

7. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
8. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – 683 с.
9. Падучева Е. В. Высказывание и диалог [Электронный ресурс] / Е. В. Падучева. – Режим доступа : www.rus.lseptember.ru.
10. Стадильская Н. А. Функционально-прагматическая направленность и лингвистический статус товарных знаков (на материале английского языка) : дис. канд. филол. наук / Н. А. Стадильская. – Пятигорск, 2003. – 186 с.

Познихиренко Ю. И. Влияние как основа номинативных интенций именуемого субъекта (прагмалингвистичний аспект).

В статье акцентируется внимание на прагматике номинатора, т.е. его интенциях, направленности на адресата (потенциального потребителя товаров и услуг), а также на иллокутивной силе выбранных им в качестве названия языковых единиц.

Ключевые слова: прагмалингвистика, речевой акт, влияние, автор, адресат.

Poznihirenko Yu. I. Influence as the basis of intention nominative referred to as the subject (pragmalinguistic aspect).

The article focuses on the pragmatics of nominator, his intentions, focus on the addressee (potential consumer goods and services), as well as illocutionary force them selected as the name of linguistic units.

Keywords: pragmalinguistics, act of speech, the influence, the author, addressee.

Сыромля Н. Н.
Киевский национальный университет
имени Тараса Шевченко

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОГО ДЕТСКОГО ЖУРНАЛА УКРАИНЫ С ПОЗИЦИЙ ЛИНГВОПРАГМАТИКИ

В статье анализируются особенности коммуникативного пространства современного детского журнала Украины. Коммуникативное пространство, рассмотренное с позиций прагмалингвистики, содержит речевую, аксиологическую и когнитивную сферы. Исследование посвящено анализу речевой сферы и ее составляющих – вербальных и невербальных компонентов, функционирование которых эксплицирует определенные коммуникативные стратегии, такие как стратегия вежливости, толерантности, агрессии. Выявлены экстралингвистические факторы, влияющие на использование названных стратегий в коммуникативном пространстве детского журнала Украины.

Ключевые слова: коммуникативное пространство, лингвопрагматика, детский журнал, речевая сфера, коммуникативные стратегии.

Содержание понятия “коммуникативное пространство” трактуется достаточно широко в работах по теории коммуникации, например, как среда, в пределах которой происходит взаимодействие (Шарков Ф. И., 2005).

Исследователи отмечают неоднозначность его толкований: в некоторых работах оно приравнивается к дискурсу (Борисова 2005, Асмус 2005, Горошко 2007 др.), так, в исследовании, посвященном виртуальному коммуникативному пространству, автор пишет, что данное пространство “определяет способ и сферу общения, участников коммуникации и выбор ими средств выражения, временной и пространственный фактор взаимодействия”, т.е. составляющие коммуникации в самых общих чертах [1, с. 15].

В узком понимании коммуникативное пространство может рассматриваться как уровень коммуникативной компетенции человека – знания и представления о том, как принято общаться в той или иной ситуации (Муравьева 2005); как проксемическое пространство (актуальное коммуникативное пространство) между участниками общения (Крейдлин 2000); как пространство отдельного текста (коммуникативное пространство статьи) (Воронцова 2009).

В “Лингвистическом энциклопедическом словаре” под ред. В. Н. Ярцевой 1990 г. данный термин отсутствует при наличии статьи “Коммуникация”, в которой, тем не менее, обозначены ключевые моменты понятия коммуникативного пространства, в том числе “...факт включенности любого коммуникативного акта в совместную деятельность (речевая деятельность, т.о., представляется самодовлеющей), и все существенные составляющие коммуникации, влияющие на выбор конкретных средств “кода”, на порождение самой “информации” и на способы и результаты ее интерпретации, на процесс коллективной деятельности и на функции когнитивных структур” [8, с. 233].

Философско-лингвистическое обоснование понятия “коммуникативное пространство” дал Б. М. Гаспаров в своей работе “Язык. Память. Образ. Лингвистика языкового существования” (1996).

Разнообразие аспектов рассмотрения коммуникативного пространства заложено в самом описании, данном Б. М. Гаспаровым: “мысленно представляемую среду, в которой говорящий субъект ощущает себя всякий раз в процессе языковой деятельности и в которой для него укоренен продукт этой деятельности, я буду называть коммуникативным пространством. Понятие коммуникативного пространства складывается из разнообразного круга явлений, многие из которых традиционно рассматриваются в рамках различных дисциплин –таких, как эстетика, стилистика, теория текста и дискурса, лингвистическая прагматика, психолингвистика, а некоторые вообще являются мало изученными. Его компонентами являются, во-первых, речевые и художественные жанры, роль которых в качестве самых общих “рамок”, определяющих свойства художественного текста либо повседневного общения, в последнее время привлекла к себе внимание

многих исследователей. Однако понятие коммуникативного пространства представляется мне более широким, чем жанр; оно включает в себя, наряду и вместе с собственно жанровой характеристикой, такие свойства языкового сообщения, как его “тон”, предметное содержание и та общая интеллектуальная сфера, к которой это содержание принадлежит; оно включает в себя также коммуникативную ситуацию, со всем множеством непосредственно наличных, подразумеваемых и домысливаемых компонентов, из которых складывается представление о ней каждого участника. Важную сторону коммуникативного пространства составляет представление автора сообщения о реальном или потенциальном партнере, к которому он обращается...” [3, с. 295–296].

Воронцова Т. А., анализируя размышления Б. М. Гаспарова о коммуникативном пространстве, справедливо отмечает (см. также статью “Прагматика” в вышеназванном словаре под ред. В. Н. Ярцевой), “что данное Б. М. Гаспаровым определение коммуникативного пространства в значительной степени проецируется на лингвопрагматическое (прагмалингвистическое) понимание процесса коммуникативного взаимодействия, который рассматривается в данной отрасли лингвистического знания в рамках вполне конкретных понятий и категорий” [2, с. 12].

В рамках изложенного предлагаем проанализировать коммуникативное пространство современного детского журнала Украины.

Последние десятилетия отечественные специалисты активно изучают украинскую детскую периодику с различных точек зрения: исторический аспект (Корнеева 1999 и др.), общие проблемы периодики для детей (Галковская 2002, Круль 2009, Орлик 2011, Стаднийчук 1999 и др.), типологическая классификация детских периодических изданий (Давидченко 2008), содержание и форма, общая характеристика детского журнала (Бессараб 2008, Сокирян 2006), анализируются отдельные издания, например, “Соняшник” (Литвин 2002), “Малютко” (Заець 2010), “Барвинок” (Давидченко 2004) и др.

Однако коммуникативное пространство детского журнала Украины не становилось предметом лингвистического исследования.

Традиционно, рассматривая коммуникативное пространство с позиций прагмалингвистики, выделяют три сферы: речевую, аксиологическую и когнитивную [2, с. 14].

Коммуникативное пространство в рамках детского издания создается коллективным адресантом, который отвечает за “посыл”, на который откликнется реципиент-ребенок (особенность данной ситуации общения – в его опосредованном характере, т.к. существует временное и пространственное расстояние между коммуникантами). Представление

адресанта, или субъекта речи – в терминологии прагматики, о коммуникативном пространстве определяет выбор речевого поведения, которое является инструментом формирования коммуникативного пространства.

Охарактеризуем некоторые особенности речевой сферы детского журнала.

Речевая сфера коммуникативного пространства включает в себя вербальные и невербальные элементы. Исследование вербальных средств, используемых в номинациях современных детских журналов показало следующее: в названиях используются графические, семантические, грамматические окказионализмы (названия рубрик в журналах для школьников – “КИНОХОЧУХА”, “ТУСОВКА”, “СОЗВЕЗДИЕ”, “IQ”, “IGROLAND” и др.). Отметим, что анализ только названий рубрик свидетельствуют об усилении воздействия СМИ на читательскую аудиторию по мере ее взросления: эмоциональное воздействие на читателя-подростка оказывается с помощью сленгизмов, неологизмов разговорного типа, англицизмов, языковой игры с использованием английских слов и выражений, наблюдается апелляция к западным культурным ценностям, эксплицированным англоязычными лексемами и именами собственными: Джоан Роулинг, Гарри Поттер, Pottermore, Rnb, Кэтти Пэрри, Bestofthebest, Конрад Хилтон, супер, IQ, Jumpgate, Igroland и др. [4; 6].

Таким образом, наблюдается общая тенденция в направлении расшатывания языковой нормы, снижения стилистической выдержанности.

Отметим особенности взаимодействия вербальных и невербальных компонентов в текстах детских журналов.

Ученые отмечают, что информация, полученная читателем по разным каналам восприятия, принимает более четкие контуры и является наиболее приближенной к той, которую зашифровал в тексте автор. Е. Штейнер следующим образом описывает этот процесс с позиции психолингвистики: “при кодировании и декодировании текстов из разных моделирующих систем (словесно-алфавитной и визуально-иконической) работают разные части головного мозга. Для умножения количества информации в тексте и для оптимизации ее восприятия оказывается актуальным включение активности одновременно двух полушарий мозга” [7, с. 297].

Так, в детских журналах, рассчитанных на дошкольников, активно используется иллюстрация для оптимизации восприятия информации, особенно ярким приемом является анимизм – одушевление представителей растительного, животного, предметного мира. Растения на рисунках “оживают” для лучшего запоминания названий на основе ассоциации по сходству: грибы “лисички” изображены с мордочками соответствующего животного, цветок “львиный зев” – в виде львиной головы с приоткрытой

пастью и т.д. Особое место занимает антропоморфизм: утенок на надувном круге, лось в шарфе и варежках, одетые лягушки под зонтиками, сорока с бусами, одежда и аксессуары определенных профессий (пуанты, пачка балерины) барашек с бумажным корабликом, разговаривают животные и насекомые [5].

Анализ использования невербальных средств позволил сделать следующие выводы. Используются практически все виды паралингвистических средств в зависимости от возраста читательской аудитории: в изданиях для детей, умеющих читать, выявлены синграфемные средства (художественно-стилистическое варьирование пунктуационных знаков), супраграфемные средства (шрифтовое варьирование), топографемные средства (плоскостное варьирование: отклонения от стандартного оформления полей текстового массива, которое актуализирует соответствующую часть текста), архитектоника, иллюстрация; в журналах, предназначенных для детей возрастом от 2 до 5 лет отсутствуют синграфемные элементы.

Таким образом, выбор адресантом тех или иных вербальных и невербальных языковых средств при создании коммуникативного пространства характеризует его установку, по Т. А. Воронцовой:

1) вторжение в коммуникативное пространство адресата, деформация его в соответствии с собственной картиной мира, представлениями, оценками и т.д.;

2) экспликация собственных представлений и оценок, без стремления при этом существенно изменить представления и оценки адресата;

3) создание общего с адресатом качественно нового для себя и для него коммуникативного пространства.

Данные установки, по мнению автора, могут быть спроецированы на основные стратегии коммуникации: агрессию, толерантность и вежливость [2, с. 16].

Проведенное нами исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Возраст аудитории определяет выбор одной из указанных установок адресанта и, следовательно, коммуникативную стратегию.

2. В коммуникативном пространстве детского журнала наиболее активно используются стратегии вежливости и агрессии. Так, в изданиях для младшего дошкольного возраста (от 2 до 5 лет) наблюдается реализация установки на создание общего с адресатом, нового, коммуникативного пространства; в журналах, рассчитанных на школьную аудиторию, особенно на подростковую, речевая сфера коммуникативного пространства характеризуется такими языковыми средствами, которые эксплицируют установку на вторжение в коммуникативное пространство адресата,

деформацію его в відповідності з заданою (часто західною) картиною світа, т.е. здійснюється стратегія агресії.

Таким образом, комунікативне просторство сучасного українського дитячого журналу може бути проаналізовано в межах основних понять лінгвопрагматики і характеризується реалізацією визначених комунікативних стратегій, які визначаються установками адресанта на спілкування з читальною аудиторією.

Л и т е р а т у р а :

1. Асмус Ніна Геннадіївна. Лінгвістическі особливості віртуального комунікативного просторства : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.19 / Асмус Ніна Геннадіївна. – Челябінськ, 2005. – 248 с. - Бібліогр. : с.224–248.
2. Воронцова Т. А. Комунікативне просторство в лінгвопрагматическій парадигмі // Вестник Удмуртського університету. Сер. Історія і філологія. Вип. 1, 2009. – С. 11 – 17.
3. Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. Лінгвістика язикового існування / Б. М. Гаспаров. – М. : Нове літературне обозрение, 1996. – 352 с.
4. Книжкін дом: Дітям [Електронний ресурс]. – Режим доступу к ресурсу : http://knigin-dom.blogspot.com/2011/10/blog-post_28.html
5. Маміне Сонечко : дитячий журнал від 2 до 5 років / засн. та головн. ред. В. Дорошенко. – К. : ТОВ “Видавництво “Маміне сонечко””. – Щомісяч. – 2013, №.1–24.
6. Українські дитячі журнали. Обзор [Електронний ресурс]. – Режим доступу к ресурсу : http://uti-puti.com.ua/view_articles.php?id=411
7. Штейнер Е. С. Картины из письменных знаков (из заметок о визуальной поэзии) // Индекс. Альманах по материалам рукописных журналов / Сост. М. Ромм. – М., 1990. – С. 297–321.
8. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл.ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М. : Большая Российская энциклопедия, 2000. – 688 с. – ISBN 5–85270–307–9 (БРЭ).

Сиромля Н. М. Особливості комунікативного простору сучасного дитячого журналу України з позицій лінгвопрагматики.

У статті досліджуються мовні особливості комунікативного простору сучасного дитячого журналу України. Комунікативний простір з позицій прагмалінгвістики утворений речовою, аксіологічною та когнітивною сферами. Дослідження присвячено аналізу речової сфери та її складових – вербальних та невербальних компонентів, функціонування яких експлікує певні комунікативні стратегії, такі як стратегія ввічливості, толерантності, агресії. Встановлено екстралінгвістичні умови використання деяких з названих стратегій у комунікативному просторі дитячого журналу України.

Ключові слова: комунікативний простір, лінгвопрагматика, дитячий журнал, мовленнєва сфера, комунікативні стратегії.

Syromlia N. Features of communicative space of modern ukrainian children magazines (linguistic pragmatics aspect).

The paper analyzes linguistic specialties of communicative space of modern Ukrainian children magazines. A system of the key notions of linguistic pragmatics is used. Communicative space is viewed in pragmalinguistic aspect, so some spheres such as speech, axiological and cognitive ones are defined. In the article, the linguistic means of a speech sphere are studied. Functioning and interaction of verbal and nonverbal components of the speech sphere explicates some communicative strategies used in communicative space of children journals such as a strategy of politeness, a strategy of tolerance, an invasion strategy. Extralinguistic factors influence on the choice of the used strategy.

Keywords: *communicative space, linguistic pragmatics, children magazines, speech sphere, communicative strategies.*

Титаренко М. В.

**Национальный педагогический университет
имени М. П. Драгоманова**

РОЛЬ ПОДТЕКСТА И ФОНОВЫХ ЗНАНИЙ ДЛЯ ИНТЕРПРЕТАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО СТАТУСА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РАССКАЗОВ А. П. ЧЕХОВА)

Статья посвящена экспликации социального статуса персонажей в художественном тексте и роли в этом процессе подтекстовой информации. На материале кратких рассказов А. П. Чехова проведен анализ знаков, которые передают статус. Особое внимание уделено фоновым и энциклопедическим знаниям читателя, которые влияют на адекватную интерпретацию статуса.

Ключевые слова: *социальный статус, подтекст, экстралингвистический фактор*

Социальный статус очень важен для характеристики образа персонажа, однако А. П. Чехов, признанный мастер детали, у которого “в произведениях отображена галерея различных образов, характерных для русского общества того времени” [7, с. 30-31], переносит такого рода информацию в подтекст, сигнализируя о социальном статусе отдельными деталями. То есть социальный статус представлен имплицитно, читатель самостоятельно интерпретирует знаки, которые его отображают, опираясь на личный опыт, фоновые и энциклопедические знания.

В. А. Вуколова в диссертационном исследовании обращает внимание на то, что фоновые и энциклопедические знания являются дополнительными факторами, оказывающими влияние на восприятия текста [4, с. 6]. Но следует учитывать, что объем фоновых знаний писателя и читателей не совпадает.

В связи с указанным выше особую **актуальность** приобретают исследования, посвященные экспликации подтекстовой информации, так как с развитием культуры многие знаки утратили для современного читателя