

- П. Драгоманова. Сер. 10, Сучасні тенденції розвитку мов : [зб. наук. пр.]. – К., 2013. – Вип. 10. – 24-29 с.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 376 с.
  3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик, Научно-исследовательская лаборатория «Аксиологическая лингвистика». – М. : ГНОЗИС, 2004. – 389 с.
  4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
  5. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : «Наука», 1987. – 261 с.
  6. Мацько Л. І. Стилїстика сучасної української мови / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько; За ред. Л. І. Мацько. – К. : Вища шк., 2003. – 462 с.
  7. Нерознак В. П. Языковая личность / В. П. Нерознак, И. И. Халеева // Эффективная коммуникация : история, теория, практика : словарь-справочник. М. : ООО Агенство КРПА «Олимп», 2005. С. 587–591.

В статье рассмотрены содержание, объем и структуропонятия «языковая личность», описаны два типа модельных языковых личностей, характерных для современной украиноязычной рекламы.

Ключевые слова: языковая личность, рекламный дискурс, модельная языковая личность, рекламный текст.

The article deals with content, scope and structure of the «linguistic identity» concept, describes two types of patterned language personality used in modern Ukrainian language advertising.

Keywords: linguistic identity, advertising discourse, patterned language personality, advertising text.

УДК 811.161.2' 38; 4

*Мамич М.В.*

## **МОВНА ОСОБИСТІТЬ УЧАСНИКА ІНТЕРВ'Ю В ЖУРНАЛІ «ЖІНКА» (90-ТІ РР. ХХ СТОЛІТТЯ)**

Стаття присвячена вивченню лінгвістичних та прагматичних маркерів мовної особистості в журнальному інтерв'ю. Визначено змістові (лексичні, фразеологічні) та ситуативні комунікати, що виявляють тематику текстів проблемних і портретних інтерв'ю. Відзначено лексичні, фразеологічні та синтаксичні ознаки соціального статусу, професійної діяльності, гендерної належності респондента. Окреслено ознаки професійної компетенції інтерв'юера.

Ключові слова: мовна особистість, журнальне інтерв'ю, лексика, фразеологія, синтаксис.

Особливістю сучасного мовознавства є переорієнтація в методологічних підходах до вивчення мови, створюваних текстів з урахуванням міждисциплінарних оцінок одного й того самого об'єкта (М. Ф. Алефіренко, Ф. С. Бацевич, Т. Ю. Ковалевська, О. А. Селіванова, Л. М. Синельникова та ін.).

У журнальній публіцистиці інтерв'ю – один із провідних жанрово-стильових різновидів публіцистичного дискурсу. Як правило, це розмова двох осіб – журналіста-інтерв'юера та респондента. Основне його призначення – дати певну, цікаву загальну інформацію, сфокусувати увагу читачів на соціальних, політичних, професійно-виробничих, побутових тощо питаннях, що визначає сфера діяльності респондента, а як наслідок, – тематика опитування. Мовна особистість респондента – компетентна у певній галузі діяльності особа. Саме мовна особистість учасника інтерв'ю та журналіста визначають коло питань, що обговорюються, у якій формі будуть запропоновані відповіді, які лінгвостилістичні прийоми застосовуватимуть комунікатори, чи матимуть висловлення гендерні особливості, чи відбиватимуть вони мовно-психологічні орієнтири часу. Жіноча періодика, зрозуміло, має певне коло проблем, які усталюються у структурі жанру інтерв'ю.

Основна комунікативна особливість інтерв'ю в тому, що діалог вибудовується у формі реплік за моделлю: питання – відповідь.

Як відомо, діалоги-інтерв'ю бувають трьох різновидів, а саме:

1. Подійні (інформаційні), предметом яких є певні події, факти.
2. Проблемні: предметом інтерв'ю є ставлення до обговорюваної проблеми, думка співрозмовника.
3. Портретні (особистісні): предметом інтерв'ю є особистість співрозмовника.

Здебільшого інтерв'ю в журналі «Жінка» поєднують ці особливості. Тексти публікацій структуруються так, що містять усі три складники, що розташовуються у певній послідовності.

Загалом «жіночий журнал» – не новий об'єкт дослідження в Україні. Але, за нашими спостереженнями, основна увага фокусується на питаннях лінгвосинергетики, комунікативної прагматики, гендерології, соціальної психології (публікації Ю. Гусєва, Т. Дашкова, Т. Петренко, О. Фоменко, А. Г. Шилина та ін.), соціальних комунікацій (В. Д. Демченко, Т. В. Старченко, А. Волобуєва, Н. Остапенко, Н. Сидоренко, М. Скорик, В. Слінчук, О. Сушкова, Л. Таран, М. І. Чернодон та ін.), зрідка – на мовностилістичних (О. Логвиненко). Крім того, проблема розвитку лінгвостилістичних досліджень українських журналів для жінок пов'язана з низьким відсотком таких україномовних видань в Україні. Найбільше увагу привертає західноукраїнська преса для жінок 20-30-х років ХХ століття (С. Кость, О. Ю. Пода), оскільки саме на цій території тривалий час вона виходила українською мовою, хоча у цей період була преса для жінок і на Сході України (О. М. Сушкова). Журнали 20-30-х років для жінок на підрадянській Україні виходили і російською мовою (див. публікацію О. Ю. Поди «Журнал «Коммунистка» (1920 – 1930) про розвиток преси для жінок»). Саме сучасні жіночі глянцеви журнали російською мовою, що переважають на ринку продукції, й стають об'єктом комунікативно-орієнтованих досліджень (Н. О. Клименко, О. М. Лук'янова, А. Г. Шилина). Українські дослідники випрацьовують підходи до аналізу жанрово-стильових різновидів у гендерно зорієнтованій пресі. Так, якщо у функціональній стилістиці переважає поняття «мовний портрет особистості», «мовний образ

персонажа», то в праці О. Ю. Поди «Героїня часу в журналі «Радянська жінка» 50-х рр. ХХ ст.: гендерні елементи в тематичному полі біографії» пропонується номінувати мовний портрет жінки як «жіноча образна репрезентація», «гендерна біографія». Відзначаємо, що термін «стилістика видання» сприймається широко, а отже в медіастилістиці розрізняють мовні та структурні аспекти стилістики, пор.: «У жіночих глянцевиx видань є своя характерна стилістика, не тільки словесна, а й структурна, така, що стосується також і оформлення» [1, 67].

Традиційно у лінгвостилістичних дослідженнях мови журналів для жінок зберігається підхід до аналізу часово маркованих лексичних та фразеологічних засобів подання інформації (див. Г. В. Демура «Мовностилістичні засоби актуалізації образу жінки (на матеріалі української преси для жінок 30 – 50-х років ХХ ст.)»).»).

За нашими спостереженнями, у журналі «Жінка» інтерв'ю зорієнтоване на репрезентацію певного ідеального соціокультурного образу жінки й чоловіка-респондентів, що має певні комунікативно-прагматичні та лінгвостилістичні маркери.

Так, комунікативно-прагматичні особливості текстів інтерв'ю в жіночих журналах 90-х років ХХ століття визначені насамперед тематикою обговорюваних питань. Пам'ятаємо, що одне із них – чорнобильське («Встань із вічних снів», 1992 рік, «Не спекулюймо Чорнобилем», 1994 рік), а ще – легалізація народної медицини, зокрема досвіду Зубицьких (Процвітай, «Барвінку», 1992 рік), становлення фермерства («Вчора – мільйонери. А сьогодні?»), 1993 рік) та ін.

Писемне публіцистичне інтерв'ю має характерну структуру: вступ, основну частину й кінцівку. У вступі журналіст подає загальну характеристику проблеми, якій присвячене інтерв'ю. Так, інтерв'юер зацікавлює читача, акцентуючи увагу на певних асоціативних центрах, словах-оцінках – *популярний, відомий (Ліки, на пляшечках яких скромний напис МП «Барвінок», нині досить популярні, а втім, не менш відомі й самі господарі, організатори цього малого підприємства народні цілителі Данило Никифорович та Наталя Петрівна Зубицькі (Жінка 92/5, 21); ключових словах (Ми звично користуємося незафіксованим у жодному календарі відліком часу «до Чорнобиля» й «після». Списуємо на радіацію головний біль та погане самопочуття. Намагаємося щось вчитати між рядків хроніки про стан безпеки на атомних станціях. І найглухішої ночі раптом прокидаємося з відчуттям смутку й безнадії... Ядерна катастрофа і людей поділила на дві категорії — чорнобильців та всіх інших. Родина Колесникових належить до перших. Валентина Прокопівна нині очолює Дитячий фонд міжнародної організації «Союз Чорнобиль» (Жінка 94/4, 2). Властиво, що інтерв'ю мають лише клішовану презентаційну вступну частину, в якій означають особу респондента – власне ім'я, коло занять, посада тощо., наприклад: Наша співбесідниця — голова правління агрофірми-колгоспу «Поділля» Стефанія Антонівна Тислицька (Жінка 93/1, 10); З народним депутатом України, президентом міжнародної*

організації «Союз Чорнобиль» Володимиром Шовкошитним розмовляє Богдан Білейчук (Жінка 92/6, 4).

Основна частина журнального інтерв'ю якраз і містить певні маркери мовної особистості інтерв'юера та респондента.

Мовностилістичні маркери мовної особистості інтерв'юера виявляються в його умінні сформулювати питання так, щоб вони містили якомога менше стереотипізованих складників, адже журналіст – це проміжна, єднальна ланка між мовною свідомістю колективу, соціуму, для якого створюється інтерв'ю, та мовною свідомістю респондента, що зафіксована в семантичній структурі створюваних ним висловлень, у його мовній поведінці. Журналіст покликаний свідомо спрямовувати цикл питань на розкриття інформаційної теми, особистісних рис респондента, способу його життя.

Отже, один із найпоширеніших типів питань – питання, що стимулюють початок розмови, питання-інтенції до розмови. Сама ситуація, стандартна для комунікації загалом, означена й характерними комунікатами: *Валентино Проконівно, розкажіть про себе* (Жінка 94/4, 2); *Даниле Никифоровичу, з чого все починалося і коли?* (Жінка 95/2, 21). Подібні стереотипні формули використовуються для ведення інтерв'ю. Власне нове питання переноситься в кінець клішованого звороту, наприклад: *З вашого дозволу, Валентино Проконівно, ми до них іще повернемося. А зараз скажіть, яку допомогу надає ваш фонд дітям України?* (Жінка 94/2, 3).

Характерно, що журналіст звужує тему розмови, виокремлює із загальної проблеми, актуальної для певного часу, один із напрямків. Так, в інтерв'ю на чорнобильські теми, інтерв'юер вибудовує ціле вступне слово для окреслення сегмента майбутньої бесіди – лікування дітей: *Пане Володимире, раніше традиційно в перший червневий день ми повторювали: «Усе найкраще — дітям!», «Діти — найпривілейованіший клас!». Нині луснула і ця словесна куля: виявилось, що діти — найнезахищеніші. Ні продуктів (екологічно чистих і смачних), ні одягу, взуття (зручного й дешевого), ні ліків (ефективних). До того ж наслідки Чорнобиля дають про себе знати, відбивається це, знову ж таки, насамперед, на дітях...* (Жінка 92/6, 5).

Початкове питання до респондента може бути й інтригуювальним для читача. Ось у таких випадках і виявляються певні індивідуальні професійні навички журналіста, пор. питання в ситуації, коли інтерв'ю відбувається в робочому кабінеті керівника агрофірми: *Стефаніє Антонівно, такі зальотники, як оцей, що тільки-но вийшов з вашого кабінету, часто вас виручають?* (Жінка 93/1, 10).

Будь-яке інтерв'ю складається з тематичних блоків, складники яких пов'язані низкою взаємодоповнюваних сегментів, що їх зв'язує досвідчений журналіст за допомогою:

1) ситуативних коротких уточнювальних питань, як-от: *Торік від продукції підсобних промислів мали п'ять мільйон прибутку. Але сьогодні — і ми в боргах. — Чому? — Бо село знову скривдили. З подачі Верховної Ради сплачуємо неймовірно високі податки. До прикладу, за буряки маємо одержати сорок мільйонів прибутку. Однак після всіх відрахувань та*

перерахунків лишається менше трьох мільйонів. Нині це не кошти. Здається, ніби колектив господарства хочуть навмисне розвалити. – **Ваші люди проти реорганізації свого господарства. Чи, може, я щось не так зрозуміла?** – Ви не помилились. Реорганізувати нерентабельні колгоспи, а здорові, фінансо міцні зберегти [...] (Жінка 92/1, 11); А що нині коїться з цінами на транспорті — всім відомо. Ще позаминулого року обходилися власними коштами, а вже минулого... – **Одержали?** – Так. А щодо синків високопосадових осіб та різних комерсантів, то це правда, подібні факти є. Але ми до них не маємо ніякого відношення [...] (Жінка 94/2, 3); – Боляче дивитись на дитину, яка десять – дванадцять днів горить від високої температури тільки тому, що мати протягом кількох тижнів (!) передозувала насичені напої із шипшини... – **Невже шипшина може загрожувати здоров'ю?** – Саме шипшина, яку так часто радять лікарі і про яку так багато написано найкращого в книжках, може завдати не користь, а зло. І старші люди від насичених напоїв шипшини часто скаржаться на головний біль, слабкість, у ногах і в усьому тілі (Жінка 95/2, 21);

2) вставлень – коментарів, оцінок з приводу почутого: *Це в одинадцять років... На жаль, сон виявився віщим, і почалася біганина нещасної матері вже по нових пекельних колах. Володю прооперували, потім на два тижні відправили до Франції. – **Страшно й гірко...** – А хіба не гірко, коли приходять мати, яка не має грошей, щоб купити дітям поїсти? І чорнобильська, й не чорнобильська [...]* (Жінка 94/2, 3);

3) підсумкових узагальнень із вставним словом *отже*: *Хоча можливість відправити хворих за кордон невелика: дорого коштує і лікування, й дорога, а валюту роздобути складно. – **Отже, буває так, що під виглядом чорнобильських дітей за кордоном оздоровлюються сини й дочки комерсантів?*** (Жінка 94/4, 6); *Його слова для мене — формула життя: якщо не змігвилікувати себе, свою дитину – то ти не лікар... – **Отже, батько бачив вас у майбутньому лікарем?** – Так. І лікарем, і мріяв ось про таку аптеку...* (Жінка 92/5, 21).

Соціокультурна особистість як центр інтерв'ю цікава читачам і як певна індивідуальність, що живе буденними переживаннями, має широке коло зацікавлень поза основною роботою. Тому в журнальних інтерв'ю, тим більше в жіночому часописі, є текстові сегменти, означені в характерних комунікатах – питаннях-зацікавленнях на зразок: – **Володимире, розкажіть, будь ласка, нашим читачам трішки про свою родину.** – *Моя дружина козачка і напівгрузинка. Самостійно вивчила українську мову і пишається цим. Гадаю, це конкретний приклад для російськомовних співвітчизників, які вважають зайвим вивчити мову народу, серед якого живуть. Тим більше, це стосується наших єдинокровних братів- українців, які відцуралися рідної мови. Виховуємо трьох дітей: дочку Світлану, синів Родіона і Георгія. Хлопці, до речі, співають у дитячому фольклорному колективі «Лелеченьки». – **Пане Володимире, читачі знають вас як письменника, сценариста, поета-пісняра...** – Знаєте, Володимир Яворівський каже про себе – «у недалекому минулому письменник».*

Це стосується, певно, всіх літераторів-депутатів. Бо робота у парламенті настільки виснажлива, що снаги вистачає хіба що на інтерв'ю такому шанованому журналісту, як Ви (Жінка 92/6, 5); – **А як ваші домашні ставляться до такого тривалого «аврального режиму»?** – Чоловік та син розуміють і підтримують мене. – **Синові скільки років?** – Одинадцять... (Жінка 94/2, 4); Мабуть, найбільше батьківське щастя — благополучні діти. **Перепрошую за такий перехід, але, кажуть, маєте хороших сина й доньку?** (Жінка 93/1, 10). Це до будь-якого тексту інтерв'ю додає портретний сегмент, що означають «образ жінки/чоловіка».

Свої мовні звички, свій професійний словник виявляють і респонденти. Фактично йдеться про психолінгвальні механізми вияву мовної особистості: у професійному повсякденні мовна особистість-респондент користується тим словником, що характерний для її діяльності, використовує ті комунікати, що характерні для сталих, звичних, стереотипізованих ситуацій-мікрожанрів, сформованих у тій чи іншій сфері професійної діяльності індивідууму. Крім того, мовностилістичні засоби, якими насичений текст інтерв'ю, є маркерами психологічних типів респондентів за характером вираження емоцій, за прагматичним спрямуванням висловлень.

Так, аналізуючи мову респондентів журналу «Жінка» 90-х років ХХ століття, відзначаємо, що в інтерв'ю з народними цілителями Зубицькими актуалізовано медичний лексикон: лікар, аптека, народна медицина, народний цілитель, збирач лікарських трав, лікарські рослини, перебите перенісся, холіозин, оерзін; фразеологічні звороти, професійно-виробничі кліше: робити хворим уколи; горить від високої температури; скаржаться на головний біль, слабкість, у ногах і в усьому тілі; індивідуальна консультація; статеві неповноцінний; звіробій зробив свою справу; вплив на дітородні органи жінки; допомагають боротися з грипом, простудними захворюваннями тощо. Маркером світоглядних особливостей Данила Зубицького є афористичне родинне висловлення: *А народився і виріс я на Кіровоградщині. До нашого села йшли і їхали люди звідусіль — до батька на пораду. Він нікому, ні в чому не відмовляв. Того й мене навчав. Його слова для мене — **формула життя: якщо не зміг вилікувати себе, свою дитину — то ти не лікар...*** (Жінка 92/5, 21). А от Наталія Зубицька у висловленнях позиціонує себе як емоційна, м'яка, співчутлива мовна особистість: *Змалку знала, як зветься кожна **травинка** і від чого лікує* (Жінка 92/5, 21); **Жінка — це сімейна злагода, тепло, якого вистачає на всіх членів родини. Вона і домашній лікар, бо найпершу медичну допомогу, як кажуть, не дай Бог чого, сім'я одержує з рук жінки; І яким **жалем проймаєшся**, коли усвідомлюєш, що це Жінка, дружина спричинилася до горя в сім'ї. А звідки ж вона, **бідна**, могла знати, що вина всьому — звіробій, який вона протягом року додавала в чай** (Жінка 92/5, 22). Цю особливість відзначає й інтерв'юер, узагальнюючи: *Я вдивлялася у мужнє, вольове і водночас щасливе обличчя Наталі Петрівни. Воно **випромінювало тепло*** (Жінка 92/5, 22).

Інші прагматичні особливості мають інтерв'ю з публічними мовними особистостями-політиками – депутатом, головою фонду «Союз Чорнобиль». Так само найвиразніші змістові маркери – лексичні (*кошти, медична апаратура, ліки, діагностична, дозиметрична апаратура, медикаменти*) та фразеологічні звороти, публіцистичні кліше, сталі сполучення слів (*рятуючи майбутнє нашої держави; потерпілі від чорнобильської аварії; оздоровлення за кордоном; закупити обладнання; екологічно чисті овочі, фрукти, соки; фінансувати поїздки; допомога спонсорів; гематологічне відділення; забруднений район; впливати на політику в сфері гуманітарної допомоги й законотворчості; повернутися до системи компенсацій; банк даних; малолітні жертви ядерної катастрофи*), що сконцентровано виражають чорнобильську тематику співбесіди.

Крім спільних особливостей, тексти інтерв'ю виявляють гендерні аспекти мовних особистостей. Так, у мові чоловіка-депутата фіксуємо здебільшого номінації моральних якостей – *совість, відповідальність* (*Проте треба мати почуття відповідальності хоча б перед дітьми, бо не все вимірюється карбованцями. Здоров'я, погодьтеся, найцінніше...* (Жінка 92/6, 5); *Обурені жителі йдуть до голови райвиконкому, а він змушений керуватися Законом. Є ще й закон совісті ...* (Жінка 92/6, 5), філософські сентенції, як-от: *Лежать недописані прозові твори, набереться й на книжку, та впорядкувати не вистачає часу. Таке життя. Важке й по-своєму гарне...* (Жінка 92/6, 6).

Натомість у мові жінки – керівника чорнобильського фонду, є виразні ознаки жіночої емоційності:

1) номінації, фраземи на позначення емоційного ставлення до реалій довкілля (трагедія, гірко, нужда, бідолаха): *За кожним рядком — трагедія* (Жінка 94/4, 2); *Боляче відчувати, що за цим стоїть нужда* (Жінка 94/4, 2) і под.;

2) оцінні, кваліфікативні комунікати: *А хіба не гірко, коли приходять мати, яка не має грошей, щоб купити дітям поїсти? І чорнобильська, й не чорнобильська, тут ділити ніхто не буде* (Жінка 94/4, 2); *Така мама часом навіть швидше набіжить, аніж та, чий життєвий рівень нижче нормального, бо бідоласі ніколи ходити й просити* (Жінка 94/4, 2); *А що нині коїться з цінами на транспорті — всім відомо* (Жінка 94/4, 3); *3 травня по жовтень у нас аврал. Користуючись нагодою, хочу вибачитися й сказати щире спасибі всім, хто співчуває чорнобильським дітям* (Жінка 94/4, 3);

3) публіцистичні метафоричні звороти: *Згадайте з дитячої книжки: «Ми однієї крові, ти і я». А наша кров густо перемішана з попелом Чорнобиля* (Жінка 94/4, 3).

Ще один досліджуваний зразок – мова керівника-виробничника у галузі сільського господарства. Як і в попередньо аналізованих сегментах, лексика (*село, податки, фермерство, прибутки, агроферма*) та фразеологія, сталі звороти (*буряк ще в полі; де візьму солярку; господарство приміське; продукти підсобних промислів; відгодівельна база; виписати зерно*) є маркерами обговорюваної теми. Крім того, респондент вивляє виразні ознаки

емоційної мовної особистості з холеричним темпераментом, людини спритної, експресивної. Мовними знаками емоційності є синтаксичні структури – риторичні питальні речення, що акцентують увагу на предметі розмови, передають аксіологічні параметри співбесіди, а також окличні номінативні речення (*На наш цегельний завод колгоспним транспортом робітників привозили з інших районів. Чи не марнотратство? Хіба наші сільські люди не могли самі тут попрацювати?* (Жінка 93/1, 4); *Повністю виріше житлова проблема. Більшість працюючих віком до сорока років. Сила! Хіба припинимо це руйнувати?* (Жінка 93/1, 4); *Звичайно, коли людина береться до якоїсь нової справи, не відразу все вдається. І як їй не допомогти? Допомагаємо* (Жінка 93/1, 4); *А якби не мама, що б я встигла? Вранці встаю, вона вже не спить, повертаюся ввечері — це на ногах* (Жінка 93/1, 4)). Емоційність респондента передає й характерна фразеологія (*Не вдалася афера. Чкурнув, як вітром знесло* (Жінка 93/1, 4); *Скільки таких у пошуках легкого хліба погано закінчують. Чийсь же діти..* (Жінка 93/1, 4). А певні вольові риси характеру виявляють і ситуативні оцінки на зразок *Мушу ризикувати* (Жінка 93/1, 4).

Отже, журнальні інтерв'ю 90-х рр. ХХ століття відбивають мову зрілих громадян, соціально активних мовних особистостей. Тому створювані ними висловлення відображають і колективний, і індивідуальний мовний досвід, соціокультурні, зокрема й мовні, норми поведінки в характерних ситуаціях – професійна діяльність і родинно-побутове середовище. Через соціальну зорієнтованість інтерв'ю, вони віддзеркалюють швидше загальні особливості мовно-літературного стандарту у певний період життя соціуму. Але разом з тим, як видно з наведених прикладів, – й індивідуальні гендерні, психоемоційні особливості.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Клименко Н. О., 2012, Специфіка рубрикації та своєрідність подання матеріалу в жіночих глянцевиx журналах / Н. О. Клименко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації). 2012. – № 1. – С. 65 – 72.
2. Фоменко О. Лінгвістичне зображення жінок в українських ЗМІ [Електронний ресурс]: / О. Фоменко. – Режим доступу: <http://linguistics.kiev.ua/?do=sitemap>>

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ І ЇХ УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

Ж 92/5 – Жінка. – 1992. – №5.  
Ж 92/6 – Жінка. – 1992. – №6.  
Ж 93/1 – Жінка. – 1993. – №1.  
Ж 94/4 – Жінка. – 1994. – №4.

Статья посвящена изучению речевых и прагматических маркеров языковой личности в журнальном интервью. Определены содержательные (лексические, фразеологические) и ситуативные коммуникаты в тематической структуре текстов проблемных и портретных интервью. Отмечены лексические, фразеологические и синтаксические признаки социального статуса, профессиональной деятельности, гендерной принадлежности респондента. Установлены общие признаки профессиональной компетенции интервьюера.



Ключевые слова: языковая личность, журнальное интервью, лексика, фразеология, синтаксис.

Article examines the discursive and pragmatic markers of linguistic identity in a magazine interview. Defined lexical, phraseological and situational communicative texts in thematic structure problem and portrait interview. Marked lexical, phraseological and syntactic features of social status, profession, gender of the respondent. Set common features of the professional competence of the interviewer.

Keywords: language personality, magazine interviews, vocabulary, phraseology, syntax.

УДК 811.161.2'38

*Криштанович О.В.*

## **ВОЛЕЛЮБНІСТЬ ЯК РИСА УКРАЇНСЬКОЇ МЕНТАЛЬНОСТІ У ТВОРЧОСТІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

У статті розглянуто, як інтерпретується волелюбність – одна з характерних рис української ментальності – у творчості Юрія Федьковича через образ автора.

Ключові слова: Юрій Федькович, образ автора, воля, волелюбність, мовостиль.

У сучасному мовознавстві актуальним є вивчення образу автора через призму національної свідомості. Оскільки художня література є тим містком, який поєднує і відображає той живий і безперервний процес становлення, формування, розповсюдження образів, думок, світогляду народу, його ментальності, що знайшли своє відтворення у словесно-образній системі мови і переосмисленні, відчутті її внутрішньо-сміслової системи у творчості митця.

До розгляду національних особливостей, відображених у мові, зверталися і звертаються вчені теоретики і практики, зокрема О. Потебня [9], В. Виноградов [1], О. Кульчицький [7], Б. Цимбалістий [11], Ю. Караулов [3], С. Єрмоленко [2], В. Кононенко [6], В. Русанівський [10], Р. Кіс [4] та ін.

В. Кононенко зазначає: «Дослідження народної самосвідомості в мовних вимірах, у свою чергу, поглиблюють відомості в обширі народної етики, естетики, філософії. Формують тим самим комплексну етнокультурологічну систему» [6, 18]. На підтвердження важливості теми, що розглядається, наведемо думку І. Огієнка: «Мова – це не тільки простий символ розуміння, бо вона витворюється в певній культурі, у певній традиції. У такому разі мова – найясніший вираз нашої психіки, це найперша сторожа нашого психічного я. Це наша національна ознака, ... сукупність нашої свідомості» [8, 126].

«Ментальність – це спільне «психологічне оснащення» представників певної культури, що дає змогу хаотичний потік різноманітних вражень інтегрувати свідомістю у певне світобачення. Воно й визначає, врешті-решт, поведінку людини, соціальної групи, суспільства, внаслідок чого суб'єктивний «зріз» суспільної динаміки органічно включається до об'єктивного історичного процесу», – писала В. Храмова [12, 4].

Ця думка дає нам підстави враховувати специфіку менталітету,