidated key illocutionary predicate, for example: *recommend - coercive intention; order - coercive intention; demand - coercive intention*, etc. The last stage of the research allowed distinguishing the elucidative utterances-directives according to the coercive type of intention, which lies in their basis and affects the meaning of the whole utterance within the speech act context, for instance: *We recommend that you weigh yourself each day. The judge ordered that Paul Spencer, 17, and Alwyn Stephenson, 16, both of Stockwell, be detained for 4 ½ years. I demand that you turn her away, Neil.*

Presentation of the main material and substantiation of the research results. The pragmatic directive is the basic element of the complex pragmatic hierarchy of speech acts (O. A. Romanov [13], O. A. Semeniuk [14], etc.). The directive speech act is traditionally considered as the expression of the speaker's will, which is aimed at the execution of action by the hearer (N. F. Hladush [6], O. S. Sklianchuk [17], etc.). The suggested study is based on J. Searle's typology of illocutionary acts: assertives, directives, commissives, expressives and declaratives [15, p. 170]. Among the analyzed elucidative utterances, we come across commissives, expressives, assertives and directives. We share the view that directive is a type of speech act, which expresses speaker's attempts to have the hearer do something [15, p. 182].

During the analysis of the communicative-and-pragmatic structure of the elucidative utterance-directive, the limiting case of the elucidative speech act of directive type, it has been found that its key component is an elucidated key illocutionary predicate of its principal clause. The relation of the latter with the directive type of speech act is explicitly traced in their detailed pragmatic structuring [27, p. 31]. The microsenses of the key illocutionary predicate are formed on the basis of its core and peripheral semes. In the microsense context, the communicative-and-intentional sense is generated. A set of microsenses (pragmemic structure) of the key illocutionary predicate provides information about directive orientation of the elucidative utterance. This is evidenced by the coercive intention of the speaker, which is embodied in the pragmemic structure of the communicative-and-intentional sense, expressed at the language level, by the key illocutionary predicate. Coercive type of the speaker's intention and the situation in which its verbal implementation is carried out in the elucidative utterance, determine the communicative-and-pragmatic type of the speech act-directive.

The analysis of elucidative utterances of directive type in three stages showed that the coercive intention is embodied in the structure of the communicative-and-intentional sense of the key illocutionary predicate. It is therefore appropriate to delineate the subtypes of elucidative utterances-directives by the pragmatics of this predicate.

To distinguish the communicative-and-pragmatic subtypes of the pragmatic directive of elucidative utterances, we study the pragmemic structure of 20 key illocutionary predicates: *advise, argue, ask, demand, dictate, direct,*

hint, imply, insist, observe, order, propose, recommend, remember, request, see, suggest, teach, tell, warn.

The article presents the examples illustrating the process of analysis of the pragmemic structure of key illocutionary predicates and the most characteristic ways of forming the communicative-and-pragmatic structure of the whole elucidative utterance-directive.

Example 1. The communicative-and-pragmatic basis of the elucidative-type utterances can make the key illocutionary predicate *see* in imperative mood. This peculiarity is expressed directly in its semantic load *to make sure that you do something or that something is done*. Activation of the key sense link *MAKING SURE* has the communicative-and-intentional senses *to assure oneself, to make certain of* within the analyzed type of utterances. Complementation of microsense *DOING* "puts" the speaker's advice in the elucidative utterance, which is a message, suggestion or instructing to the hearer about the best behavior in a particular situation. In the microsense filling of the predicate being analyzed, the manifestation of the *coercive intention* of the speaker is meant. On the basis of the above, we include the elucidative utterance, which is a bearer of two communicative-and-intentional senses, in the communicative-and-pragmatic type of speech acts-directives, for instance: *See that they are well looked after, Davis. See that your child has everything for ski school: lift pass, ski school tickets, boots, skis, poles and money for a hot drink. See that you write or print out from your computer a clear explanation of each part of your analysis as you do it.*

Example 2. The pragmatic directive can be expressed with the key illocutionary predicate *teach* in the assertive form. Its semantic load *to make somebody feel or think in a different way* makes it possible to distinguish the key microsense *MAKING* and the peripheral ones *FEELING, THINKING* and *DIFFERENCE*, which become relevant within the microcontext and form the communicative-and-intentional senses of *training, instruction*. Activation of the key microsense link in the principal clause of the elucidative utterance attracts the hearer to change of the world and prompts him/her to react to the sense of the utterance. The elucidative utterance is filled through the predicate being analyzed with *the intention of coercion*, the manifestation of which in its communicative-and-pragmatic structure allows distinguishing a speech act-directive, for example: *Christianity also teaches that man is a special creation, related but distinct from the animals, made in God's image and likeness. The Bible also teaches that God provides all men with certain common benefits – conscience, the recognition of right and wrong, and certain institutions (family, state, church) which encourage good and discourage evil. Tracy Kidder's story teaches that economic success comes through the talent, energy, and commitment of a team – through collective entrepreneurship.*

The above examples show that the directive pragmatics of the utterance is due to the key directive in the principal clause, where the subordinate clause is only its constituent element. The key directive is expressed by: 1) pragmatic key illocutionary predicate in the imperative mood; 2) pragmatic key illocutionary predicate in the assertive form.

In the study of the corpus of English elucidative utterances, the communicative-and-pragmatic types of speech acts-directives were identified, such as: *demanding, discouraging from, making proposal, dictation (coercion, inducement), remembering, caution, remark, advising*

((strong) requesting), suggesting, training, (official) ordering, insisting, hinting, to making certain of, assuring oneself, prompting, instruction, warning, advice, offering, requesting, recommending, disposing of something, assertion.

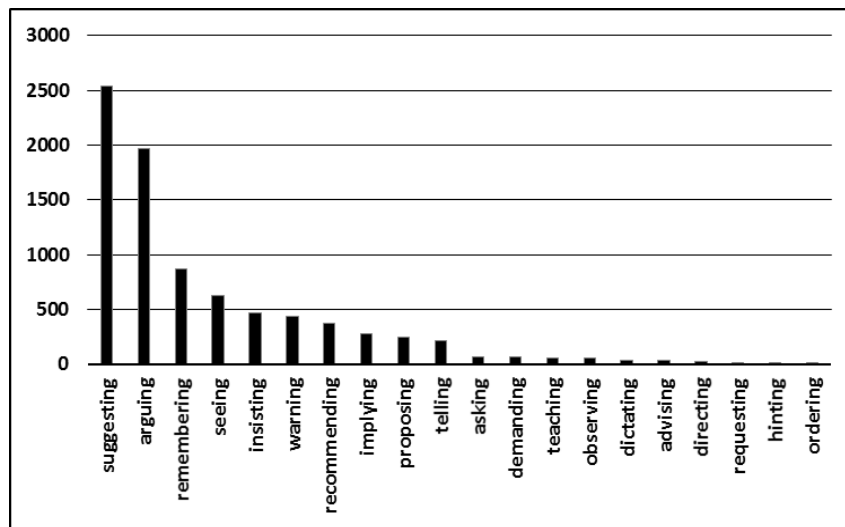


Figure 1. Chart of correlation of elucidative utterances-directives with key predicates of mental activity

As a result of the analysis of 8 414 elucidative utterances-directives, their quantitative ratio has been established. The obtained data show that the utterances with key illocutionary predicates *suggest* (2536 – 30,14%), *argue* (1969 – 23,4%), *remember* (872 – 10,36%) and *see* (628 – 7,46%) are more frequent than utterances, where the key components are the following predicates: *insist* (465 – 5,53%), *warn* (441 – 5,24%), *recommend* (372 – 4,42%), *imply* (278 – 3,3%), *propose* (252 – 3%), *tell* (212 – 2,52%), *ask* (67 – 0,8%), *demand* (67 – 0,8%), *teach* (58 – 0,69%), *observe* (56 – 0,67%), *dictate* (41 – 0,49%), *advise* (34 – 0,4%), *direct* (27 – 0,32%), *request* (17 – 0,2%), *hint* (12 – 0,14%) and *order* (10 – 0,12%) (Figure 1).

Conclusions. To sum up, we should note that in the speech act context the directly oriented elucidative utterance is embodied in the elucidative speech act-

directive, which is a communicative-and-pragmatic unit of speech activity, aimed at implementing a coercive intention in a communicative situation of interaction. The communicative-and-pragmatic structure of the research object is a combination of an elucidated key illocutionary predicate of the principal clause of the elucidative utterance and one or more elucidative illocutionary predicates of the subordinate clause of this utterance. The key illocutionary predicate is fundamental in determining the directive pragmatics of the elucidative utterance and distinguishing its communicative-and-pragmatic types.

Continuation and development of the lingvopragmatic research of utterances of elucidative type that implement other types of illocutionary functions in the speech act context is considered to be promising in terms of resolving in further scientific investigations.

REFERENCES

1. Apresian Yu. D. Performatives in grammar and dictionary / Yu. D. Apresian // Publ. AS USSR. Ser. lit. & lang. – 1986. – Vol. 45. – No. 3. – P. 208 – 223.
2. Arinshtein V. M. Legal awareness of society and "public directives" / V. M. Arinshtein // Studia linguistica. - SPb.: Education, 1995. – P. 75 – 94.
3. Batseyvych F. S. Fundamentals of communicative linguistics: [textbook] / F. S. Batseyvych. – K.: Publ. center "Academia", 2004. – 344 p.
4. Belyaeva E. I. Grammar and pragmatics of motivation. English language / E. I. Belyaeva. – Voronezh: Publ. VGU, 1992. – 168 p.
5. Bogdanov V. V. Verbal communication. Pragmatic and semantic aspects / V. V. Bogdanov. – L.: Publ. LGU, 1990. – 88 p.
6. Gladush N. F. Narrative directives in contemporary English: Author's thesis for the scien. degree of Candidate of Philology: spec. 10.02.04 "Germanic languages" / N. F. Gladush. – K., 1985. – 22 p.
7. Doroshenko A. V. Motivational speech acts and their interpretation in the text (based on the material of the English language): Author's thesis for the scien. degree of Candidate of Philology: spec. 10.02.04 "Germanic languages" / A. V. Doroshenko. – M., 1986. – 18 p.
8. Yerofeeva Ye. V. Pragmatic realization of the category of motivation in the French discourse (on the example of speech acts of order and command) / Ye. V. Yerofeeva // Philological sciences. Questions of theory and practice. - Tambov: Gramota, 2014. – No.3 (33). – P.1. – P. 76 – 79.
9. Ismailova A. N. Ways of expressing motivation in the Korean language / A. N. Ismailova // Uchionyie zamietki TOGU. - 2016. – T.7. – No.3 (2). – P. 168 – 170.
10. Kulikova V. H. Structure of motivational speech acts of modern French language (communicative-and-pragmatic aspect): Author's thesis for the scien. degree of Candidate of Philology: spec. 10.02.05 "Romance languages" / V. H. Kulikova. – Kyiv, 2001. – 19 p.
11. Austin J. L. How to Do Things with Words / J. L. Austin // New in Foreign Linguistics. – M.: Progress, 1986. – Issue 17. Theory of speech acts. – P. 22 – 130.

12. Pocheptsov G. G. Sentence / G. G. Pocheptsov, I. P. Ivanova, V. V. Burlakova // Theoretical Grammar of Contemporary English Language. – M., 1981. – P. 161 – 281.
13. Romanov A. A. System analysis of regulatory tools for dialogical communication / A. A. Romanov. – M.: Institute of Linguistics of the AS USSR, Kalininskiy SHI, 1988. – 183 p.
14. Semeniuk O. A. Fundamentals of speech communication theory: [textbook] / O. A. Semeniuk, V. Yu. Parashchuk. – K.: VC "Academia", 2010. – 240 p.
15. Searle J. R. Classification of illocutionary acts / J. R. Searle // New in Foreign Linguistics. – M.: Progress, 1986. – Vol. 17. Theory of speech acts. – P. 170 – 194.
16. Searle J. R. Basic concepts of speech acts calculus / J. R. Searle, D. Vanderveken // New in Foreign Linguistics. – M.: Progress, 1986. – Vol. 18. Logical analysis of natural language. – P. 242 – 263.
17. Sklianchuk O. S. Means of implementation of courtesy in modern English: Author's thesis for the scien. degree of Candidate of Philology: spec. 10.02.04 "Germanic languages" / O. S. Sklianchuk. – Kyiv, 1995. – 18 p.
18. Formanovskaya N. I. Speech interaction: communication and pragmatics / N. I. Formanovskaya. – M.: Publ. "IKAR", 2007. – 480 p.
19. Auwera J. van der. On the Meaning of Basic Speech Acts / J. van der Auwera // Journal of Pragmatics. – 1980. – № 4. – P. 253 – 264.
20. Bach K. Linguistic Communication and Speech Acts / K. Bach, R. M. Harnish. – Cambridge (Mass.): Harper, 1980. – 327 p.
21. Bach K. Speech Acts and Pragmatics [Electronic resource] / K. Bach // Blackwell Guide to the Philosophy of Language. – Wiley - Blackwell, 2003. – Mode of access to page: <http://userwww.sfsu.edu/kbach/Spch.Prag.htm>.
22. Ballmer Th. Speech Act Classification / Th. Ballmer, W. Brennenstuhl. – Berlin etc.: Mouton de Gruyter, 1981. – 274 p.
23. British National Corpus – XML Edition: XAIRA version 1.23 [Electronic resource]. - Published by OUCS on behalf of the BNC Consortium. – (14 GB). – Oxford, 2007. – 2 DVD. – Requirements: Windows 2000/XP/Vista: DVD-ROM.
24. Fraser B. Hedged Performatives / B. Fraser // Syntax and Semantics. – New York etc.: Academic Press, 1975. – Vol. 3. Speech Acts. – P. 187 – 210.
25. Kohnen T. Explicit performatives in Old English: A corpus-based study of directives / T. Kohnen // Journal of Historical Pragmatics. – 2000. – Vol. 1(2). – P. 301–321.
26. Leech G. N. Principles of Pragmatics / G. N. Leech. – London; New York: Longman, 1983. – 250 p.
27. Stasiv M. V. Micropragmatics of language code units (based on the analysis of elusidative speech acts selected from BNC) / M. V. Stasiv // Science and Education a New Dimension. Philology. – Budapest: Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe, 2015. – Vol. III (11), Is. 56. – P. 30 – 33.
28. Stiles W. Classification of Intersubjective Illocutionary Acts / W. Stiles // Language in Society. – 1981. – Vol. 10. – P. 227 – 249.
29. Wierzbicka A. English Speech Act Verbs: A Semantic Dictionary / A. Wierzbicka. – London, etc.: CUP, 1987. – 500 p.
30. Wunderlich D. Studien zur Sprechakttheorie / D. Wunderlich. – Frankfurt/M.: Suhrkamp, 1976. – 417 p.

Коммуникативно-прагматическая типология директивных речевых актов в структуре изъяснительных высказываний современного английского языка

М. В. Стасив

Аннотация. В статье исследуется директивная прагматика изъяснительного речевого акта в структуре высказывания изъяснительного типа в современном английском языке. Анализ проведен с учетом прагмемной структуры опорной иллокутивной предикативной единицы главной части объекта исследования. Описывается специфика формирования директивного речевого акта в этом высказывании. Выделяются коммуникативно-прагматические типы директивно направленных изъяснительных высказываний.

Ключевые слова: директивный речевой акт, изъяснительное высказывание-директив, коммуникативно-прагматическая структура, опорная иллокутивная предикативная единица, прагмемная структура, коммуникативно-прагматический тип речевого акта.

Типологічні вияви синтаксичних конкретизаторів у сучасній українській мові

М. О. Вінтонів¹, І. О. Аксьонова^{2*}

¹Київський університет імені Бориса Грінченка, м. Київ, Україна,

²Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця, Україна

*Corresponding author. E-mail: i.aksonova@donnu.edu.ua

Paper received 19.03.18; Accepted for publication 25.03.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-17>

Анотація. У статті проаналізовано типологічні вияви синтаксичних конкретизаторів у сучасній українській мові, розглянуто різні аспекти дослідження конструкцій конкретизування, описано структуру, значення, функції, виражені синтаксичними конкретизаторами, визначено їхні диференційні ознаки, окреслено основні підходи до класифікації (морфологічний, функційний, позиційно-синтаксичний, семантико-синтаксичний).

Ключові слова: синтаксичний конкретизатор, просте ускладнене речення, уточнювальні члени речення, пояснення, включення.

Вступ. Питання конструкцій, що ускладнюють структуру речення, є предметом дослідження багатьох праць. Характер ускладнення речення може бути різноманітним, тому поняття «ускладнене речення» об'єднує неоднорідні синтаксичні побудови, які вимагають ґрунтовного вивчення та аналізу з позиції нових здобутків лінгвістики.

Короткий огляд публікацій за темою. Синтаксичні конкретизатори досліджували: І. М. Арібжанова, Т. А. Александрова, М. Д. Ахмедханова, І. Р. Вихованець, А. П. Загнітко, Л. В. Захарова, Б. М. Кулик, М. Я. Оленяк, А. Ф. Прияткіна, І. І. Слинько, Н. С. Фоміна, Т. Б. Фунтова та ін. Мовознавці розглядали певні аспекти таких конструкцій і по-різному термінологічно їх визначали: «уточнення» [1; 14; 5; 9], «пояснення» [10], «відокремлені уточнювальні члени речення» [8], «пояснювальні-уточнювальні звороти» [12], «речення з опосередкованими компонентами» [4] «синтаксичні конкретизатори» [13]. Звертали увагу на певні диференційні ознаки: безсполучниковий зв'язок членів ряду, обов'язкова відокремлювальна інтонація, яка пов'язує другий член із першим [10]; уточнювальне майже завжди пов'язане з обмеженням уточнюваного поняття [8], двокомпонентна структура, основою якої є подвійний приєднувальний зв'язок [5], двочленність конструкції (уточнюваний – уточнювальний компонент), особливі комбінації засобів вираження компонентів уточнення, специфічна інтонація уточнення, безсполучниковий і сполучниковий зв'язок [14]; логіко-синтаксична категорія, яка є засобом реалізації прагматичних настанов та комунікативної заданості, формальним показником якої є як мінімум бінарна конструкція, основне призначення – більш детально викладення думки, що полягає в повідомленні додаткової інформації, метою чого є уникнення багатозначності, контекстуальне усунення альтернативи [9] тощо. Незважаючи на певні результати, виникають певні труднощі у визначенні тих чи тих складників, тому на сучасному етапі синтаксичні конкретизатори потребують комплексного дослідження.

Мета – з'ясувати типологічні вияви синтаксичних конкретизаторів у сучасній українській мові.

Матеріали та методи. Досягнення мети статті передбачає використання описового методу, який поля-

гає у цілісному описі синтаксичних конкретизаторів, щоб виявити багатоаспектні особливості, типологічні вияви цих конструкцій. Аналіз і порівняння застосовано під час критичного опрацювання різних теорій дослідження синтаксичних конкретизаторів.

Результати та їх обговорення. У сучасній лінгвістиці нез'ясованим є поняття синтаксичного конкретизатора. У словнику іншомовних слів за редакцією О. С. Мельничука подано такі дефініції понять «конкретизація», «конкретизування»: «Конкретизація – 1. Виразення в наочнішій, точнішій, конкретнішій формі; уточнення. 2. Конкретизація поняття – обмеження обсягу поняття; логічна операція, коли для даного поняття (яке вважають родовим) знаходять вужче за обсягом поняття (яке вважають видовим), що неодмінно входить до обсягу даного» [6]. «Конкретизувати – робити наочнішим, доступнішим, уточнювати» [7]. Отже, зосереджено увагу на таких ознаках, як уточнення, більш точна, конкретніша форма вираження, обмеження обсягу поняття.

За визначенням Н. С. Фоміної, синтаксичні конкретизатори – це пояснювальні конструкції, уточнювальні члени речення, субстантивні звороти, однорідні члени речення з препозитивним узагальнювальним словом та інші суміжні семантико-синтаксичні явища [13, с. 6]. Дослідниця зауважує, що зіставлення уточнювальних членів, пояснювальних, приєднувальних конструкцій, субстантивних зворотів, однорідних членів речення, включення дає змогу виявити загальні семантичні та структурні характеристики конкретизувальних зворотів. На думку Н. С. Фоміної, однією з головних особливостей є обов'язкове інтонаційне відокремлення таких конструкцій. Важливим критерієм у визначенні синтаксичних конкретизаторів є їхня структура: уточнюване і уточнювальне (пояснюване і пояснювальне), кожний із яких може бути виражений одним словом або словосполученням. Уточнюваний, пояснюваний член – це перший компонент конструкції, який з погляду мовця є комунікативно недостатнім для адресата й потребує пояснення або обмеження обсягу свого значення. Уточнювальний, пояснювальний член – другий компонент, який перебуває в постпозиції і виражає або тотожне, або більш вузьке, конкретне значення, утворює факультативну частину висловлення. Також мовознавець зазначає, що деталь-

ний аналіз функціонування конкретизувальних конструкцій у тексті потребує розгляду не тільки уточнюваного та уточнювального компонентів, але і того слова, від якого вони залежать. Характерною ознакою уточнювальних членів речення є їхній двосторонній зв'язок з уточнюваним словом і з одним із членів речення, з яким пов'язане уточнюване слово. Н. С. Фоміна наголошує, що уточнювальне означення має, окрім зв'язку з уточнюваним означенням, зв'язок з означуваним іменником, уточнювальний додаток – з доповненим дієсловом, уточнювальна обставина – з пояснювальним дієсловом.

В «Русской грамматике» мовознавці розглядають конструкції конкретизування в структурі пояснення та визначають три види пояснювальних відношень: власне пояснення, включення та уточнення [11]. Власне пояснення (може бути як сполучникове, так і безсполучникове) наявне тоді, коли два різних визначення називають той самий предмет. Наприклад: *Більшість рішень приймає рада директорів, тобто фактично представники нафтових компаній* (Дзеркало тижня, 4–10.06.2005). У таких конструкціях перший і другий член або по-різному називають одне й те саме (зі сполучниками *тобто, або*), або перший член ряду уточнює, конкретизує другий (зі сполучниками *а саме, саме*). Дослідники виокремлюють просте пояснення та пояснення з узагальнювальним словом.

Просте пояснення (зі сполучником *тобто*) пояснює, конкретизує чи оцінює: *Тепер ви для них – носій кешу, тобто потенційна жертва банального пограбування* (Дзеркало тижня, 15.05.2009); *Лідери цих політичних сил по кілька разів очолювали / очолюють уряд та найвищі державні посади, тобто фактично очолювали процес обкрадання своїх виборців (Межигір'я, СЕСУ, тощо)* (Українська правда, 21.01.2010); *Відтоді, тобто від другої половини 30-х і практично до кінця 50-х років минулого століття, Корнійчук владарює у франківській афіші* (День, 27.01.2010). Сполучник *а саме, саме* слугує для введення члена, що конкретизує інший: *Після Революції Гідності вони роблять це щороку, саме 20 лютого, у день масових розстрілів* («Вікна», СТБ, 20.02.2018, 22:08).

Пояснення з узагальнювальним словом – відношення загального і часткового, коли загальне, яке назване узагальнювальним словом, пояснено шляхом переліку його конкретних видів. Така конструкція є складним рядом, який об'єднує в собі пояснювальні відношення і відношення між однорідними членами речення: *Разом із тим термін «українці» не мав тоді етнічно-національного змісту, ним називали взагалі всяке населення означеного порубіжжя – і русинів, і поляків, і татар, які перебували на службі у польсько-литовської влади тощо* (Дзеркало тижня, 02.03.2018).

Включення в «Русской грамматике» тлумачать як відношення загального та часткового: другий член ряду називає те, що входить до складу першого [11, с.175]. Наприклад: *Психологи, особливо західні, охоче діагностують цей різновид стресу у співробітників IT-відділів і так само охоче беруться його лікувати* (Дзеркало тижня, 07.11.2008). Включення може бути виражене словами, які спеціально слугують для

вираження відношень загального та часткового: *наприклад, зокрема*, та словами, які мають видільну функцію: *особливо, насамперед, переважно, навіть*. Наприклад: *А в Україні вибори впливають на все, навіть на ринок нерухомості* (Львівська газета, 22.11.2009); *На великі свята, наприклад у день Святого Миколая і на Різдво, сам патріарх вручає їм подарунки і дає благословення* (Дзеркало тижня, 14–20 листопада 2009); *Це відкриває великі перспективи приросту запасів вуглеводнів, зокрема газу* (Дзеркало тижня, 5–11.12.2009).

Уточнення – це звуження, обмеження обсягу позначуваного: другий член ряду більш точно визначає те, що названо першим членом [11, с.176]. Уточнення завжди має додаткову інформацію: *Отже, відбулося ще одне, п'яте, перепоховання гетьмана, адже його могилу знову розрили* (Дзеркало тижня, 02.03.2018). На відміну від пояснення, уточнення не пов'язано з невизначеним значенням уточнюваного (наприклад: *захід відбудеться завтра, о п'ятій годині* – уточнення, *захід відбудеться завтра, 20 березня* – пояснення). Уточнюваний та уточнювальний компоненти не дублюють один одного за синтаксичною позицією, не є взаємозамінними. Найчастіше уточнюють компоненти з обставинними значенням місця: *На деревах, уздовж вулиці Інститутської, на згадку про Небесну Сотню небайдужі весь день розвішували паперових янголів* («Вікна», СТБ, 20.02.2018, 22:08); *Я стояла біля манекена, одягнутого в білий, трохи пожовклий, вовняний светр і білий, трохи пожовклий, рятівний жилет – під склом у музеї, тут, у The Rooms* (Opinion, 05.03.2018); часу: *Проте вже у козацькі часи, наприкінці XVI століття, у документах з'являється назва «українці»* (Дзеркало тижня, 02.03.2018).

У працях І. Р. Вихованця йдеться про «другорядні опосередковані члени речення», які становлять периферійний різновид другорядних членів речення. На думку мовознавця, можна виокремити такі різновиди опосередкованих конструкцій: конструкції тотожності (повний збіг змісту опорного та залежного компонентів) і конструкції загального/часткового (частковий збіг змісту компонентів). Наприклад: *Вони мають зустрітися неподалік, біля торговельного центру; Вони мають зустрітися у торговельному центрі, біля нової кав'ярні*. У першому реченні використано конструкцію тотожності, тобто *неподалік* = *біля торговельного центру*, а в другому реченні опосередкований член речення конкретизує опорний компонент, передає більш вузьке значення: *у торговельному центрі* → *біля нової кав'ярні*. Такі опосередковані члени речення вказують на те, що вони є не обов'язковими, а можливими. Продуктивними серед них, як зазначає І. Р. Вихованець, є групи прийменниково-відмінкових і морфологізованих прислівникових форм із просторовою і часовою семантикою. Часто опорним словом опосередкованих конструкцій є займенникові прислівники (*тут, там, всюди, тоді* тощо), зміст яких уточнюють, конкретизують опосередковані другорядні члени речення.

Досі не визначеним є питання класифікації конструкцій конкретизування. Наприклад, Б. М. Кулик, аналізуючи відокремлювальні уточнювальні члени речення, виокремлює такі розряди уточнювальних

слів: 1) уточнення до підмета: *Він дзвенів не раз, переживався, споконвічний голубий Дунай* (М. Рильський); 2) уточнення до додатка: *Я бажаю поетові дальшого росту, тобто поширення і поглиблення тематики і нових досягнень у мові і формі* (М. Рильський); 3) уточнення до обставини: *Тоді ж, в квітневу ніч, із Цуповсько їхати пішов ще один, останній син Андрій* (М. Бажан); 4) уточнювальні означення до різних членів, виражених словосполученням іменника з узгодженим прикметником: *За круглим, чорного дерева, столом сиділи сухорлявий і жовчний князь Ярема Вишневецький, Стефан Потоцький* (Н. Рибак); 5) уточнення до присудка: *Шестірний перемінився в лиці – поблід* (Панас Мирний); 6) уточнення до уточнення: *Там, далеко, на Україні, сяє сонечко ясне* (П. Грабовський) [8, с. 168–169]. Такий же принцип в сучасній лінгвістичній науці застосовує і Н. С. Фоміна, зазначаючи, що синтаксичний критерій класифікації синтаксичних конкретизаторів є більш об'єктивним. На основі цього принципу нею виділено п'ять синтаксичних конкретизаторів: конструкції, що конкретизують 1) підмет; 2) присудок; 3) додаток; 4) обставину; 5) означення.

Інші лінгвісти [11; 12] не вважають конкретизувальні одиниці членами речення і зауважують, що доцільно класифікувати їх за морфологічними принципом. Відповідно визначають такі пояснювальні-уточнювальні звороти: 1) субстантивні (іменникові конструкції): *В повне літо, після цвітіння, кожну його зернину вінчає золота корона* (М. Стельмах); 2) ад'єктивні (прикметникові форми): *Це вже було щось нове, нечуване для каховського ярмарку* (О. Гончар); 3) адвербіальні (прислівники, що стають в постпозицію, уточнюють попередні слова): *Звідти, десь зви́сока, впало на нього світло, розріджене, скупе* (О. Гончар); 4) вербумфінітні (відмінювано-дієслівні форми, які пояснюють присудок, тобто позначають іншими словами ту саму дію): *Серезки на берізках із зелених поробились зелено-жовтими, цвіли* (В. Гжицький); 5) інфінітивні (відокремлені інфінітиви): *Взагалі, він має дивну властивість – зникати при очах, ставати зовсім непомітним і ніколи нікому не завважати* (О. Гончар) [12, с. 365–374].

М. Д. Ахмедханова, застосовуючи функційний критерій, пропонує розрізняти уточнювальні конструкції з функцією: 1) власне уточнення (уточнювальний компонент пояснює зміст уточнюваного, конкретизує його, між членами конструкції наявні семантичні відношення загального та часткового; 2) характеристики (уточнювальний компонент визначає уточнюване за ознаками статі, віку, фізичних чи зовнішніх рис тощо, між членами такої конструкції – семантичні відношення тотожності); 3) оцінки (уточнювальний компонент репрезентує суб'єктивну характеристику уточ-

неного складника та виражений емоційно-оцінними словами, між членами конструкції – відношення тотожності. Дослідниця звертає увагу і на поліфункційні уточнювальні конструкції, у яких компоненти із власне уточнювальною функцією поєднують функцію характеристики чи оцінки.

У сучасному мовознавстві М. Я. Оленяк використовує семантико-синтаксичну класифікацію, згідно з якою дослідниця поділяє уточнювальні конструкції на такі різновиди: 1) предикатні, у яких репрезентовано співвіднесеність двох дій або процесів, реалізованих у компоненті, що уточнено, та уточнювальному компоненті; 2) актантні, які відображають уточнювальні відношення між учасниками ситуації, що є особами або предметами; 3) атрибутивні, в котрих і уточнювальний і уточнений компоненти позначають ознаку або властивість особи чи явища ситуації, актуалізованої в уточнювальній конструкції; 4) сирконстантні відображають уточнювальні відношення між супровідними обставинами ситуації, відображеної в пропозиції уточнювальної конструкції (час, місце, спосіб дії, ступінь); 5) актантно-атрибутивні, у яких уточнювальний уточнений компоненти виконують різні семантичні ролі (актанта і атрибута), але є членами однієї і тієї ж ситуації; 6) сирконстантно-атрибутивні, в яких уточнений компонент є сирконстантом синкретичного речення, а уточнювальний – в межах уточнювальної конструкції виконує роль атрибута; 7) предикатно-сирконстантні функціонують для відображення уточнювальних відношень між предикатом (уточнюваним компонентом) та сирконстантом (уточнювальним компонентом), які означають дію і обставини цієї дії відповідно; 8) атрибутивно-актантні репрезентують уточнювальні відношення між атрибутом (компонентом, що уточнено) та актантом (уточнювальним компонентом) [9, с. 9].

Висновки. Синтаксичний конкретизатор – це самостійне поняття, якому притаманні такі диференційні ознаки: обов'язкове інтонаційне відокремлення, визначена структура з двох складників (конкретизований член – це перший компонент конструкції, який потребує пояснення або обмеження обсягу свого значення; конкретизувальний член – другий компонент, який перебуває в постпозиції і виражає або тотожне, або більш вузьке, конкретне значення першого компонента). У сучасній українській мові можна виокремити такі типологічні вияви синтаксичних конкретизаторів, як пояснювальні конструкції, уточнювальні члени речення, субстантивні звороти, однорідні члени речення з узагальнювальним словом, включення.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в цілісному аналізі синтаксичних конкретизаторів, виявленні їхнього функційного та прагматичного потенціалу в сучасній лінгвістиці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арібжанова І. Уточнення як синтаксичне поняття / І. Арібжанова // Українське мовознавство. – 2011. – № 42. – С. 59–72.
2. Ахмедханова М. Д. Уточняющие конструкции, их типы и стилистические функции в прозе Н. С. Лескова : дис. канд. филол. наук : 10.02.01 / Ахмедханова М. Д. – Мачачкала, 1998. – 137 с.
3. Вихованець І. Р. Нариси з функціонального синтаксису української мови / І. Р. Вихованець. – Київ : Наукова думка, 1992. – 224 с.
4. Загнітко А. П. Теоретична грамати́ка української мови : Синтаксис : монографія / А. П. Загнітко. – Донецьк : ДонНУ, 2001. – 662 с.
5. Захарова Л. В. Обособленные второстепенные члены предложения со значением уточнения в современном

- русском литературном языке : дис. канд. филол. наук : 10.02.01 / Захарова Л. В. – Армавир, 2008. – 215 с.
6. Конкретизація // Словник іншомовних слів / за ред. О. С. Мельничука [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://slovopedia.org.ua/42/53402/284343.html>.
 7. Конкретизувати // Словник іншомовних слів / за ред. О. С. Мельничука [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://slovopedia.org.ua/42/53402/284344.html>.
 8. Кулик Б. М. Курс сучасної української літературної мови : в 2 ч. / Б. М. Кулик. – Київ : Радянська школа, 1961. – Ч. 2 : Синтаксис. – 285 с.
 9. Оленяк М. Я. Семантико-синтаксичні функції уточнення в англійській, українській та польській мовах: автореферат дисертації на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.17 – порівняльно-історичне і типологічне мовознавство / Оленяк М. Я. – Донецьк : ДонНУ, 2011. – 20 с.
 10. Прияткина А. Ф. Русский язык : Синтаксис осложненного предложения / А. Ф. Прияткина. – Москва : Высшая школа, 1990. – 176 с.
 11. Русская грамматика : в 2 т. / Н. Ю. Шведова (гл. ред.). – Москва : Наука, 1980. – Т. 2 : Синтаксис. – 709 с.
 12. Слинько І. І. Синтаксис сучасної української мови : Проблемні питання : навчальний посібник / І. І. Слинько, Н. В. Гуїванюк, М. Ф. Кобилянська. – Київ : Вища школа, 1994. – 670 с.
 13. Фомина Н. С. Синтаксические конкретизаторы как стилообразующее средство в прозе Н. С. Лескова : дис. канд. филол. наук : 10.02.01 / Фомина Н. С. – Петрозаводск, 2009. – 219 с.
 14. Фунтова Т. Б. Логіко-синтаксична категорія уточнення в сучасній російській мові (семантика, засоби вираження) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 – російська мова / Фунтова Т. Б. – Симферополь, 2002. – 18 с.

REFERENCES

1. Aribzhanova, I. Clarification as a Syntactic Notion // Ukrainian Linguistics, 2011, 42, P. 59–72.
2. Akhmedkhanova, M. D. Clarifying structures, their Types and stylistic functions in prose N. S. Leskov. Candidate's dissertation. Makhachkala, 1998, 137 p.
3. Vykhovanets, I. R. Essays on the Functional Syntax of the Ukrainian Language. Kyiv, Naukova dumka, 1992, 224 p.
4. Zahnitko, A. P. Theoretical Grammar of the Ukrainian Language: Syntax: monograph. Donetsk, DonNU, 2001, 662 p.
5. Zaharova, L. V. Separated Secondary Parts of Sentence with the Value of Refinement in the Modern Russian Literary Language. Candidate's dissertation, Armavir, 2008, 215 p.
6. Specification // Dictionary of foreign words. Edited by O. S. Melnychuk [Electronic resource]. Access: <http://slovopedia.org.ua/42/53402/284343.html>.
7. Specify // Dictionary of foreign words. Edited by O. S. Melnychuk [Electronic resource]. Access: <http://slovopedia.org.ua/42/53402/284344.html>.
8. Kulyk, B. M. The Course of Modern Ukrainian Literary Language. Part 2: Syntax. Kyiv, Radianska shkola, 1961, 285 p.
9. Oleniak, M. Ya. Semantic-Syntactic Functions of Refinement in the English, Ukrainian and Polish languages. Extended abstract of candidate's dissertation. Donetsk: DonNU, 2011, 20 p.
10. Priiatkina, A. F. Russian Language: Syntax of Complex Sentence. Moscow, Vyshcha shkola, 1990, 176 p.
11. Russian grammar: in 2 v. Edited by N. Yu. Shvedova. Volume 2: Syntax. Moscow, Nauka, 1980, 714 p.
12. Slynko, I. I., Huivaniuk, N. V., Kobylanska, M. F. Syntax of the Modern Ukrainian Language: Problematic Issue: textbook. Kyiv, Vyshcha shkola, 1994, 670 p.
13. Fomina, N. S. Syntactic Specifiers as a Style-forming Means in Prose N. S. Leskov. Candidate's dissertation. Petrozavodsk, 2009, 219 p.
14. Funtova, T. B. Logical and Syntax Category of Specification in Modern Russian Language (semantics, means of expression). Extended abstract of candidate's dissertation. Simferopol, 2002, 18 p.

Typological Expressions of Syntactic Specifiers in Modern Ukrainian Language

M. O. Vintoniv, I. O. Aksonova

Abstract. The article analyzes the typological manifestations of syntactic specifiers in the modern Ukrainian language, examines various aspects of the research of specification constructions, describes the structure, values and functions expressed by syntactic specifiers, defines their differential characteristics, outlines the main approaches to classification (morphological, functional, position-syntactic, semantic-syntactic).

Key words: syntactic specifiers, simple complicated sentence, refinement members of the sentence, explanation, inclusion.

Типология синтаксических конкретизаторов в современном украинском языке.

М. А. Винтонив, И. А. Аксёнова

Аннотация. В статье обосновывается типология синтаксических конкретизаторов в современном украинском языке, рассматриваются различные аспекты исследования конкретизирующих конструкций, описывается их структура, значения, функции, определяются их дифференциальные признаки, характеризуются основные подходы к классификации синтаксических конкретизаторов (морфологический, функциональный, позиционно-синтаксический, семантико-синтаксический).

Ключевые слова: синтаксический конкретизатор, простое осложненное предложение, уточняющие члены предложения, пояснение, включение.

Editor-in-chief: Dr. Xénia Vámos

The journal is published by the support of
Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe

Készült a Rózsadomb Contact Kft nyomdájában.
1022 Budapest, Balogvár u. 1.
www.rcontact.hu