

Marcin TRENDOWICZ,

MA in Russian Philology, student of Doctoral Studies in Institute of East Slavonic Philology at the University of Gdansk, Gdansk, Poland;

e-mail: e-mail: marcin.trendowicz@ug.edu.pl; tel.: +48 58 5232134

RUSSIAN ANEKDOT (АНЕКДОТ) VS. POLISH KAWAL. A FEW COMMENTS ON THE COMIC SPEECH GENRES IN RUSSIAN AND POLISH LANGUAGES

Summary. The purpose of this article is comparative characteristics of comic speech genres in Russian and Polish languages. Attention has been aimed mainly at two speech genres: *anekdot* (in Russian language) and *kawal* (in Polish language). In addition to the characteristics of above-mentioned speech genres, we have described relationships existing between other comic speech genres (*шутка* — in the Russian language, *anegdota*, *dowcip* and *żart* — in the Polish language). The analysis is based mainly on theory of semantic primes developed by Anna Wierzbicka and the dictionary definitions of the lexemes representing speech genres, analysis of which is the initial stage of study speech genres. The research includes also analysis of dictionary definitions other lexemes that contain the same root (verbs and other nouns), that confirm thesis about existence of parallels between certain speech genres in Russian and Polish languages and also differences between the systems of comic speech genres due to culture-dependent.

Key words: comic, humor, laugh, speech genre, joke, theory of semantic primes, the Russian language, the Polish language.

Статтю отримано 30.05.2014 р.

УДК 811.161.2'367.52

КІЩЕНКО Алла Миколаївна,

аспірант кафедри прикладної лінгвістики Одеського національного університету

імені І. І. Мечникова; Одеса, Україна;

e-mail: alla-kischenko@ua.ru; тел.: +38-093 0704073

КОМУНІКАТИВНА РОЛЬ АДРЕСАНТА В ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ (на матеріалі сучасної української прози)

Анотація. Статтю присвячено аналізу лінгвістичних аспектів образу автора в художньому тексті. Дослідження здійснено в комунікативно-прагматичному аспекті, що передбачає дискурсивний підхід до аналізу художнього тексту як акту комунікативної взаємодії автора і читача. Простежено функції учасників комунікативної взаємодії в сучасній українській прозі з пріоритетним розглядом позиції ініціатора спілкування — автора художнього тексту. Представлено традиційні і новаторські підходи до вивчення образу автора в художній комунікації. Актуалізовано комунікативну позицію мовця як ініціатора спілкування та визначено поняття комунікативної ролі. Запропоновано типологію комунікативних ролей мовця в художньому тексті, виокремлено комунікативні ролі оповідача, коментатора та персонажа. Зроблено спробу пов'язати реалізацію образу автора з таким синтаксичним засобом, як вставлені конструкції в художньому тексті. Простежено реалізацію кожної комунікативної ролі у вставлених синтаксичних конструкціях у сучасній українській прозі. Основну увагу приділено комунікативній ролі оповідача, що найбільшою мірою реалізована у вставлених синтаксичних конструкціях. Меншою мірою виявлено специфіку реалізації комунікативних ролей коментатора та персонажа, що визначає перспективи подальших наукових досліджень. Матеріалом дослідження слугували прозові твори українських письменників початку ХХІ століття.

Ключові слова: художній текст, комунікативна роль, комунікація, мовець, адресат.

Художня комунікація в аспекті дискурсивного підходу передбачає аналіз комунікативних ролей учасників спілкування — мовця та адресата. Дослідження комунікативної позиції мовця переважно здійснювали в аспекті аналізу образу автора в художньому тексті, що зумовило пріоритетне вивчення мовних засобів репрезентації образу автора в тексті. Такий підхід було закладено ще в працях В. В. Виноградова [1] та реалізовано в наукових розвідках російських та українських учених (В. А. Кухаренко, В. О. Лукіна, Л. О. Новикова, В. В. Одинцова, С. Я. Ермоленко, В. П. Дроздовського, Л. І. Мацько, І. М. Кочан та ін.). Інший напрям досліджень образу автора пов'язаний з нарративним аналізом та лінгвістичним описом нарративу як основної форми художньої комунікації, представленій авторським мовленням (Р. Барт, С. П. Биби́к, В. Шмі́д та ін.).

Однак розвиток комунікативної лінгвістики зумовив наукові пошуки в галузі текстолінгвістики, наслідком яких стали комунікативно-прагматичні дослідження художнього тексту і дискурсу (О. П. Воробйова, Н. В. Кондратенко, Т. Ф. Плеханова, Є. В. Сидоров та ін.). Виокремлення текстово-дискурсивних категорій (О. О. Селіванова) та визнання домінуючої позиції антропоцентризму й функціоналізму уможливило актуалізацію комунікативної позиції автора-мовця як учасника художньої комунікації, що й визначає **актуальність** нашої статті. У сучасній українській прозі автор-мовець виконує особливу комунікативну роль: він взаємодіє з читачем через текст, впливає на сприйняття тексту, «задає» вектор розгортання читацького сприйняття та визначає «горизонт очікування» (М. М. Бахтін) читача. У такий спосіб розширено комунікативні функції автора-мовця, роль якого не обмежена лише створенням тексту.

Цей потенціал комунікативних функцій автора-мовця потребує відповідних мовних засобів реалізації, серед яких особливе місце належить вставленим конструкціям, що є **предметом** нашого аналізу, а **об'єктом** обрано художні тексти української літератури поч. ХХІ ст. Матеріалом дослідження слугувати прозові твори українських сучасних письменників (І. Роздобудько, Ю. Іздрика, І. Карпи, Ю. Андруховича, В. Шкляра та ін.).

Мета роботи — виявити особливості вербальної репрезентації комунікативної ролі автора в сучасній українській прозі. Сформульована мета зумовила виконання таких завдань: 1) визначити поняття учасників художньої комунікації — мовця (адресанта) та читача (адресата); 2) схарактеризувати комунікативну позицію автора-мовця в художньому тексті; 3) проаналізувати специфічні засоби реалізації чинника мовця у вставлених конструкціях у художньому тексті.

Художня комунікація реалізується через взаємодію автора (адресанта) та читача (адресата), посередником у якій виступає художній текст. Адресант та адресат — це «мовні особистості, які, з одного боку, мають типізовані, узагальнені риси свого народу, своєї культури та свого соціального середовища, а з іншого боку — особистісний досвід знань, думок, уподобань, оцінок, відношень» [6, с. 42]. Обидва учасники комунікативної взаємодії займають активну позицію, проте мовець ініціює та стимулює художню комунікацію. Комунікативна роль мовця-автора насамперед полягає у створенні текстової поліфонії: «автор, який організує діалог і бере в ньому участь, перебуває не в монологічному центрі, а в постійно змінному місці перетину «голосів» або «сміслових позицій», світів, точок відліку» [5, с. 114]. При цьому комунікативна позиція автора не є однорідною: Н. В. Кондратенко, аналізуючи сучасний український художній дискурс, оперує поняттям «мовленнєва маска» та виокремлює чотири типи мовленнєвих масок відповідно до комунікативної позиції адресанта: маски імітатора, іронізатора, критика і творця [3, с. 81]. Реалізація цих типів мовленнєвих масок сприяє текстопородженню як виявленню основної функції образу автора.

Отже, вважаємо текстотвірну функцію для адресанта (автора) основною в художній комунікації. Крім того, комунікативна роль адресанта передбачає й стимулювання адресата до відповідної реакції, а в разі художньої комунікації до читання та інтерпретації тексту. Для реалізації цих функцій безпосередньо в тексті мовець закладає вербальні маркери, що вказують на його комунікативну діяльність з текстопородження та взаємодії з читачем. Одними з таких вербальних позначок є вставлені синтаксичні конструкції, які мають характер додаткового повідомлення і містять коментарі, авторські відступи, зауваження тощо. У сучасній українській прозі функції вставлених конструкцій значно розширено, вони стають репрезентантом комунікативної позиції автора-мовця. Ми виходимо з того, що комунікативна роль адресанта в художньому тексті реалізується через образ автора, який має конкретні вербальні репрезентанти — оповідач (наратор), коментатор (або інтерпретатор) та персонаж. В інтегрованому вигляді ці реалізації охоплюють комунікативну роль адресанта, до них також додається реалізація комунікативної позиції автора, що представлена поодинокими випадками безпосередньої вербалізації авторської позиції в тексті, наприклад, у примітках та коментарях. Розглянемо кожну комунікативну роль.

1. Комунікативна роль оповідача вербалізована у вставлених синтаксичних конструкціях як у випадку монологічного, так і діалогічного мовлення. Здебільшого художній нарратив, представлений авторським мовленням у формі 1-ої особи однини поєднує комунікативну позицію оповідача як в основному тексті, так і у вставлених конструкціях, що мають пояснювальний, доповнювальний характер, напр.: *Після виходу роману на Окрю посипалися всілякі літературні премії, стипендії, він почав виїжджати на Захід, отримувати запрошення на різноманітні фестивалі, коротше кажучи, дістав додатковий бонус, якого, по правді, я заслуговував не менше від нього. (Довкола літературні недоумки стверджували, ніби Іржон до того ще й вступив у масонську ложу «Нова зоря», однак, на мою думку, це вже повна дурня)* (Ю. Іздрик АМ™). У такому разі комунікативна позиція оповідача в основній оповіді та в додатковій повністю збігається за вербальними засобами вираження. Текст побудований як розповідь від 1-ої особи, що переривається міркуваннями оповідача, коментарями власної оповіді, уточненнями й доповненнями. Яскраво виражена комунікативна роль адресанта тут простежується на всіх рівнях тексту, а вставлені конструкції лише посилюють ефект внутрішнього мовлення, поєднаного з основним художнім нарративом.

Оповідне мовлення, подане від 1-ої особи, в сучасній прозі не лише ускладнене вставленими конструкціями, а перетворюється на своєрідний двовимірний текст, у якому паралельно актуалізовано художній нарратив та внутрішнє мовлення оповідача, напр.: *Ось вона, я — вродлива і молода (байдуже, скільки проміне років!), струнка (даремно боявся!), успішна і ділова (він був упевнений, що моя доля — кухня!), в надзвичайному (зірки Голлівуду відпочивають!) білому костюмі, подзенькую ключами від власного авто...* (І. Роздобудько. Гра в пацьорки). Використання кількох вставлених конструкцій в одному реченні у цьому прикладі вказує на вираження комунікативної ролі оповідача, що переважає над основним нарративом: суб'єктивність позиції оповідача передають коментарі, представлені у вставлених фрагментах. При цьому фрагментовані повідомлення мають характер коментарів, додаткових пояснень, а їхня усунення не «руйнує» текстову тканину, як у випадку зі вставними конструкціями, напр.: *У виставкових залах та «червоних кутках» закладів демонструвалися картини місцевих малярів виключно на робочу тематику — «Клятва сталевара» (цікаво, яку клятву дають сталевари перед тим, як варити сталь?), «Мати» (вітання Горькому!), «Шахтарі, що п'ють кефір» (достойний напій для роботяг!), «Майбутній гірник» (куди ж іще податися підлітку з робочої слобідки?)* (І. Роздобудько. Гудзик). Оповідач у цьому прикладі доповнює власну розповідь, тому ці доповнення є більш важливими, ніж власне нарратив. Одночасне залучення кількох

вставлених речень у межах однієї реченнєвої побудови створює ефект поліфонії в тексті, а комунікативна позиція оповідача представлена як внутрішній емоційний коментар основної лінії оповіді, що у свою чергу відступає на другий план.

Такий тип вираження комунікативної ролі оповідача характерний для художніх текстів, де переважає авторське мовлення і форми 1-ї особи однини, тому наявність вставлених елементів сприймається як внутрішній діалог оповідача з собою (або «другим Я»). Зважаючи на це, в оповідному мовленні частотні випадки подання питальних речень у вставлених синтаксичних конструкціях, напр.: *Моя дівчинка (коханка? подружка?) Саша сьогодні відмовилася вийти заміж* (І. Карпа. 50 хвилин трави). Внутрішній діалог оповідача не обов'язково має форму питально-відповідного комплексу, проте доповнення власної оповіді, сперечання із самим собою репрезентує процес текстопородження, оскільки художній текст поступово формується з кількох оповідних вимірів, представлений в основному тексті та вставлених елементах.

Характерною ознакою вербалізації саме комунікативної ролі оповідача, на нашу думку, є темпоральна віднесеність усіх вимірів оповіді: усі оповідні лінії синхронізовані, вони розгортаються одночасно, напр.: *У мене три синці на пів обличчя — один на вилиці й два майже однакових під очима, такі собі блідо-блакитні «окуляри», котрі (знаю з власного досвіду) незабаром посиніють, а потім пожовкнуть* (І. Роздобудько. Гудзик). У таких випадках фіксуємо збіг займенниково-дієслівних форм, що мають однакові видо-часові характеристики, переважно це граматичні форми минулого або теперішнього часу та доконаного виду. Усі описувані події відбуваються одночасно або в минулому, або в теперішньому часі, напр.: — *By the way... — тільки й встигла сказати вона (і тут я зрозумів, що зовнішність у неї ніяка не семітська, радше циганська), як десь удалині бабахнуло, ніби феєрверки* (Ю. Іздрік. АМ™). Міркування, подані у вставлених конструкціях, семантично містять зауваження, що виникли раптово, під впливом обставин, тому є необхідними доповненнями до основного наративу.

Комунікативна роль оповідача реалізується у вставлених конструкціях і в таких випадках, коли основна оповідь представлена від 3-ї особи, але доповнення подаються від власного імені оповідача, напр.: *Монтенегро (мені чомусь приємніше називати цю країну саме так) — маленька країна, що не так уже й давно входила до складу колишньої Югославії* (І. Роздобудько. Гудзик). Художній наратив може бути представлений різними вербальними формами, часом поєднанням та чергуванням цих форм, однак внутрішнє мовлення оповідача, вербалізоване у вставлених конструкціях, має форму 1-ї особи однини. Саме в таких випадках йдеться про вербалізацію внутрішнього мовлення оповідача, на що вказують і додаткові маркери, напр.: — *Ага, минулого четверга, — погодилася та, котру звали Ксюхою (тобто Кееною, відмітив я про себе), — вона ще читала цей прикольний вірш...* (Ю. Іздрік АМ™). В останньому прикладі актуалізована вказівка на внутрішнє мовлення «відмітив я про себе», що посилює ефект багатовимірності, поліфонічності сучасної прози, де поєднано не лише «голоси» автора і різних персонажів, а й різні виміри оповіді.

Комунікативна роль оповідача тут реалізована виключно у вставлених конструкціях, тоді як основний текст розгортається без активної участі оповідача.

2. Комунікативна роль коментатора-інтерпретатора властива сучасній прозі, де авторське і персональне мовлення, відзеркалене в різних наративних формах, виконує, поміж інших, і метатекстову функцію, «надбудовуючись» над основним текстом. Мовець (автор, оповідач, персонаж) коментує описані події, при цьому вставлені конструкції сприймаються читачами справді вставленими, оскільки є пізнішими, доданими коментарями, напр.: *Так от: шпитальні міграції напочатку мали суто місцевий характер. (Хоча тепер я вже й у цьому не впевнений: цісарсько-королівська сецесія однаковісінька від Дону до Сяну, тож легко помилитися)* (Ю. Іздрік АМ™). Мовець оцінює описані події, коментує їх відсторонено, з позиції події, хронологічно пізнішої, ніж описано в тексті. Момент мовлення і момент описаної комунікативної ситуації не збігаються на відміну від попереднього випадку, коли фіксуємо повний темпоральний збіг.

Коментар завжди функціонує паралельно до основного тексту, має факультативний характер і додається в тих випадках, коли автор вважає, що цього потребує читач. При цьому коментар не лише актуалізує внутрішнє авторське мовлення, він взагалі здебільшого стосується описаних фактів і подій, а не внутрішнього світу мовця, напр.: *Вогник блимнув яскравіше (вона зробила затяжку) і ковзнув униз (вона опустила руку)* (І. Роздобудько. Гудзик). наведений приклад демонструє ефект візуалізації оповіді, коли прозовий текст відтворює екранну, кінематографічну реальність: читач сприймає описані події через візуальні образи, створені автором, а пояснення цих образів подано як коментар у вставлених конструкціях. У такий спосіб нашаровуються два типи репрезентації художньої реальності — візуальна та вербальна.

Комунікативна роль коментатора-інтерпретатора насамперед орієнтована на адресата, який потребує додаткової інформації для адекватного розуміння тексту, напр.: — *Кі сожалеңню, ми винуждени і вас безоружність, — сказав я, звільняючи його кобуру від кілограмового тягаря (саме стільки важить парабелум з усіма набоями)* (В. Шкляр. Залишенець. Чорний ворон). Мовець розтлумачує текст, спрощує для читача його зміст, коментує та подає додаткові семантичні блоки, релевантні саме для адресата. Якщо комунікативна роль оповідача скерована на виявлення образу автора та представлення адресантної позиції в художньому тексті, то комунікативна роль інтерпретатора переважно актуалізує адресата та посилює ефект діалогічності в тексті. Загалом реалізація різних комунікативних ролей мовця-автора зумовлена «поступовим розмиванням меж між різними суб'єктно-мовленнєвими планами» [4, с. 240]. У тексті автор реалізує себе в одній текстовій одиниці і як оповідач, і як

коментатор. Ці комунікативні позиції визначаємо як зовнішньотекстові, проте внутрішньотекстова авторська позиція представлена і персонажним мовленням.

3. Комунікативна роль персонажа також репрезентує авторську комунікативну позицію, оскільки основні персонажі є носіями авторських ідей, поглядів, уподобань тощо. Завдяки цьому персонажне мовлення, що часто переривається авторськими коментарями, здатне репрезентувати образ автора. Здебільшого комунікативна роль персонажа представлена у вставлених конструкціях внутрішнім мовленням героїв, напр.: «*Нажерся б атенолу, тоді б я подививсь на твоє мислення... Але ж і лежцію сьогодні (Господи, на все воля Твоя!), напевне, завалю... Клята пігулка*». — *Корват починає ненавидіти кабінет часопису «Духовне відродження»...* (В. Єшкілев. Пафос). Як основний текст репліки, так і фрагмент, поданий як вставлена конструкція, належать внутрішньому мовленню персонажа. Проте в цьому разі вставлена конструкція містить коментар персонажа до власних міркувань. Наявність такого «подвійного» внутрішнього мовлення має характер додаткового повідомлення до основного тексту внутрішнього мовлення. Мовець, виконуючи комунікативну роль персонажа, здатний оцінювати та коментувати власні думки, тому й виникає потреба у використанні вставлених конструкцій.

Інший випадок вживання вставлених синтаксичних конструкцій пов'язаний з персонажним мовленням, зверненням до інших персонажів художнього твору в діалогічній або полілогічній взаємодії, напр.: — *Я н-н-не н-н-про світло тебе н-н-питаю, я н-н-питаю, чи є в тебе р-р-радіоприймач («Я не про світло питаю...») — хіба може щось звучати безнадійніше?* (Ю. Іздрік АМ™). Персонаж коментує власну репліку, оцінюючи її емоційно, нібито відсторонено, тобто як її сприймає адресат.

Комунікативна роль персонажа найменшою мірою репрезентує залучення вставлених конструкцій, однак у випадку функціонування так званого «паралельного тексту» цей спосіб подання інформації активно використовується в художньому тексті. Так, основний текст та його синхронний переклад, представлений у С. Жадана, демонструє саме цей варіант текстової презентації: *Дорогі брати і сестри! (Дорогі брати і сестри! — перекладає тьотка в костюмі). Господь маніпуляціями своїх божественних рук зібрав нас тут до купи! (Господь проробив певні маніпуляції, — перекладає вона. — Купу)* (С. Жадан. Деш Мод). Вставлені конструкції створюють ефект синхронізації мовлення персонажа та його перекладу. Отже, комунікативна роль персонажа реалізована як на рівні внутрішнього мовлення, так і у зверненнях до адресата репліках.

Загалом автор художнього тексту представлений у комунікативних ролях оповідача, коментатора та персонажа, вербалізованих у свою чергу за допомогою вставлених синтаксичних конструкцій. Кожна роль розкриває один із аспектів образу автора в художньому творі, проте переважає реалізація комунікативної ролі оповідача в авторському монологічному мовленні. Перспективи дослідження пов'язані з аналізом інших форм репрезентації комунікативних ролей автора-мовця в художньому тексті.

Література

1. *Виноградов В. В.* О языке художественной литературы / В. В. Виноградов. — М.: Гослитиздат, 1959. — 653 с.
2. *Винокур Т. Г.* Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур. — М.: Наука, 1993. — 172 с.
3. *Кондратенко Н. В.* Синтаксис українського модерністського і постмодерністського художнього дискурсу: [монографія] / Н. В. Кондратенко. — К.: ВД Дм. Бураго, 2012. — 328 с.
4. *Николина Н. А.* Активные процессы в языке современной русской художественной литературы / Н. А. Николина. — М.: Гнозис, 2009. — 336 с.
5. *Плекханова Т. Ф.* Дискурс-анализ текста / Т. Ф. Плекханова. — Минск: ТетраСистемс, 2011. — 368 с.
6. *Формановская Н. И.* Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. — М.: Икар, 2007. — 480 с.

References

1. *Vinogradov V. V.* Language fiction / V. V. Vinogradov. — M.: State Publishing House, 1959. — 653 p.
2. *Vinokur T. G.* Speaking and listening. Dining verbal behavior / T. G. Vinokur. — M.: Nauka, 1993. — 172 p.
3. *Kondratenko N. V.* Syntax of Ukrainian modernist and postmodernist literary discourse / N. Kondratenko. — K.: Dm. Burago PH, 2012. — 328 p.
4. *Nikolina N. A.* Active processes in the language of modern Russian literature / N. A. Nikolina. — M.: Gnosis, 2009. — 336 p.
5. *Plekhanova T. F.* Discourse Analysis Text / T. F. Plekhanova. — Minsk: TetraSistems 2011. — 368 p.
6. *Formanovskaya N. I.* Speech communication: communication and pragmatics / N. I. Formanovskaya. — M.: Icar, 2007. — 480 p.

КИЩЕНКО Алла Николаевна,

аспирант кафедры прикладной лингвистики Одесского национального университета имени И. И. Мечникова; Одесса, Украина; e-mail: alla-kischenko@ua.ru; тел.: +38-093 0704073

КОМУНИКАТИВНАЯ РОЛЬ АДРЕСАНТА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ (на материале современной украинской прозы)

Аннотация. Статья посвящена анализу лингвистических аспектов образа автора в художественном тексте. Исследование осуществлено в коммуникативно-прагматическом аспекте, предусматривающем дискурсивный подход к анализу художественного текста как акта коммуникативного взаимодействия автора и читателя. Прослежены функции участников коммуникативного взаимодействия в современной украинской прозе при приоритетном рассмотрении позиции инициатора общения — автора художественного текста. Представлены традиционные и новаторские подходы к изучению образа автора в художественной коммуникации. Актуализирована коммуникативная позиция говорящего как инициатора общения и определено понятие коммуникативной

роли. Предложена типология коммуникативных ролей говорящего в художественном тексте, выделены коммуникативные роли рассказчика, комментатора и персонажа. Сделана попытка связать реализацию образа автора с таким синтаксическим средством, как вставные конструкции в художественном тексте. Прослежена реализация каждой коммуникативной роли во вставных конструкциях в современной украинской прозе. Основное внимание уделено коммуникативной роли рассказчика, в наибольшей степени реализующейся во вставных синтаксических конструкциях. В меньшей степени выявлена специфика реализации коммуникативных ролей комментатора и персонажа, что и определяет перспективы дальнейших научных исследований. Материалом исследования послужили прозаические произведения украинских писателей начала XXI века.

Ключевые слова: художественный текст, коммуникативная роль, коммуникация, говорящий, адресат.

Alla M. KISHCHENKO,

Postgraduate of the Department Head of Applied Linguistics of Odessa I. I. Mechnikov National University; Odessa, Ukraine; e-mail: alla-kisichenko@ua.ru; phone: +38-093 0704073

COMMUNICATIVE ROLE OF ADRESANT IN LITERARY DISCOURSE (on material of modern Ukrainian prose)

Summary. This article analyzes the linguistic aspects of the author's image in fiction. The research is carried out in communicative pragmatic aspect, providing discursive approach to the analysis of a literary text as an act of communicative interaction between the author and the reader. The functions of communicative interaction between members taking part in contemporary Ukrainian prose with priority position of the initiator of communication, the author of a literary text, are traced. The traditional and innovative approaches to the study of the author's image in fiction are presented. The communicative position of the speaker as the initiator of communication and the notion of communicative roles are modified. A typology of communicative roles of the speaker in a fiction is determined; the communicative role of narrator, commentator and character is suggested. The attempt to link the realization of the author's image with the syntactic means as structures in fiction is made. The implementation of each communicative role in inserted syntactic structures in contemporary Ukrainian prose is traced. The communicative role of the narrator, which is realized in the most inserted syntactic structures are focused. To a lesser degree the specificity of communicative roles of commentator and personage is discovered and it defines the prospects for further research. The Ukrainian prose of the early twenty-first century writers serve as material for research.

Key words: literary text, communicative role, communication, speaker, addressee.

Статтю отримано 12.05.2014 р.

УДК 81'42:659:316.77:003.03

КОСТЕНКО Марія Андріївна,

аспірант кафедри прикладної лінгвістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова; Одеса, Україна; e-mail: kostenko.masha@mail.ru; тел.: +38-063-4944034

ДРУКОВАНА РЕКЛАМА ЯК КРЕОЛІЗОВАНИЙ ТЕКСТ: ШРИФТОВІ ВИДІЛЕННЯ

Анотація. Статтю присвячено семіотичним проблемам аналізу текстів друкованої реклами, що поєднують елементи різних знакових систем. Застосування семіотичного підходу дозволило поєднати в межах одного дослідження вербальні та невербальні знаки, що наявні в рекламному дискурсі. Визначено поняття креолізованого та полікодового тексту, описано специфіку лінгвістичних досліджень полікодових рекламних повідомлень, окреслено наукові пошуки щодо теоретичного обґрунтування поняття полікодових текстів. На матеріалі української друкованої реклами простежено закономірності використання шрифтових виділень як візуальних маркерів креолізації рекламного тексту. Розглянуто друковану рекламу, що скерована на візуальне сприйняття реципієнтами, проте містить знакові елементи різних типів. Актуалізовано графічний аспект вербальних знаків, а саме спосіб візуальної репрезентації графічних елементів у рекламному дискурсі. У центрі уваги перебували такі шрифтові виділення, як курсив, великі літери, жирне накреслення та латинська графіка. Виявлено специфіку семантичного навантаження кожного виду графічного виділення та проаналізовано особливості функціонування графічних виділень у рекламних повідомленнях. Узагальнено отримані результати із семіотичного дослідження рекламного дискурсу.

Ключові слова: рекламний текст, рекламний слоган, креолізований текст, графічне виділення.

Актуальність статті. Сучасна рекламна комунікація передусім орієнтована на полікодові тексти, що є поєднанням семіотичних елементів різних типів, зокрема текстового та ілюстративного. Одноманітне подання тексту в друкованій рекламі замінено активним залученням іконічних елементів, серед яких, крім власне ілюстрацій, особливе місце належить візуальним характеристикам безпосередньо тексту. До таких характеристик зараховуємо розташування тексту, специфіку його формальної репрезентації в друкованому виданні, кольорове і шрифтове оформлення. Основним засобом виокремлення інформації в рекламному тексті вважаємо шрифтові виділення, використання яких є найпоширенішим прийомом текстової візуалізації. Такі виділення, як курсив, жирне накреслення, розрідження тексту, підкреслення, поєднання різного кеглю (розміру) літер тощо, були апробовані в художніх постмодерністських текстах, де вони виражають загальну настанову сучасної культури на візуалізацію тексту [6, с. 122–133].

Ступінь розробленості проблеми. Тексти, що становлять комплекс елементів з різних семіотичних систем, переважно отримали в лінгвістиці таку термінологічну назву, як креолізовані (О. Анісімова [1],