

НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені М. П. ДРАГОМАНОВА

ЛАВРИНЕНКО ОЛЕКСАНДР ОЛЕКСАНДРОВИЧ

УДК 81'44 (811.111 + 811.161.2):316.77

**КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АЛЮЗІЇ
В АНГЛІЙСЬКОМУ ТА УКРАЇНСЬКОМУ
ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ**

10.02.17 – порівняльно-історичне і типологічне мовознавство

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук

Київ – 2009

Дисертацією є рукопис

Робота виконана на кафедрі слов'янської філології та загального мовознавства Київського міжнародного університету, Міністерство освіти і науки України

Науковий керівник – доктор філологічних наук, професор
Денисова Світлана Павлівна,
Київський національний лінгвістичний університет,
завідувач кафедри теорії та практики перекладу

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор
Глушенко Володимир Андрійович,
Слов'янський державний педагогічний університет,
професор кафедри загального та російського
мовознавства і теорії та історії літератури

кандидат філологічних наук, доцент
Бабелюк Оксана Андріївна,
Дрогобицький державний педагогічний
університет імені Івана Франка,
доцент кафедри англійської філології

Захист відбудеться “14” квітня 2009 р. об 11 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 26.053.15 у Національному педагогічному університеті імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9

Автореферат розісланий “13” березня 2009 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради

К. Д. Паршак

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Дисертація присвячена виявленню особливостей реалізації комунікативно-прагматичного потенціалу алюзії в англійському та українському публіцистичному дискурсі. У роботі визначено основні ознаки алюзії, які відрізняють її від суміжних явищ, структуру й типи алюзивних мовленнєвих актів, комунікативні стратегії й тактики вживання алюзій; скласифіковано алюзії за формою, трансформантами і джерелом посилення та зіставлено дистрибуцію алюзій різних типів в англійському та українському публіцистичному дискурсі.

Комунікативна прагматика на сучасному етапі її розвитку характеризується тенденцією до вивчення мовних засобів в окремих мовленнєвих актах (Н. Д. Арутюнова, В. З. Дем'янков, І. М. Кобозєва, І. С. Шевченко), що відображають різні типи інформації (Ф. С. Бацевич, М. Д. Макаров, М. В. Нікітін), зокрема приховану (І. В. Арнольд, S. Levinson, D. Sperber, D. Wilson), яка не лише впливає на свідомість мовців (С. Д. Кацнельсон), а й формує стереотипи поведінки представників етносу (G. Leech, A. Wierzbicka).

Одним із таких засобів є алюзія, яка останнім часом аналізується науковцями в різних аспектах: структурно-функціональному (О. С. Євсєєв, К. О. Комарова, А. А. Тютенко, Н. А. Хімуніна, І. С. Христенко, G. Hermeren, M. Leddy, P. Lennon), інтертекстуальному (Н. В. Корабльова, Н. О. Фатєєва, А. С. Черняєва), перекладознавчому (Л. Д. Бурковська, В. С. Воєводська, Л. В. Грек, О. М. Дронова), функціонально-генетичному (Н. Ю. Новохачова, А. А. Тютенко, P. Lennon) та герменевтичному (І. В. Арнольд, О. С. Ахманова, І. В. Гюббенет, М. О. Соловійова, М. Д. Тухарелі, P. Lennon, A. Pasco).

Грунтовний аналіз праць із цієї проблеми засвідчує, що в сучасному мовознавстві термін *алюзія* не має однозначного витлумачення, у зв'язку з чим чітко не розмежованими з алюзією залишаються такі суміжні явища, як цитата і ремінісценція. Одні дослідники визначають алюзію як ключове поняття інтертекстуальних відносин (Л. К. Граудіна, О. С. Євсєєв), інші відводять цю роль цитаті (Л. В. Грек, І. В. Гюббенет, С. І. Походня) або ремінісценції (І. М. Міхалева, Г. Г. Слишкін).

Окрім того, згадані вище аспекти вживання алюзії вивчалися на матеріалі однієї лінгвокультури, а тому зіставно-типологічний підхід до аналізу цього феномена в неблизькоспоріднених мовах є на часі. Методика зіставлення способів актуалізації алюзивних смислів в англійському та українському публіцистичному дискурсі апробується вперше і потребує подальшої розробки й удосконалення.

Актуальність дисертаційної роботи зумовлена її спрямованістю на дослідження мовних засобів у функціонально-прагматичному аспекті загалом та імпліцитних, серед яких вирізняється алюзія, зокрема. Зіставно-типологічний і порівняльно-історичний підходи до виявлення комунікативно-прагматичного потенціалу алюзії у різномовних дискурсах сприяють визначенню спільних закономірностей у творенні алюзивних мовленнєвих актів, а також мовно-культурних розбіжностей у способах і засобах їхньої реалізації.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано відповідно до тематичного плану науково-дослідних робіт Інституту лінгвістики Київського міжнародного університету в рамках наукової теми № 0104U003163 “Когнітивні та дискурсивні структури германських, романських та східних мов у соціокультурному просторі комунікації” (тему затверджено вченою радою Київського міжнародного університету, протокол № 10 від 24 червня 2004 р.).

Метою дисертаційної роботи є виявлення комунікативно-прагматичного потенціалу алюзії в англійському та українському публіцистичному дискурсі.

Поставлена мета передбачає розв'язання таких **завдань**:

- уточнити зміст термінопоняття *алюзія* в сучасній лінгвістиці;
- визначити аспекти дослідження алюзії в публіцистичному дискурсі з погляду комунікативно-прагматичного підходу;
- проаналізувати структуру й типи алюзивних мовленнєвих актів, а також описати процес їхньої актуалізації та інтерпретації;
- встановити комунікативні стратегії й тактики вживання алюзій у публіцистичному дискурсі;
- виявити когнітивні особливості дискурсивної реалізації комунікативно-прагматичного потенціалу алюзії;
- зіставити типи алюзій англійського й українського публіцистичного дискурсу за формою та змістом, трансформантами і джерелом посилання.

Об'єкт дослідження становлять вербальні алюзії англійського та українського публіцистичного дискурсу.

Предметом дослідження є комунікативно-прагматичні особливості актуалізації алюзивних смислів в англійському та українському публіцистичному дискурсі.

Джерельною базою дисертації є такі публіцистичні видання зіставляваними мовами, як “Газета по-українськи”, “Дзеркало тижня”, “День”, “Україна молода”, The Guardian, The Independent, The Times, The Daily Mail, The Daily Telegraph, The Economist, The Financial Times, The Newsweek, The Los Angeles Times, The New York Times, The USA Today та ін. з 2000 по 2008 роки. Фактичний матеріал дисертації становлять 340 англійських та українських алюзивних метатекстів.

Методи дослідження. Зіставно-типологічний метод дав змогу виявити спільне та відмінне в дистрибуції алюзій різних типів в англійському та українському публіцистичному дискурсі; складові структурного методу (компонентний і трансформаційний аналіз) застосовувалися для визначення модифікацій прецедентних феноменів у процесі творення алюзій; прийом зовнішньої реконструкції сприяв з'ясуванню первинного значення алюзивних денотатів, процедура кількісного аналізу – встановленню кількісних і частотних параметрів уживання алюзій у публіцистичних дискурсах зіставляваних мов.

Наукова новизна одержаних результатів визначається тим, що в роботі вперше здійснено зіставно-типологічний аналіз алюзивних мовленнєвих актів, а також способів і засобів їхньої реалізації в англійському та українському публіцистичному дискурсі; виявлено: 1) спільні типи алюзивних мовленнєвих актів (констативні, директивні, комісивні, експресивні), 2) спільні комунікативні тактики реалізації алюзивних мовленнєвих актів (аргументація, відсторонення, висміювання, заохочення, маніпуляція, провокація), 3) спільну дистрибуцію цитатних алюзій та відмінну дистрибуцію номінативних алюзій, 4) спільні (лексико-семантичні, синтаксичні, стилістичні), а також відмінні (морфологічні) алюзивні трансформанти.

Теоретичне значення дисертації пов'язане з поглибленням положень теорії інтертекстуальності (місце алюзії в системі суміжних інтертекстуальних засобів), когнітивної лінгвістики (способи алюзивної актуалізації концептів), комунікативної лінгвістики (комунікативні стратегії й тактики вживання алюзії), лінгвопрагматики (структура алюзивних мовленнєвих актів).

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості їхнього застосування в процесі підготовки спецкурсів з міжкультурної комунікації, у викладанні навчальних дисциплін: “Порівняльна типологія англійської та української мов”, “Стилістика англійської мови”, “Стилістика української мови”, “Лексикологія”. “Перекладацький аналіз тексту”, “Теорія дискурсу”. Опрацьований фактичний матеріал може стати в пригоді при укладанні україномовного словника прецедентних феноменів.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дисертаційного дослідження висвітлювалися в доповідях на *шести* міжнародних наукових конференціях: “Етнокультурні цінності та сучасна філологія” (Рівне, 2006 р.), “Міжкультурна лінгвістика та формування іншомовної комунікативної компетенції” (Київ, 2006 р.), “Мова і культура” (Київ, 2006 р.), “Актуальні проблеми менталінгвістики” (Черкаси, 2007 р.), на *одній* усеукраїнській науковій конференції: “Світоглядні горизонти філології: традиції та сучасність” (Київ, 2007 р.) а також на щорічних науково-практичних конференціях Інституту лінгвістики Київського міжнародного університету “Когнітивні і дискурсивні структури германських мов у соціокультурному просторі комунікації” (Київ, 2004–2008 рр.). Дисертаційна робота обговорювалася на засіданнях кафедри слов'янської філології та загального мовознавства Інституту лінгвістики Київського міжнародного університету.

Публікації. Проблематику, теоретичні й практичні результати дисертаційного дослідження викладено в семи статтях, опублікованих у фахових наукових виданнях, затверджених ВАК України.

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається з переліку умовних скорочень, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури (226 найменування, з яких 36 – іноземними мовами), списку джерел ілюстративного матеріалу (13 найменувань) та додатків. Повний обсяг дисертації становить 234 сторінки, основний зміст викладено на 173 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

У вступі обґрунтовано актуальність теми дослідження, сформульовано мету, визначено завдання, об'єкт, предмет, наукову новизну дисертації, методи дослідження, охарактеризовано фактичний матеріал, теоретичне й практичне значення здобутих результатів, указано форми апробації та структуру роботи.

У першому розділі “Алюзивність публіцистичного дискурсу: комунікативно-прагматичний аспект” виявлено основні ознаки алюзії, розглянуто алюзію в системі інтертекстуальних засобів публіцистичного дискурсу та визначено теоретико-методологічну основу вивчення алюзії з позицій комунікативної прагматики.

У сучасній лінгвістиці існує два підходи до розуміння явища алюзивності: представники першого підходу розглядають алюзію як лаконічне використання факту або висловлювання (Є. Л. Гептинг, Н. Ю. Новохачова, Н. М. Чуприна), представники другого – як цілеспрямований натяк на факт або висловлювання (О. С. Євсєєв, О. О. Селіванова, А. А. Тютенко).

Панівним визнається другий підхід, за яким ключовими ознаками алюзії є: 1) імпліцитність, 2) двоплановість і 3) цілеспрямованість.

Імпліцитність алюзії полягає в тому, що це мовне явище є непрямим способом вираження певного змісту, яке викликає асоціації з відомими фактами, подіями чи творами (І. В. Арнольд, М. Leddy, Р. Lennon). *Двоплановість* алюзії зумовлена наявністю в ній двох складових: 1) *денотата* – глибинного об'єкта непрямого посилання; 2) *репрезентанта*, вербалізованого на поверхневому рівні за допомогою слів чи висловлювань, що викликають алюзивні асоціації.

Серед об'єктів алюзивних посилань виділяють денотати першого порядку, якими є прецедентні твори, і денотати другого порядку, якими є імена, назви, факти, висловлювання з цих творів (Н. Ю. Новохачова, О. С. Євсєєв). Окремі вчені вказують також на існування неінтертекстуальних денотатів, які не асоціюються з продуктами письмової дискурсивної діяльності (І. В. Гюббенет, С.І. Походня).

Репрезентант алюзії складається з маркерів і трансформантів, у ролі яких у тексті-приймачі вживаються одиниці різних мовних рівнів – морфологічного, лексичного і синтаксичного. Маркери співвідносять метатекст з денотатом алюзивного посилання, а трансформанти виявляються засобом залучення концептуального навантаження прецедентного феномена до нового контексту.

Цілеспрямованість відрізняє алюзію від таких суміжних явищ, як цитата і ремінісценція. Прихована цитата/квазіцитата перетворюється на алюзію, коли свідомо використовується як непряме посилання. Алюзивного статусу може набувати й ремінісценція за умови свідомого використання з тією ж метою, а саме: сфокусувати чи розфокусувати смисли двох або більше текстів.

Проаналізувавши суто мовні чинники творення алюзії та виявивши її основні ознаки, у дослідженні підготовлено теоретико-методологічну базу вивчення алюзії з позицій комунікативної прагматики. Цей підхід дає змогу розглядати алюзивність крізь призму теорії мовленнєвих актів та інших прагматичних концепцій, теорії релевантності Д. Спірбер та Д. Уїлсон зокрема.

У роботі введено нове термінопоняття *алюзивний мовленнєвий акт*, під яким розуміється мовленнєвий акт натяку на загальновідомий денотат, що базується на спільних знаннях адресанта та адресата і використовується адресантом для цілеспрямованого прирощення основного змісту повідомлення.

Методика зіставлення алюзивних мовленнєвих актів англійського та українського публіцистичного дискурсу ґрунтується на принципах виявлення способів актуалізації алюзивних смислів у межах кожної з досліджуваних мов, що сприяє визначенню національно-культурних особливостей творення алюзії в міжмовному плані.

У другому розділі “Реалізація алюзивних мовленнєвих актів в англійському та українському публіцистичному дискурсі” проаналізовано структуру й типи алюзивних мовленнєвих актів, встановлено комунікативні стратегії й тактики вживання алюзій у публіцистичному дискурсі, визначено роль концептів у реалізації комунікативно-прагматичного потенціалу алюзії.

Структура алюзивних мовленнєвих актів є спільною в досліджуваних мовах. За алюзивного посилання має місце *подвійна локуція*, *подвійна ілокуція* та *подвійна перлокуція*, що відрізняє алюзивні мовленнєві акти від ідентичних висловлювань без алюзивного статусу.

Алюзивна **локуція** є прото- та метатекстовим посиланням до явищ навколишньої дійсності. Локуція метатексту алюзії заснована на маркерах і трансформантах, тим часом локуція алюзивного прототексту пов’язується з денотатом непрямого посилання.

Напр., трансформантом англ. алюзивного висловлювання *All power corrupts but telly corrupts absolutely* (The Guardian) є компонент ‘telly’, маркерами – решта лексем, які вказують на денотат – висловлювання Л. Ектона “All power corrupts but absolute power corrupts absolutely”. Трансформантом в укр. *Партнерство заради мера* (“Дзеркало тижня”) є омонімічний компонент ‘мера’, денотатом – назва міжнародної програми “Партнерство заради миру”.

Алюзивна **ілокуція** складається з наміру алюзивного метатексту та наміру алюзивного прототексту, причому комунікативна мета самого висловлювання може або збігатися з прецедентною прагматикою, або виявлятися внаслідок модифікацій прецедентного феномена.

У результаті зіставлення виявлено 1) *експліцитну* та 2) *імпліцитну* ілокуції алюзивних мовленнєвих актів, спільні для досліджуваних мов. За експліцитної перформативності показники ілокутивної частини алюзивного висловлювання наявні в метатексті, а власне ілокуції не відрізняються від прагматичного спрямування ідентичних висловлювань без алюзивного статусу.

Напр., іронія прецедентного фразеологізму “A bull in a china shop” набуває спонукальної семантики в англ. алюзивному висловлюванні *Be a bull in China but shop carefully* (The Guardian), яке закликає до обережних інвестицій у китайську економіку. З іншого боку, спонукування прецедентного тексту “Пийте, діти, молоко” в укр. *Не пийте, діти, молоко* (“Україна молода”) поступається місцем ілокуції застереження, яка реалізується за допомогою імператива (йдеться про вміст меланіну в молоці китайського виробництва).

Імпліцитна перформативність передбачає коригування прагматичного компонента алюзії відповідно до ілокутивної функції та перлокутивного ефекту прецедентного тексту.

Так, у формально констативному англ. висловлюванні *Scents and sensibility* (The Financial times) – “Sense and Sensibility” (J. Ostin) прототекстовий компонент ‘sense’ накладається на метатекстовий *scents*, реалізуючи імпліцитний директив, що користуватися парфумами потрібно розсудливо. Поза алюзивним контекстом ілокуцією укр. алюзії *Україна – не Європа?* (“Дзеркало тижня”) було б здивування, сформульоване у формі запитання. Проте, зважаючи на денотат непрямого посилання – назву книги Л. Кучми “Україна – не Росія”, під час алюзивного процесу відбувається зміна мовленнєвого акту на заперечення.

Зазначене вище дає підстави стверджувати, що непрямі алюзивні мовленнєві акти реалізують свій комунікативно-прагматичний потенціал для окремої категорії читачів – тих, хто здатен не лише актуалізувати алюзивність, а й імплікувати прихований смисл за допомогою інференції. Глибинний план алюзії настановує на задумані автором імплікації і змушує припинити пошук можливих варіантів тлумачення на основі інших контекстуальних припущень (D. Sperber, D. Wilson).

Збігатися на рівні прото- та метатекстів може й **перлокуція**. Використовуючи алюзію, журналіст будує висловлювання на основі перлокутивного ефекту прецедентного феномена, на який відбувається непряме посилання, або ж сподівається на інший.

В англійському та українському публіцистичному дискурсі виявлено такі спільні алюзивні мовленнєві акти: 1) **констативні**, 2) **директивні**, 3) **комісивні** та 4) **експресивні**, причому найчастіше в такий спосіб ставиться за мету про щось повідомити, щось заперечити, засудити чи схвалити.

Алюзивні **констативи** мають на меті зафіксувати відповідальність мовця за повідомлення про певний стан речей і є найбільш нейтральними щодо ілокутивної сили. Ілокуцією англ. висловлювання *Back in the race: Marks get set to go global again* (The Guardian), яке викликає алюзивні асоціації зі стійким словосполученням “On you marks, get, set, go”, є інформування про повернення компанії ‘Marks and Spenser’ на міжнародні ринки. Укр. алюзія *Основний материнський інстинкт* (“Україна молода”) повідомляє про всиновлення героїнею фільму “Основний інстинкт” Ш. Стоун третьої дитини.

Ілокуцією алюзивних **директивів** у досліджуваних мовах є приховані застереження, поради та рекомендації тощо. Напр., англ. заголовок *What you can do for your country* (The New York Times), який актуалізує в пам’яті слова з інавгураційної промови Дж. Кеннеді “Ask not what your country can do for you, but what you can do for your country”, реалізує імпліцитне спонукання в статті про кризу народжуваності в Австралії. Значимий фон реалізації укр. *У чому сила, Президенте?* (“Україна молода”), прототекстом якого є висловлювання “У чому сила, брате?” з фільму “Брат – 2”, впливає з того, що справжня сила не у владі, а в любові до Батьківщини. У такий спосіб видання застерігає чинного Президента від використання адміністративного ресурсу під час виборів.

Алюзивні **комісиви** виражають присягання, обіцянки, зарікання та погрози. Так, запозичена з промови В. Путіна англ. фактуальна алюзія “*As during the Third Reich era, these new threats show the same contempt for human life and claims to world exclusiveness and diktat*” (The New York Times), що натякає на панування США в світі, сприймається як погроза. Обіцянкою чи присяганням видається укр. висловлювання *Реприватизації – ні! Націоналізації – ні!* (“Дзеркало тижня”) – алюзія на гасло “Фальсифікаціям – ні! Махінаціям – ні!”.

Алюзивні експресиви виражають ставлення автора до сказаного. Ілюстрацією таких мовленнєвих актів, з одного боку, є засудження і критика, які виражаються здебільшого на тлі іронії, з іншого, – схвалення.

Суб’єктивно-оцінну модальність створює несподівана заміна одного з компонентів, контраст алюзії та контексту, в якому вона вживається, а також скрипти прецедентних текстів. Напр., замінний компонент на тлі прецедентного в англ. висловлюванні *The Lion, the Witch and the Magical Hit* (The Daily Mail) підсилює повідомлення про касові збори екранізації роману Л. Керролла “The Lion, the Witch and the Wardrobe”. Іронічний ефект укр. *Тихі танці* (“Дзеркало тижня”), який є непрямим посиланням на альбом Руслани “Дикі танці”, досягається шляхом контрасту між контекстом уживання алюзії та семантикою її денотата (у статті розповідається про події в парламенті). Джерелом алюзивної критики в укр. *Кайдашева сім’я – 2* (“Україна молода”) – “Кайдашева сім’я” (І. Нечуй-Левицький) є скрипт прецедентного твору (йдеться про суперечку між Президентом та Прем’єром навколо власності на землю).

Ілюстрація схвалення впливає з відповідної спрямованості прецедентного тексту чи висловлювання. Так, англ. біблійна алюзія в *Moses leads Palace nearer promised land* (The Guardian) повідомляє про перехід футбольного клубу “Уотфорд” до Прем’єр-ліги. За допомогою укр. *Дарованому Міцкевичу в очі не дивляться* (“Україна молода”) – “Дарованому коню в зуби не дивляться” журналіст підтримує встановлення пам’ятника А. Міцкевичу, подарованого Україні поляками.

Алюзивні мовленнєві акти передбачають вибір комунікативних стратегій і тактик. У роботі встановлено спільні кооперативну та конфронтаційну стратегії вживання алюзій, причому конфліктний чи неконфліктний акціональний контекст може бути спрямований як на прецедентний феномен, так і на цільову аудиторію. У першому випадку поширеними тактиками є 1) **аргументація**, 2) **вистіювання**, 3) **відсторонення**, у другому – 4) **маніпуляція**, 5) **заохочення** та 6) **провокація**.

Тактика аргументації реалізується за допомогою алюзивних посилань на авторитетні джерела. Особливо аргументативними видаються непрямі посилання на Біблію та національно-марковану фразеологію: англ. *Let party without sin cast first stone* (The Newsday) – “To cast first stone” (у статті звертається увага на брудні передвиборчі технології), укр. алюзія *Поміняв коней на переправі* (“Україна молода”) – “Коней на переправі не міняють” повідомляє про вихід Соціалістичної партії України з демократичної коаліції.

Тактику висміювання в обох мовах реалізують алюзивні експресиви з ілюзіями осуду та критики. Виявляється ця тактика на різних мовних рівнях. На лексичному рівні така конфронтація пов'язується із вживанням антонімів, okazіоналізмів, негативно-оцінних лексем тощо, на синтаксичному – із запереченням вихідного тексту, на стилістичному – з іронією чи сарказмом.

Так, антонімічна заміна в англ. алюзії *Divided we stand, united we fall* (The Guardian) – “United we stand, divided we fall” ставить під сумнів доцільність створення комісії з питань расової рівності. Okazіональний компонент в укр. *Великі шахраї* (“Україна молода”) вказує на несправедливий підрахунок голосів у телепроекті “Великі українці”. Негативно-оцінна лексична одиниця в укр. висловлюванні *Жаргон наш солов'їний* (“Дзеркало тижня”) – “Мова наша солов'їна” засуджує нехтування літературною українською мовою. Заперечення прецедентного тексту в англ. *Alexander the not so great* (The Guardian) – “Alexander the great” посилює повідомлення про відставку лідера лейбористів У. Александра. Укр. іронічне *Даютъ – бери. На гарячому* (“Україна молода”) – “Зловити на гарячому” висміює хабарництво серед слідчих.

Тактика відсторонення від денотата алюзії дає змогу послатися на буквальный зміст сказаного. Напр., англ. ремінісцентна алюзія *An Organic Chicken in Every Pot* (The New York Times) може не проектуватися на передвиборче гасло Г. Гувера “A chicken in every pot. A car in every garage” (у статті розповідається про вартість натуральної їжі). У подібний спосіб автор укр. *Тому що не патріот* (“Україна молода”) має можливість відсторонитися від ситуативно-контекстуального джерела посилання – напису “Тому що патріот” на агітаційних плакатах під час президентських виборів.

Типовою є **тактика маніпуляції**, зумовлена спільністю фонових знань адресанта й адресата, що не сприяє критичному осмисленню інформації. Вживання негативно-оцінного топоніма в англ. *This financial crisis is ... what Chernobyl was for the nuclear lobby* (The Guardian) закликає до централізації світової фінансової системи. Укр. фразеологізована алюзія *Не такий страшний Чорнобиль, як його малюють* (“Україна молода”) – “Не такий страшний чорт, як його малюють” наголошує на перебільшенні небезпеки Чорнобиля.

Поширеною є **тактика заохочення**, закладена в семантику алюзивного денотата. Так, автор англ. *Love at first bite* (The Independent) – “Love at first sight” схвально відгукується про нові можливості риболовлі. Зміна акціональної спрямованості прецедентного висловлювання “Сила є, розуму не треба” в укр. алюзивному *Сила є, патріотизм допомагає* (“Україна молода”) посилює повідомлення про перемогу українців на Богатирських іграх.

Алюзія також є засобом непрямого спонукання, що відображається у **провокативній тактиці**. Напр., англ. *Are you better off?* (The Washington Post), яка натякає на політичне гасло передвиборчої кампанії Р. Рейгана “Are you better off now than we were four years ago?”, імпліцитно реалізує заклик голосувати за представника демократів. Подібним є укр. *Як розкрадалася сталь* (“Україна молода”) – “Як гартувалася сталь” (М. Островський), що непрямо закликає припинити розкрадання експортної сталі.

Встановлено, що реалізації комунікативно-прагматичного потенціалу алюзії сприяють регулятивні та оцінні концепти, які в різний спосіб актуалізуються за допомогою слів та висловлювань із алюзивним статусом. Алюзія є засобом семантизації: 1) лінгвокультурних концептів прецедентних текстів, 2) концептів алюзивних метатекстів, 3) концептів алюзивних прототекстів, 4) концептів алюзивних прото- та метатекстів.

Лінгвокультурні концепти прецедентних текстів є інваріантами сприйняття літературних героїв, а також схемами, сценаріями та скриптами прецедентних творів. Напр., в англ. висловлюванні *Ridiculously Scrooge-some defense* (The Guardian) актуалізація концептуальної ознаки ЖАДІБНІСТЬ, притаманної головному герою оповідання Ч. Діккенса “The Christmas Carol”, сприяє висміюванню захисної тактики команди Англії з футболу. Джерелом знань про ілокутивне схвалення в укр. алюзії *Сімнадцять миттєвостей зими* (“Дзеркало тижня”) – “Сімнадцять миттєвостей весни”, концепт ПЕРЕМОГА зокрема, є екзистенціальний контекст: сімнадцять переможних днів Великої Вітчизняної війни, відображених у відомому фільмі, проєктуються на сімнадцять вирішальних днів Помаранчевої революції.

Семантизація **концептів алюзивних метатекстів** можлива без актуалізації денотата алюзивного посилання. Так, повідомлення про зручні платні автошляхи за допомогою англ. *For Whom the Road Tolls* (The Economist) – “For Whom the Bell Tolls” (E. Hemingway) посилюється на семантичному рівні завдяки глибинному значенню ‘приваблювати, закликати’, закладеному в денотат стар.-англ. – *tyllan* у *betyllan* або *fortyllan* (D. Harper). Пор. стар.-англ. *toln* ‘податок’ і лат. *telonium* ‘місце сплати податків’. У прагматичний фокус укр. цитатної алюзії *Неможливо двічі вийти на один і той же Майдан* (“Дзеркало тижня”) – “Неможливо двічі ввійти до однієї й тієї ж річки” вводиться поняття МАЙДАН, яке перетворилося на специфічний концепт української етноспільноти: пор. пол. *majdan* ‘площа’ – запозичене з тюркських мов: туркм. *maidan* ‘вільне, рівне місце’, тур. *meidan* ‘арена, площа, відкрите місце’ (О. С. Мельничук). Концепт СМЕРТЬ, що об’єктивується в укр. *Побачити Лондон і померти* (“Україна молода”) – “Побачити Париж і померти” не зумовлює суцільно негативне забарвлення повідомлення: ст.-сл. *съмръть* утворене від основи **merti* (пор. лат. *mortis*) та компонента *съ-*, який здебільшого зіставляється з лат. *suus* ‘свій’. Відтак, тут мається на увазі природна смерть, а не загибель, убивство (О. С. Мельничук).

Концепти алюзивних прототекстів об’єктивуються лише за умови вдалої актуалізації джерела непрямого посилання. Напр., повідомлення про внутрішню політику Г. Брауна в англ. *Gordon Brown has earned himself the nickname of the Iron Chancellor* (The Independent) посилюється завдяки алюзивному натяку на безкомпромісний характер М. Тетчер, відомої як ‘Iron Lady’. Пор. кельт. *isarnon*, і.-є. **eis* (санскрит *isirah* ‘vigorous, strong’, гр. *ieros* ‘strong’) (D. Harper). В укр. висловлюванні *Радари з великої дороги* (“Дзеркало тижня”) – “Грабіжники з великої дороги” на метонімічному рівні між собою імпліцитно корелюють елементи “міліціанти-грабіжники”, що спонукає до умовиводу:

міліціанти грабують водіїв. Ключовим для актуалізації концептуального змісту висловлювання і його засуджувальної семантики є прототекстовий елемент “грабіжники”: пор. укр. *грабіжництво* ‘час збирання сіна’ (О. С. Мельничук), що є символом егоїзму, захланності тощо (В. В. Жайворонок). Національна специфіка концепту ТАТАРИН, що історично склалася для українського етносу, зумовлює іронізацію укр. *Непроханий гість краще за Березовського* (“Дзеркало тижня”) – “Не в пору гість – гірше татарина”: пор. тат. *tatar*, тур. *Tatar* ‘жителі країни на північ від Китаю’ (О. С. Мельничук); тюркські, монгольські та інші племена, які напали на Київську Русь, а пізніше її рештки – на Україну (В. В. Жайворонок).

У процесі творення алюзії може мати місце одночасна семантизація **концептів алюзивних прото- та метатекстів**, які корелюють між собою. Напр., укр. *Хто не любить гроші, хай перший кине в митця золотий зливоч* (“Дзеркало тижня”) – “Хто сам без гріха, хай перший кине в неї камінь” – лінгвокультурний концепт ПРОЩЕННЯ накладається на метатекстовий концепт БАГАТСТВО/ГРОШІ. Прецедентний вислів пов’язується з біблійною історією про жінку, яку хотіли закидати камінням через нею учинений перелюб (Ів. 8:3-11).

У третьому розділі “Типологія алюзій англійського та українського публіцистичного дискурсу в зіставному аспекті” виявлено типи алюзій за формою та змістом, трансформантами і джерелом посилення.

За формою алюзії розподіляють на **номінативні** й **цитатні** (О. С. Євсєєв, Н. В. Черкас). Репрезентантами номінативних алюзій є непередикативні одиниці, а денотатами – імена, назви чи факти. Цитатні алюзії є передикативними включеннями, денотатами яких є тексти чи висловлювання.

До **номінативних алюзій** у зіставлюваних мовах належать: 1) **алюзивні імена/назви**, 2) **фактуальні алюзії**.

У результаті зіставлення встановлено відмінну дистрибуцію **алюзивних імен та назв** в англійському та українському публіцистичному дискурсі (табл. 1).

В англійській мові переважають алюзивні антропоніми й топоніми з однозначним позитивним чи негативним асоціативним змістом. Напр., *Florence Nightingale and Mahatma Ghandi tackled suffering and injustice with innovative approaches that pioneered change* (The Guardian) – алюзивні імена актуалізують концепт ДОБРО, котрий сприяє реалізації аргументативної тактики з імпліцитним заклик до наслідування. Англ. *Anti-Sodomian Law* (The Economist) – біблійна алюзія на місто Содом, мешканці якого потопали в розпусті (Буття 19:24-25), проектується на закон, що забороняє аморальну поведінку.

В українському публіцистичному дискурсі алюзивні імена та назви є поодинокими. Так, алюзивне ім’я в укр. *Микола Мельниченко – це Горлум української політики* (“Дзеркало тижня”) допомагає імплікувати ситуацію, в якій, за сюжетом роману Д. Толкієна “Володар перснів”, гобіт перетворився на чудовисько, тому що став володарем персня влади. Алюзивний топонім в укр. *Наше культурне Ватерлоо* (“Дзеркало тижня”) вказує на занепад української культури.

Таблиця 1

**Кількісно-якісна характеристика алюзій
англійського та українського публіцистичного дискурсу
за формою та джерелом посилення**

Типологія за джерелом	АНГЛІЙСЬКИЙ ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ДИСКУРС				УКРАЇНСЬКИЙ ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ДИСКУРС				У С Ь О Г О	
	Типологія за формою та змістом	Алюзії на літературу	Алюзії на Біблію	Алюзії на фразеологію	Алюзії на масову культуру	Алюзії на літературу	Алюзії на Біблію	Алюзії на фразеологію		Алюзії на масову культуру
		Алюзії на літературу	Алюзії на Біблію	Алюзії на фразеологію	Алюзії на масову культуру	Алюзії на літературу	Алюзії на Біблію	Алюзії на фразеологію		Алюзії на масову культуру
Номінативні алюзії	Алюзивні імена та назви	40	4	3	10	1	–	–	3	4
	Фактуальні алюзії	24	–	2	6	3	1	1	5	10
	Алюзії з буквальним відтворенням прототексту	33	5	6	4	3	6	–	5	14
Цитатні алюзії	Алюзивні квазіцитати	195	23	6	30	20	6	33	57	116
	Семантико-синтаксичні алюзії	48	4	–	8	8	6	9	13	36
УСЬОГО	340	57	16	29	58	160	19	43	83	180

Характерними лише для української мови є оказіональні імена та назви з алюзивним статусом. Укр. алюзивний заголовок *Горілкомор* (“Україна молода”) порівнює наслідки Голодомору 1932–1933 років з обсягами продажу алкоголю. Укр. алюзія *Співворожість* (“Дзеркало тижня”) іронічно натякає на фірму “Співдружність”, причетну до вибухів на військових складах.

Кількість **фактуальних алюзій**, тобто непрямих посилянь на події або факти сучасного чи минулого, в публіцистичному дискурсі зіставляваних мов істотно не відрізняється (див. табл. 1). З категорією інтертекстуальності пов’язані лише ті, денотатом яких є факт з прецедентного тексту; в іншому разі вони ґрунтуються на екстралінгвістичних знаннях.

Напр., описаний у романі Дж. Оруела “1984” тотальний контроль сприяє засудженню процесу створення бази даних про громадян в англ. алюзивному висловлюванні *Storm over Big Brother database* (The Independent). Укр. *Манту повертається. Якою буде реакція?* (“Дзеркало тижня”) містить натяк на випадок масового захворювання дітей після проведення туберкулінових проб.

Серед **цитатних алюзій**, більшість яких є ситуативно-контекстуальними, в публіцистичному дискурсі зіставляваних мов виявлено такі включення: 1) **алюзії з буквальним відтворенням прототексту**, 2) **алюзивні квазіцитати**, 3) **семантико-синтаксичні алюзії**.

Цитатні алюзії з буквальним відтворенням прототексту (див. табл. 1) набувають алюзивного статусу завдяки метафоричному вживанню в іншій дискурсивній сфері.

Напр., англ. *Gone with the Wind* (The Guardian) є буквальним відтворенням назви роману М. Мітчелл: у статті розповідається про зменшення населення Нового Орлеана після урагану “Катріна”. Укр. алюзія *І був день перший...* (“Україна молода”) – дослівне відтворення біблійного тексту про створення світу з книги Буття. У статті з таким заголовком ідеться про перший фестиваль української різдвяної пісні “Наше Різдво”, причому алюзивна асоціативність допомагає імплікувати прихований смисл, що цей фестиваль не є останнім.

Алюзивні квазіцитати (див. табл. 1) є трансформованими прецедентними висловлюваннями з парадигматичним прирощенням метатексту. Виявлено один відмінний тип, властивий українській мові (морфологічний), і три спільні типи алюзивних трансформантів (лексико-семантичний, синтаксичний та стилістичний).

Морфологічні трансформанти, представлені оказіоналізмами в ролі окремих компонентів, є характерними передусім для української публіцистики. Напр., *З нами дядько Черномер* (“Україна молода”) – “З нами дядько Чорномор” (О. Пушкін) іронізує з переобрання Л. Черновецького мером Києва.

Лексико-семантичні трансформанти є замінами елементами, заснованими на омонімії, антонімії, паронимазії тощо. Так, алюзивність англ. *The land of the rising sun* (The Economist) – “The land of the rising sun” (E. Hemingway) побудована на грі слів ‘sun-sun’. Обігравання значень ‘глухий’ в укр. *Не глухий кут* (“Україна молода”) – “Глухий кут” співвідноситься зі змістом статті, в якій ідеться про те, що глухота більше не є перешкодою для навчання дітей.

Антонімічними є лексичні трансформанти в англ. висловлюванні *Divided we stand, united we fall* (The Guardian) – “United we stand, divided we fall”, яке підкреслює недоцільність створення комісії з питань расової рівності, та укр. *Бандитам – свободу* (“Дзеркало тижня”), що натякає на політичне гасло “Бандитам – тюрми”.

У дисертаційному дослідженні визначено 3 спільні (розширення, усічення, заміна порядку слів) і один відмінний (контамінація) тип синтаксичних трансформацій у процесі творення алюзій.

Найпоширенішою синтаксичною модифікацією в процесі творення алюзивних квазіцитат є розширення прецедентного феномена. Визначено препозиційне, інтерпозиційне та постпозиційне включення додаткових компонентів – субстантивних, дієслівних, атрибутивних, адвербіальних та прийменникових.

Так, субстантивний компонент англ. алюзії *For whom the cow bell tolls* (The Observer) – “For whom the bell tolls” (Е. Hemingway) сприяє розповіді про сільське життя в Швейцарії. Атрибутивне включення в укр. висловлюванні *В останню туристичну путь* (“Україна молода”) – “В останню путь” є засобом залучення концептуального навантаження прецедентного феномена до нового контексту: у статті розповідається про “поховальний туризм”. Прислівник в укр. алюзивному метатексті *Здивувати Париж і жити далі* (“Дзеркало тижня”) – “Побачити Париж і померти” акцентує увагу на творчості української художниці К. Касьяненко після перемоги на конкурсі в Парижі. Прийменник в англ. висловлюванні *To keep Iran in the box* (The Telegraph) – “Pandora’s box” вказує на політику новообраного президента США стосовно Ірану.

Менш частотними в зіставлюваних мовах є усічені алюзивні квазіцитати. З’ясовано, що редукованою може залишатися як перша, так і друга частина прецедентного висловлювання: англ. *Reaping the whirlwind* (The Economist) – “Sow the wind and reap the whirlwind” указує на наслідки президентства Дж. Буша. Укр. *Не копай іншому могилу...* (“Україна молода”) – “Не копай іншому могилу, бо сам у неї впадеш” іронізує із злочинця, який загинув унаслідок помилки.

Заміну порядку слів у процесі творення цитатних алюзій виявлено як в англійському, так і українському публіцистичному дискурсі. Напр., назва фільму *Wind with the Gone* (The Guardian) асоціюється з романом М. Мітчелл “Gone with the Wind”. Заміна порядку слів спостерігається й у висловлюванні *Ложка меду в діжці дьогтю* (“Дзеркало тижня”) – “Ложка дьогтю в діжці з медом”, яке вказує на погіршення відносин між Україною і НАТО.

Контамінація, тобто поєднання двох і більше прецедентних висловлювань в одне, виявлена лише в українській публіцистиці. У такий спосіб укр. алюзія *Не все те золото, що мовчить* (“Дзеркало тижня”) – “Не все те золото, що блищить” і “Мовчання – золото” інформує про нову збірку поезій Н. Гончара.

Спільними в зіставлюваних мовах є також стилістичні трансформанти алюзивних квазіцитат, серед яких виділяються метафора й метонімія.

Так, англ. *Stock Tumble Amid a Sea of Troubles* (The Newsweek) набуває статусу непрямого посилання на “Or to take arms against a sea of troubles” (W. Shakespeare) завдяки вживанню в іншій ситуації: прототекстовий компонент “sea of troubles” є метафорою, яка стосується внутрішнього психологічного стану героя та загроз, що стояли перед країною, тоді як метатекстовий відповідник змальовує ситуацію на фондовому ринку. З іншого боку, укр. цитатна алюзія *Як продавалася сталь* (“Дзеркало тижня”) заснована на деметафоризації дієслова-присудка, що виявляється після актуалізації “Як гартувалася сталь” (у статті розповідається про продаж “Криворіжсталі”).

Ім’я в укр. алюзивному заголовку *Страсті Гібсонові* (“Україна молода”) вживається метонімічно, але ця метонімічність стає зрозумілою після актуалізації прецедентного тексту, коли ім’я в метатексті починає безпосередньо співвідноситися з прототекстовою назвою фільму “Страсті Христові”, режисером якої є М. Гібсон.

Семантико-синтаксичні алюзії (див. табл. 1) засновані на переносі синтаксичної структури вихідного тексту. Поширеною в україномовній публіцистиці є структура: “не + іменник + єдиним”: *не демпінгом єдиним* (“Дзеркало тижня”), *не ОПТ єдиним* (“Україна молода”), *не Яною єдиною* (“Україна молода”); в англomовній публіцистиці – “Інфінітив or інфінітив”: *To cry or not to cry* (The Guardian), *To buy or not to buy* (The Time).

Спільними джерелами алюзивних посилань у зіставляваних мовах є: 1) *художня література*, 2) *Біблія*, 3) *корпус фразеологічних одиниць*, 4) *тексти зі сфери масової культури*.

Серед **літературних алюзій** (див. табл. 1) виявлено імена, назви, факти та висловлювання як з віршованих, так і прозових творів. Так, в англ. *The man who had been dismissed as Bertie Wooster of British politics* (The Guardian) простодушність героя П. Вудхауза асоціюється з новообраним мером Лондона Б. Джонсоном, англ. фактуальна алюзія на вчинок Фауста *How America sold its soul to devil* (The Observer) натякає на тенденції в американській літературі, укр. висловлювання *Не реве, не стогне і не возить* (“Україна молода”) – “Реве і стогне Дніпр широкий” (Т. Шевченко) повідомляє про скрутні часи для навігації на Дніпрі.

Денотатами другого порядку для **біблійних алюзій** (див. табл. 1) також можуть бути будь-які прецедентні феномени, причому в англійському та українському публіцистичному дискурсі алюзивного статусу набувають здебільшого ті імена, назви чи висловлювання з Біблії, які ввійшли до фразеологічного фонду або відомі з художньої літератури.

Напр., алюзивні імена біблійних героїв в англ. *The David and Goliath clash between Nicaragua’s elected government and an US administration* (The Independent) підкреслюють протистояння між урядом Нікарагуа та американською адміністрацією. Субституція прономінального компонента в англ. *O, death, when is thy Sting?* (The Economist) – “O, death, where is thy Sting?” посилює повідомлення про критерії визначення смерті з метою трансплантації органів. В укр. заголовку *Миро чи сльози* (“Дзеркало тижня”) відображена біблійна

історія про Марію Магдалину, яка мастила ноги Христа дорогочінним миром (у статті йдеться про знищення історичних пам'яток). Укр. *Пророки у чужій вітчизні* (“Дзеркало тижня”) – “Немає пророка у своїй вітчизні” виражає шкодування з приводу масового виїзду українських науковців за кордон.

Поширеними в пресі зіставлюваних мов є також **алюзії на корпус фразеологічних одиниць** (див. табл. 1), серед яких виявлено як інтернаціональні, так і національно-марковані.

Так, англ. *Hillary's crocodile effort doesn't encourage women to use tears to get their way* (The Guardian) – “To shed crocodile tears” висміює передвиборчу тактику Г. Клінтон. Укр. контамінована алюзія *Якщо людина людині – лялька* (“Україна молода”), заснована на фразеологізмі “Людина людині – вовк”, лаконічно повідомляє про зміст роману С. Процюка “Руйнування ляльки”. Укр. алюзивна квазіцитата *У Києві – недоатестовані дядьки, а в Москві – секретні архіви* (“Україна молода”) – “У городі бузина, а в Києві – дядько” іронізує з неможливості доступу до архівів КДБ.

Зіставно-типологічний аналіз англійських та українських **алюзій на елементи масової культури** (див. табл. 1) демонструє тенденцію до залучення в ролі алюзивних денотатів кінофільмів, популярних пісень та висловлювань з них.

Напр., протиставлення компонентів в англ. кінематографічній алюзії *Saving Private Ivan* (The Guardian) – “Saving Private Ryan” допомагає аргументувати, що вирішальний внесок у перемогу над фашизмом зробили не війська союзників, а радянські солдати. Англ. алюзія на репліку *Don't Beam Shanter up, Scotty* (The Guardian) – “Beam me up, Scotty” іронізує з актора У. Шантера, який не пройшов кастинг для зйомок рімейку фільму ‘Star Trek’. Англ. пісенна алюзія *Quick, let's do a wall of death* (The Guardian) – “Wall of Death” закликає огороджувати фан-зони з метою попередження давки.

Подібними є й українські алюзії на елементи масової культури: укр. кінематографічна алюзія *Іронія політичної долі* (“День”) – “Іронія долі” підкреслює неможливість відправити уряд у відставку. Укр. пісенна алюзія з буквальним відтворенням прототексту *Загін не помітив утрати бійця* (“Дзеркало тижня”) повідомляє про скасування призову до армії.

На окрему увагу заслуговує відсутність алюзій на усну народну творчість, що свідчить про вплив на публіцистику культури постмодернізму з його відмовою від етнічних цінностей.

Загальні результати дослідження дають змогу зробити такі **висновки**.

Теоретико-методологічна концепція дисертаційного дослідження базується на таких положеннях: 1) основними ознаками алюзії є імпліцитність, двоплановість і цілеспрямованість, які дають змогу розглядати її як мовленнєвий акт натяку на загальновідомий денотат; 2) алюзивні мовленнєві акти передбачають спільність фонових знань адресанта й адресата і використовуються адресантом для цілеспрямованого парадигматичного прирощення змісту повідомлення.

Алюзія є моделлю породження нових значень і виконує смислоформуючу функцію, у зв'язку з чим поняття алюзії, цитати і ремінісценції в роботі розглядаються за критеріями не підпорядкованості, а суміжності. Прихована цитата/квазіцитата стає алюзією тоді, коли цілеспрямовано використовується як непряме посилання. Алюзивного статусу може набувати і ремінісценція за умови свідомого вживання з метою фокусування/розфокусування смислів двох текстів.

Алюзивними в англійському та українському публіцистичному дискурсі є констативні, директивні, комісивні та експресивні мовленнєві акти, серед яких зафіксовано як прямі, так і непрямі. Джерело комунікативно-прагматичного потенціалу алюзії становить ілюція метатексту або ілюція/перлюція прецедентного феномена. Реалізації комунікативно-прагматичного потенціалу алюзії сприяють регулятивні та оцінні концепти, актуалізовані прецедентними текстами, маркерами алюзії чи її трансформантами.

Алюзивні мовленнєві акти є здебільшого інференційними, що реалізують свій комунікативно-прагматичний потенціал для окремої категорії читачів, здатних не лише актуалізувати алюзивність, а й імплікувати прихований смисл. Для розуміння алюзивного повідомлення залучаються не лише статистичні фрейми, до яких зараховують різні види пресупозицій, а й динамічні фрейми, представлені логіко-прагматичними засобами.

У роботі встановлено спільні кооперативну та конфронтаційну стратегії застосування алюзивної техніки в англійському та українському публіцистичному дискурсі. Конфліктний чи неконфліктний акціональний контекст під час алюзивного процесу може бути спрямований як на прецедентний феномен, так і на цільову аудиторію. У першому випадку найпоширенішими тактиками є аргументація, висміювання і відсторонення від сказаного, у другому – маніпуляція, заохочення і провокація.

У результаті зіставлення виявлено відмінну дистрибуцію номінативних алюзій в англійському (50 од.) та українському (14 од.) публіцистичному дискурсі. Так, в англійській мові зафіксовано більше імен та назв з алюзивним статусом (36 од.), ніж в українській (4 од.), що вказує на додаткові можливості компактної актуалізації паралельних смислів. Використання в ролі алюзивних денотатів фактів рівною мірою властиве як англійській (14 од.), так і українській (10 од.) публіцистиці.

Цитатних алюзій в англійському публіцистичному дискурсі зареєстровано 110 од., в українському – 166 од., з яких з буквального відтворення прототексту – 19 од. в англ. пресі та 14 од. в укр., алюзивних квазіцитат – 79 од. та 116 од., семантико-синтаксичних алюзій – 12 од. та 36 од.

Зіставно-типологічний аналіз англійських та українських алюзій дав змогу виділити спільні (лексико-семантичні, синтаксичні, стилістичні), а також відмінні (морфологічні) алюзивні трансформанти.

Лексико-семантичні трансформанти – замінні елементи, засновані на таких явищах, як омонімія, синонімія, антонімія, паронімія, у досліджуваних мовах не відрізняються. Спільними є також стилістичні (алітерація, метафора, метонімія,

повтор) і синтаксичні (розширення, усічення, заміна порядку слів) модифікації, окрім контамінації, виявленої лише в українській мові. Морфологічні алюзії – окаяніалізми, що викликають алюзивні асоціації, характерні передусім для української публіцистики. Цей висновок не претендує на вичерпність і є об'єктивним для проаналізованого фрагмента мовного матеріалу.

Спільними денотатами алюзивних посилань в англійському та українському публіцистичному дискурсі є: 1) художня література (57 од. в англ. і 35 од. в укр. мові), 2) Біблія (16 од. в англ. і 19 од. в укр. мові), 3) корпус фразеологічних одиниць (29 од. в англ. і 43 од. в укр. мові), 4) тексти зі сфери масової культури (58 од. в англ. і 83 од. в укр. мові).

Перспективним аспектом дослідження є зіставне вивчення національно- та гендерно-маркованих алюзій в англійській та українській мовах.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Лавриненко О. О. Алюзія як засіб концептуальної репрезентації знань / О. О. Лавриненко // Слов'янський вісник : зб. наук. праць. – Рівне : РІСКСУ, 2006. – Вип. 6. – С. 150–157.

2. Лавриненко О. О. Алюзія як засіб вираження неоміфу в англійському та українському публіцистичному текстах / О. О. Лавриненко // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. – Серія № 9 “Сучасні тенденції розвитку мов”. – К. : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2006. – Вип. 1. – С. 22–27.

3. Лавриненко О. О. Алюзія як засіб реалізації іронії в англійському та українському публіцистичному текстах / О. О. Лавриненко // Типологія мовних значень у діяхронічному та зіставному аспектах : зб. наук. праць / ред. кол. В. Д. Каліущенко та ін. – Донецьк : ДонНУ, 2007. – Вип. 15. – С. 57–66.

4. Лавриненко О. О. Особливості функціонування цитатної алюзії в англійському та українському публіцистичному текстах / О. О. Лавриненко // Мова і культура : наук. журнал. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2007. – Вип. 9. – Т. VII (95). – С. 177–183.

5. Лавриненко О. О. Рівні та одиниці алюзивності в англійському та українському публіцистичному дискурсі / О. О. Лавриненко // Проблеми зіставної семантики : зб. наук. статей / відп. ред. О. О. Тараненко. – К. : Видавничий центр КНЛУ, 2007. – Вип. 8. – С. 362–368.

6. Лавриненко О. О. Когнітивний аспект функціонування імен казкових героїв як інтертекстуальних алюзій в англійському публіцистичному текстах / О. О. Лавриненко // Вісник Черкаського університету. – Серія “Філологічні науки”. – Черкаси : Вид-во Черк. нац. ун-ту імені Б. Хмельницького, 2007. – Вип. 102. – С. 113–188.

7. Лавриненко О. О. Когнітивний аспект функціонування алюзивних антропонімів в англійському та українському публіцистичному текстах / О. О. Лавриненко // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. праць / відп. ред. О. І. Чередниченко. – К. : Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2007. – Вип. 23 (2). – С. 66–71.

АНОТАЦІЇ

Лавриненко О. О. Комунікативно-прагматичний потенціал алюзії в англійському та українському публіцистичному дискурсі. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук зі спеціальності 10.02.17 – порівняльно-історичне і типологічне мовознавство. – Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. – Київ, 2009.

У дисертаційному дослідженні запропоновано новий підхід до зіставно-типологічного аналізу алюзивних мовленнєвих актів в англійському та українському публіцистичному дискурсі. Узагальнено теоретико-методологічні засади вивчення алюзії з позицій комунікативної прагматики, впроваджено методику зіставлення алюзивних мовленнєвих актів; проаналізовано структуру й типи алюзивних мовленнєвих актів, комунікативні стратегії й тактики вживання алюзій, способи алюзивної семантизації концептів; скласифіковано англійські та українські алюзії за формою, трансформантами і джерелом посилення, виявлено спільні та відмінні способи й засоби реалізації комунікативно-прагматичного потенціалу алюзії у зіставляваних мовах.

Ключові слова: алюзія, денотат алюзії, репрезентант алюзії, алюзивний мовленнєвий акт, комунікативно-прагматичний потенціал алюзії.

Лавриненко А. А. Коммуникативно-прагматический потенциал аллюзии в английском и украинском публицистическом дискурсе. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.17 – сравнительно-историческое и типологическое языкознание. – Национальный педагогический университет имени М. П. Драгоманова. – Киев, 2009.

Диссертация посвящена сопоставительному исследованию аллюзивных речевых актов в английском и украинском публицистическом дискурсе. В работе обобщены теоретико-методологические основы изучения аллюзии с позиции коммуникативной прагматики, разработана методика сопоставления аллюзивных речевых актов; проанализированы структура и типы аллюзивных речевых актов, коммуникативные стратегии и тактики употребления аллюзий, способы аллюзивной семантизации концептов; классифицированы английские и украинские аллюзии по форме, трансформантам и источникам непрямого ссылки, установлен ряд изоморфных и алломорфных способов и средств реализации коммуникативно-прагматического потенциала аллюзии.

В сопоставительном плане аллюзивные речевые акты представляют собой сложное переплетение наличия/отсутствия межъязыковых соответствий на уровне дистрибуции аллюзий отдельных типов, а также способов и средств реализации коммуникативно-прагматического потенциала аллюзии в каждом отдельном типе.

Сравнительно-типологический анализ аллюзивных слов и высказываний в публицистическом дискурсе исследуемых языков демонстрирует различные тенденции их использования. Это определяется тем, что в английском публицистическом дискурсе зафиксировано большее, по сравнению с украинским,

количество имен и названий с аллюзивным статусом, что указывает на дополнительные возможности компактной актуализации параллельных смыслов. Количество фактуальных аллюзий в английском и украинском публицистическом дискурсе существенно не отличается. Цитатные аллюзии, к которым относятся аллюзии с буквальным воспроизведением прототекста, аллюзивные квазичитаты и семантико-синтаксические аллюзии, свойственны в равной мере как английской, так и украинской публицистике.

В результате исследования обнаружены общие (лексико-семантические, синтаксические и стилистические) и различные (морфологические) аллюзивные трансформанты. Лексико-семантические трансформанты, основанные на таких явлениях, как омонимия, антонимия, паронимия, в публицистическом дискурсе исследуемых языков не отличаются. Общими также являются стилистические (аллитерация, метафора, метонимия, повтор) и синтаксические (расширение, сокращение, замена порядка слов) модификации, кроме контаминации, обнаруженной только в украинском языке. Морфологические аллюзии – окказионализмы, которые вызывают аллюзивные ассоциации, характерны для украинской публицистики.

Источниками аллюзивных денотатов в английском и украинском публицистическом дискурсе являются художественная литература, Библия, корпус фразеологических единиц, элементы массовой культуры. В результате сравнительного анализа определена общая тенденция ссылаться на элементы массовой культуры: названия кинофильмов, популярных песен, а также высказывания из них. Аллюзии на устное народное творчество в публицистическом дискурсе исследуемых языков отсутствуют, что говорит о влиянии культуры постмодернизма, известной своим отказом от национальных ценностей.

Таким образом, результаты исследования дают право утверждать о наличии в аллюзиях коммуникативно-прагматического потенциала, который проявляется в иллокуциях сообщения, осуждения, убеждения, одобрения и т. п. Коммуникативно-прагматическим потенциалом обладают аллюзии разных типов, дистрибуция которых в английском и украинском публицистическом дискурсе частично отличается. Сделанные выводы являются объективными для проанализированного фрагмента языкового материала и не претендуют на категоричность.

Ключевые слова: аллюзия, денотат аллюзии, репрезентант аллюзии, аллюзивный речевой акт, коммуникативно-прагматический потенциал аллюзии.

Lavrynenko O. O. Communicative and pragmatic potential of allusion in English and Ukrainian publicistic discourse. – Manuscript.

Dissertation for the Candidate degree in Philology, Speciality 10.02.17 – Comparative, Historical and Typological Linguistics. – National Teacher Training Drahomanov University. – Kyiv, 2009.

The dissertation introduces a new approach to the comparative and typological analysis of allusive speech acts in English and Ukrainian publicistic discourses. The paper highlights theoretic and methodological fundamentals in the study of allusion in terms of communicative pragmatics, introduces methods of comparing

allusive speech acts; analyses structure and types of allusive speech acts, communicative strategies and tactics pursued by allusion, ways of allusive conceptualization; classifies English and Ukrainian allusions according to their forms, transformations and sources, identifies common and different ways and means of allusion aimed at expressing its communicative and pragmatic potential in the languages compared.

Key words: allusion, allusive denotation, allusive representation, allusive speech act, communicative and pragmatic potential of allusion.

Підписано до друку 10.03.2009 р. Формат 60x90/16.
Ум. друк. арк. 0,9. Обл.-вид. арк. 0,9.
Тираж 100. Зам. 43.

«Видавництво “Науковий світ”»[®]
Свідоцтво ДК № 249 від 16.11.2000 р.
м. Київ, вул. Боженка, 17, оф. 504.
200-87-13, 200-87-15, 8-050-525-88-77