

10. Luriya, A. R. (1979). *Yazyk i Soznaniye [Language and Consciousness]*. Moscow: Moscow University Publishing.
11. Malinovsky, B. (1988). *Pervobytnyie Kultury [Primitive Cultures]*. Moscow: Nauka.

**Лариса Макарук**

Східноєвропейський національний університет

імені Лесі Українки

laryssa\_makaruk@ukr.net

## СПЕЦИФІКА СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО МУЛЬТИМОДАЛЬНОГО ДИСКУРСУ

*Received October, 20, 2014; Revised November, 4, 2014; Accepted November, 17, 2014*

**Анотація.** Статтю присвячено дослідженню сучасного англомовного мультимодального дискурсу. Окреслено низку причин, що зумовлюють потребу у всебічному дослідженні вербальних і невербальних засобів, які використовують у писемному дискурсі для реалізації комунікативних інтенцій. Проаналізовано ключові концепції, які уможливають поліаспектно розглянути специфіку вербальних і невербальних засобів, що функціонують в англомовному комунікативному просторі. Звернуто увагу на взаємозв'язок і взаємозалежність кількох лінгвістичних дисциплін (графічної лінгвістики, соціальної семіотики, візуальної лінгвістики, когнітивної лінгвістики, візуальної комунікації, лінгвістики тексту, комунікативної лінгвістики, теорії мультимодальності й мультимодальної комунікації), в межах яких розглядають вербальні й невербальні засоби комунікації. Схарактеризовано основні поняття, якими послуговуються під час аналізу мультимодального дискурсу. Висвітлено ключові ознаки та специфіку семіотичних ресурсів й модусу. Описано особливості мультимодального дискурсу, звернуто увагу на системно-функціональний підхід і проблеми оволодіння спеціальними навичками письма та читання, які потрібні кожній людині в цифрове століття. Виокремлено перспективні напрями подальших досліджень з урахуванням останніх комунікативних тенденцій, притаманних сучасному англомовному соціуму.

**Ключові слова:** мультимодальність, мультимодальний дискурс, вербальні й невербальні засоби, візуальна грамотність, системно-функціональний підхід.

### **Makaruk, Larysa. Peculiarities of Modern English Multimodal Discourse.**

**Abstract.** This article deals with the investigation of English multimodal discourse. An outline is given of reasons for which it can be considered necessary to investigate verbal and non-verbal means used in written discourse for the implementation of communicative intentions. An analysis is made that focuses on multidimensional key theories, which make possible the study of the peculiarities of verbal and non-verbal means functioning in the English communicative space. Attention is also devoted to the interrelationship and the interdependence of several linguistic disciplines—graphic linguistics, social semiotics, visual linguistics, cognitive linguistics, visual communication, textual linguistics, communicative linguistics, multimodal theory and multimodal discourse—within which verbal and non-verbal devices are considered. The key concepts which are involved in considering multimodal discourse have also been described. Essential points and specifics relating to semiotic modes and resources have been explained, and distinctive features of multimodal discourse have been described. Some attention has been devoted to the systemic and

functional approach to the investigation of multimodal discourse; it can also be applied to the problems related to literacy and to the writing skills which are necessary for all individuals in this digital age. Prospective approaches for further research have been pointed out, considering the latest communication trends which are inherent in the modern English-speaking world.

**Keywords:** *multimodality, multimodal discourse, verbal and non-verbal devices, visual literacy, systemic-functional approach.*

### **Макарук Лариса. Специфика современного англоязычного мультимодального дискурса.**

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию современного англоязычного мультимодального дискурса. Очерчено ряд причин, которые обусловили необходимость обстоятельного исследования вербальных и невербальных средств, которые используют в письменном дискурсе. Проанализировано ключевые концепции, позволяющие полиаспектно рассмотреть специфику вербальных и невербальных средств, функционирующих в коммуникативном пространстве. Обращено внимание на взаимосвязь и взаимозависимость нескольких лингвистических дисциплин (графической лингвистики, социальной семиотики, визуальной лингвистики, визуальной коммуникации, лингвистики текста, коммуникативной лингвистики, теории мультимодальности и мультимодальной коммуникации). Охарактеризовано основные понятия, которые используют во время анализа мультимодального дискурса. Освещено ключевые черты и специфику семиотических ресурсов и модуса. Описано особенности мультимодального дискурса, обращено внимание на системно-функциональный подход и проблемы овладения специальными навыками, которые необходимы каждому человеку в цифровую эпоху. Отделено перспективные направления следующих исследований с учетом последних коммуникативных тенденций, присущих современному англоязычному социуму.

**Ключевые слова:** *мультимодальность, мультимодальный дискурс, вербальные и невербальные средства, визуальная грамотность, системно-функциональный подход.*

### **Вступ**

Сучасне століття, на відміну від попередніх, одне з найбільш прогресивних в історії людства. Нині ніхто, напевно, не може точно прогнозувати, який вигляд матиме мобільний телефон, комп'ютер, планшет та інші цілком нові й на разі невідомі гаджети, які, поза сумнівом, швидко з'являться в соціумі й посідатимуть чільне місце в житті більшості індивідів.

Беззаперечне й те, що фактично всі пристрої мають певні переваги й недоліки. Як результат, їх постійно трансформують, змінюючи не лише форму, розміри та дизайн, а й модернізують завдяки розширенню спектра програм. Останні дають змогу значно збільшити кількість функцій та уможливають здійснення досить широкого кола операцій, покликаних задовольнити комунікативні потреби найвибагливішого адресата чи адресанта.

Складно перелічити можливості більшості пристроїв, якими щодня послуговується більшість індивідів у цивілізованих країнах, незалежно від соціального статусу та займаної посади. Ще складніше перерахувати кількість функцій, які виконує той чи той гаджет, без якого годі уявити хоча б на хвилину своє буття в соціумі.

Вагомий вплив цих комунікативних продуктів на розвиток цілком нового соціуму, для якого характерне постійне та швидке оновлення інформаційних потоків, уміння відрізнити інформацію першочергової і другорядної важливості та бажання отримувати й передавати потрібні дані, витрачаючи при цьому мінімум засобів, використовуючи розмаїття можливостей. Закономірно, що

гіпершвидкий розвиток технологій породжує нові засоби, які досить неочікувано ввійшли в наше життя та впевнено стали його невід'ємною частиною. Усі користувачі цих суспільних благ усвідомлюють їхній негативний вплив, однак ні на мить не уявляють свого життя без них.

Гіперактивний розвиток сучасних технологій призвів до розширення усталених і довгий час незмінних форм й способів спілкування. Значно збільшився і спектр писемних засобів, які використовують співрозмовники. Проведений аналіз свідчить про зміни, які вже відбулися і продовжують відбуватися в писемному мовленні. Це стосується не лише мас-медійного дискурсу, який, власне, охоплює газетний, рекламний та Інтернет-дискурс, а й фактично всіх інших дискурсів (стилів та жанрів) без винятку – релігійного, політичного, художнього, медичного, юридичного та низки інших.

У вітчизняних лінгвістичних розвідках кінця ХХ – початку ХХІ ст. специфіку вербальних та невербальних засобів, які використовують і в усному, і в писемному мовленні, розглядають в межах паралінгвістики. Є і низка інших мовознавчих галузей, у межах яких вивчають засоби, що належать до різних семіотичних систем. Ідеться про графічну лінгвістику, лінгвістику тексту (зокрема креолізованого або полікодового), невербальну комунікацію, візуальну лінгвістику або візуальну комунікацію.

У зарубіжних студіях ХХІ ст. досліджувана проблема отримала дещо інше висвітлення. У роботах G. Kress й T. Van Leeuwen (Kress, Van Leeuwen 2001), C. Jewitt (Jewitt 2009) вербальні та невербальні засоби розглядають у контексті мультимодальності. Особливо вагомі розвідки “Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication” (Kress 2010), “Multimodal Discourse” (Kress, Van Leeuwen 2001), у яких обґрунтовано специфіку мультимодального тексту та дискурсу, окреслено їхні диференційні ознаки. Незважаючи на вагомість і ґрунтовність результатів окремих студій, на часі низка питань, які потребують подальшого аналізу та всебічного висвітлення, що й зумовлює актуальність означеної проблематики.

Мета дослідження – схарактеризувати особливості мультимодальності, зосередивши увагу на сучасному англомовному мультимодальному дискурсі.

Завдання дослідження – виявити диференційні ознаки мультимодальності; окреслити основні вектори аналізу мультимодального дискурсу; проаналізувати ключові поняття, характерні мультимодальності; окреслити напрямки подальших досліджень.

### **Методи дослідження**

Специфіку мультимодального дискурсу варто розглядати з урахуванням таких загальнонаукових методик (індукції, дедукції, аналізу та синтезу), семіотичного, функціонального й компонентного аналізу. Використання *загальнонаукових методик* дослідження (індукції, дедукції, аналізу та синтезу) дає змогу виявити основні критерії та ознаки мультимодального дискурсу. *Індуктивний підхід* слугує вивченню окремих семіотичних ресурсів та виокремленню кількох різновидів засобів на основі спільних виявлених ознак.

Залучення загальнонаукових методик дослідження дає змогу ідентифікувати основні складники та диференційні ознаки мультимодального дискурсу.

*Метод семіотичного аналізу* застосовують для з'ясування взаємозалежності мовних елементів із позамовними в англomовному дискурсі; *метод функціонального аналізу* – для виявлення особливостей функціонування мультимодальних сегментів. *Метод компонентного аналізу* дає змогу виокремити невербальні компоненти, що входять до одного блоку та встановити їхні семантико-прагматичні характеристики.

### **Процедура дослідження**

У сучасних дослідженнях лінгвістичне трактування мультимодальності не досить чітке на сьогодні та зводиться до кількох дефініцій. Мультимодальність – своєрідна парасолька, яка об'єднує під одним каркасом паралінгвістику, невербальну комунікацію, графічну лінгвістику, візуальну комунікацію. Зауважимо, що між ними є певні відмінності, однак усі вони мають спільний об'єкт дослідження.

Лінгвістичний інтерес до поняття «мультимодальності» не випадковий, а «продиктований» преференціями сучасного соціуму. У зарубіжних розвідках дослідження мультимодального дискурсу відбувається на основі двох теоретичних парадигм – системно-функціональної граматики (Halliday 2004) й теорії когнітивної метафори (Lakoff 1980), які сприяли формуванню та розвитку двох ключових напрямів аналізу: системно-функціональної візуальної граматики (Kress 2006) і теорії мультимодальної метафори (Forceville 1994; 2010).

Зосередимо увагу на специфіці мультимодальності й сучасного англomовного мультимодального дискурсу. Теорія мультимодальності ґрунтується на низці понять, які потребують ґрунтовного поліаспектного аналізу. У роботах зазначених вище дослідників поняття «мультимодальність» – універсальне, оскільки охоплює і усне, і писемне мовлення.

Зважаючи на це, об'єктом дослідження мультимодальності писемного мовлення є комбіновані вербально-невербальні комплекси, а усного – сукупність засобів, утворених поєднанням словесних висловлювань і супроводжувальних складників (ідеться про жести міміку, одяг, дотики, часові характеристики та ін.). У межах мультимодальності вони не зовсім чітко диференційовані, а тому потребують додаткових обґрунтувань.

Зауважимо також, що у сучасних лінгвістичних розвідках функціонує низка термінів, які використовують на позначення семіотично ускладнених текстів. Їх номінують авербальними; аудіовізуальними; багатоканальними; вербальними й іконічними комплексами; відеовербальними; візуально залежними; гібридними/ізовербальними; ізовербами; іконотекстами; іконічними; інтерсеміотичними; креолізованими; лінгвовізуальними комплексами; монокодовими; негомогенними; мультимодальними; паралінгвістично активними; полікодовими; полісеміотичними; текстами змішаного типу.

Названі вище терміни можуть не вичерпувати всього термінологічного спектра одиниць, які використовують сучасні мовознавці. Однак вони дають

можливість сформувати більш-менш повну палітру термінів на позначення семіотично ускладнених текстів. Розмежування запропонованих термінів і понять представлено у роботах Л. Макарук (Makaruk 2014). У цих статтях звернуто увагу на різні типи мультимодальних текстів, номінація яких визначається каналами, котрими вони потрапляють безпосередньо до реципієнта.

На нашу думку, на позначення кількодагових текстів, незалежно від каналу, які дають змогу їх передавати, доцільно було б уніфікувати одну чи кілька одиниць, які б стали універсальними та позначали б саме такі тексти. Один із термінів, який можна вважати універсальним, – це «мультимодальність» (Kress, Leeuwen 2001). Можна також стверджувати, що майже усі дискурси: політичний, юридичний, рекламний, художній, побутовий, мультимодальні. Більше того, якщо йдеться про мультимодальний дискурс, то це є загальне поняття, що охоплює і усне спілкування, яке супроводжують жестами, мімікою, і писемні комунікативні акти, до яких залучені і вербальні, і невербальні складники.

Закономірно, що розвитку мультимодальної комунікації активно сприяє інформаційна революція і постійне прагнення комунікантів шукати найоригінальніші способи самовираження задля привернення уваги та маніпуляції потенційною аудиторією. Варто погодитися з думкою Р. Lester, що найбільш вагомими, значущими та культурно важливими повідомленнями, у яких однаковою мірою та належним чином використовують і слова, і зображення (Lester 2006).

### **Обговорення результатів**

У межах мультимодальності засоби комунікації, незалежно від їхньої специфіки (вербальні чи невербальні (кінетичні, графічні)), номінують модусами (*modes*). У лінгвістичних дослідженнях тривалий час учені вважали, що в лінгвістиці доцільно розглядати лише вербальні засоби комунікації, оскільки. Як результат, значна частина досліджень ґрунтується на аналізі словесних одиниць.

У розвідках С. Forceville (Forceville 2010), М. Р. Lester (Lester 2006), Т. Van Leeuwen, G. Kress (Van Leeuwen, Kress 2001) та ін. запропоновано цілком новий підхід, у якому всі модуси вагомими та підлягають аналізу з лінгвістичного погляду. У цифрове століття писемна мономодальна комунікація, на відміну від мультимодальної, навряд чи зможе донести до потенційного читача чи глядача стільки ж змісту та настільки швидко, наскільки це може зробити мультимодальна.

Поняття «модус» не має однозначного трактування, а тому потребує додаткових уточнень й обґрунтувань. У мультимодальній комунікації для реалізації поставлених цілей поєднують одночасно кілька модусів. Наприклад: рисунок і вербальний текст; рисунок і текстовий підпис-пояснення до нього; текст та інші нелітерні графічні засоби; усний вербальний текст і міміку, яка супроводжує його; співрозмовника, відстань між комунікантами; вербальний текст на телебаченні чи в Інтернеті в поєднанні з ілюстраціями чи іншими графічними об'єктами, що рухаються та виконують певні дії.

Одне із ключових понять у теорії мультимодальності – «семіотичні ресурси». На думку Van Leeuwen, «семіотичні ресурси – це дії, предмети (речі), продукти людської діяльності, які використовують з комунікативною метою; вони також продукуються фізіологічно; наприклад, наш артикуляційний апарат чи мускули уможливають відповідні вирази обличчя і жести; до технічних комунікативних ресурсів належать: ручка, чорнило чи комп'ютерне апаратне та програмне забезпечення» (Van Leeuwen 2004: 285).

Під час комунікації використовують кілька семіотичних ресурсів одночасно. Їх поєднання залежить від кількох чинників. Передовсім, ідеться про канал, який здатний належним чином підтримувати передачу семіотичних ресурсів. Потрібно зважати й на можливі варіанти їхньої сумісності. Йдеться про співіснування кількох засобів в одній або різних площинах, покликаних реалізувати поставлену мету й донести до потенційного адресата певну інформацію.

Семіотичні ресурси гетерогенні. Закономірно, що їх спектр доволі широкий та не обмежується лише однією сферою використання. Вочевидь, послугуватися ними чи ні у конкретній ситуації залежить від адресата. Загалом усі семіотичні ресурси можна умовно поділити на три групи: ті, які використовують лише в усному мовленні; ті, що залучають лише у писемному; ті, якими послугуються і в усному, і в писемному мовленні.

Чітко диференціювати спектр засобів, притаманних писемному чи усному мовленню, навряд чи можливо, оскільки сучасне комунікативне середовище достатньо динамічне та гнучке. Воно легко піддається багатьом трансформаціям завдяки входженню до його поля немовних елементів. Закономірно, що неможливо використовувати всі наявні без винятку семіотичні ресурси, наприклад, у паперових виданнях чи під час радіопередач. У паперових газетах доводиться вигадувати різні трюки, опираючись на елементи графіки, маніпулюючи шрифтом і кольором. Вочевидь, що «родзинкою» паперових видань є графіка. Її засоби доволі різноманітні й дають змогу адресатам демонструвати свою креативність.

Графіка й радіомовлення – речі несумісні, як і паперовий газетний чи книжковий простір та звук. Вони не поєднуються. Найширший спектр семіотичних ресурсів використовують на телебаченні та в Інтернеті. Якщо тематика й конкретна ситуація не суперечить, то усне мовлення поєднують із музичним супроводом, неординарними літерними й графічними об'єктами, які змінюють форму, розміри, колір і здатні рухатися на екрані телевізора та інших гаджетів.

У традиційному усному спілкуванні до семіотичних ресурсів, окрім мовлення, потрібно віднести й темп та тембр голосу, міміку, жести, поставу, одяг адресата тощо. Залежності від цільового призначення, тематики та мети розмови, розкриття теми чи розв'язання відповідної проблеми потребує залучення додаткових елементів: відповідних презентацій і додаткових матеріалів, які демонструють відповідній аудиторії задля того, щоб краще висвітлити ту чи ту проблему.

На сьогодні спектр семіотичних ресурсів, доступних в усному та/чи писемному мовленні потребує ретельного лінгвістичного аналізу й додаткових обґрунтувань. Гетерогенність цих засобів унеможливорює встановлення їхньої точної кількості, однак засвідчує потребу їхньої систематизації і диференціації з огляду на форми та способи спілкування. Кожен із видів або типів семіотичних ресурсів, які належатимуть до загальної класифікації, можна вважати окремою системою знаків, проте жодна з них не буде замкнутою, оскільки постійно зазнає змін за рахунок нових елементів.

Семіотичні ресурси – потужний інструмент інформаційного обміну, який здатен трансформувати комунікативні процеси. Залучення цих засобів стало можливе завдяки новітнім технологіям, які дають змогу здійснювати спілкування з використанням широкої палітри, на перший погляд, допоміжних засобів, які, будучи залучені як другорядні, виконують домінуючу роль. Відтак мовлення із суто мовного утворення перетворюється на комбіноване (вербально-невербальне), з новими правилами орфографії та синтаксису, які потребують нових, здавалося б, елементарних знань, умінь і навичок читання та письма.

Семіотичні ресурси – соціально й культурно вмотивовані, тому в них часто відбито специфіку спільноти, яка ними послуговується. Відповідний набір семіотичних ресурсів номінують модусом. Модус відіграє ключову роль у реалізації значення. Вибір модусу залежить від багатьох чинників. Передовсім ідеться про семіотичні ресурси та частотність їх використання представниками різних етнічних груп. Чим більше їх залучають до процесу спілкування – тим звичнішими вони стають.

Однак одні семіотичні ресурси стають невід’ємними складниками в окремих каналах зв’язку, перетворюючись у такий спосіб із тимчасових на постійні, інші ж – змінні та факультативні. Семіотичні ресурси можна об’єднати в окремі групи на основі спільних ознак чи функціональних особливостей. Один текст може містити різні знаки, які належать до цілком відмінних систем. Проте цей чинник не впливає на формування тексту. У ньому, зазвичай, вдало співіснує низка засобів, узятих із кількох окремих модусів.

Така тенденція текстотворення не виняток із правил, а радше, навпаки, сприяє побудові неординарного, оригінального тексту, здатного перенести потенційного читача до ірреального світу, апелювати до його/її почуттів, бажань, викликаючи позитивні чи негативні емоції, даючи змогу пізнати щось нове і, ймовірно, натрапити на щось, що уже є добре відомим та сприятиме швидкому сприйняттю завдяки оптимальному добору відповідних засобів, які відповідають двом пріоритетним принципам сучасного текстотворення: економії та візуалізації.

Реалізація значення також відбувається завдяки успішно продуманій конфігурації модусів. Крім того, воно залежить і від контексту та, здебільшого, соціально й культурно залежне, часто прив’язане до конкретної ситуації, часових меж та етнічних реалій.

Не менш важливе поняття в теорії мультимодальності – модальна сумісність (*modal affordance*), у межах якої, власне, і визначається доцільність використання

того чи того модусу з урахуванням преференцій, традицій і звичаїв етнічних спільнот, а також актуальних подій, які відбуваються в їхньому суспільно-політичному, мистецькому, спортивному житті. Модальна сумісність – ключовий концепт, який визначає ступінь інтерсеміотичної кореляції різних модусів: кількох невербальних і вербального або лише кількох невербальних одночасно.

Ключову роль у теорії мультимодальності відіграє значення, сутність якого визначається всіма модусами (вербальними й невербальними). Вербальні та невербальні засоби мають різні плани вираження, проте однаковий план змісту. Тому для них характерні парадигматичні зв'язки. Невербальним графічним знакам притаманна синонімія, антонімія, полісемія, омонімія. Сукупність вербальних і невербальних засобів, які використовують у межах одного тексту, засвідчує потребу нових підходів та векторів аналізу традиційних лінгвістичних понять і явищ, які в інформаційне століття не залишилися осторонь, зазнавши очевидних модифікацій.

Слід погодитися з поглядом G. Kress й T. Van Leeuwen [Kress, Van Leeuwen 2001], що будь-який дискурс, незалежно від його жанрової і стилістичної вмотивованості, мультимодальний. Мовлячи про модуси, зазначимо, що всі вони впливають на значення, формуючи його сутність. Це стосується і семіотичних ресурсів (візуальних, мовних, писемних та ін.), використання яких обмежується можливістю окремих каналів зв'язку й тематичною спрямованістю кожного конкретного інформаційного блоку. Звернемо увагу й на те, що значення певних одиниць (вербальних чи невербальних) можна зрозуміти лише з контексту. Тому ці одиниці не універсальні, а переважно контекстуально залежні, оскільки перебувають у різних дистрибуціях та контекстах й мають різний комунікативно-прагматичний потенціал й певні стилістичні особливості.

### **Висновки**

Отже, ключові поняття мультимодального дискурсу – модус, семіотичні ресурси, модальна сумісність, інтерсеміотичні зв'язки. Тракткування цих понять сьогодні нечітке. Тому однією із ключових проблем, яка повинна стати предметом подальших розвідок, дефініції основних понять, на яких ґрунтується теорія мультимодальності.

У межах соціальної семіотики модус – це поєднання культурних і матеріальних цінностей та реалій спільноти, реалізація і формування яких відбувається внаслідок щоденної соціальної взаємодії індивідів різних етнічних груп. Модальна сумісність пов'язана з матеріальними й культурними аспектами модусу. Вона визначає допустимі варіанти поєднання семіотичних ресурсів і вибір оптимального модусу. Конфігурація модусів залежить від інтерсеміотичних зв'язків.

Дослідження мультимодальності передбачає поліаспектний аналіз семіотичних ресурсів з урахуванням соціальних і культурних факторів етнічних спільнот. Перелік семіотичних ресурсів нефіксований і навряд чи може бути таким, оскільки комбінації семіотичних засобів варіюються. Одні знаки



з'являються, інші – зникають. Взаємозв'язок та взаємозалежність модусів – одне з найбільш важливих питань, які потребують всебічних та поліаспектних обґрунтувань.

### Література

#### References

1. Forceville, C. & Urios-Aparisi, E. (2009). *Multimodal Metaphor*. Berlin: Mouton de Gruyter.
2. Forceville, C. (1994). Pictorial metaphor in advertisements. *Metaphor and symbolic activity*, 9(1), 1–29.
3. Halliday, M. A. K. (2004). *An Introduction to Functional Grammar*. London: Arnold.
4. Jewitt, C. (2009). *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London : Routledge.
5. Kress, G. and Leeuwen, T. Van. (2001). *Multimodal Discourse*. Bloomsbury Academic.
6. Kress, G. (2010). *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Routledge.
7. Kress, G. and Van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
8. Lakoff, G. and Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live by*. Chicago: University of Chicago Press.
9. Leeuwen, T. (2004). *Introducing Social Semiotics: An Introductory Textbook*. London : Routledge.
10. Lester, P. (2006). *Visual Communication: Images with Messages*. Canada: Wadsworth Cengage Learning.
11. Makaruk, L. (2014). Poliphonichnist nominatsii semiotychno uskladnennykh tekstiv [The variety of nomination of multimodal texts]. *Nova Philologia*, 59, 102 – 109.
12. Makaruk, L. (2014). Problemy doslidzhennya semiotychno uskladnennykh tekstiv [The problems of the research of multimodal texts]. *Naukovyi visnyk Chernivetskogo universytetu*, 692-693, 67–70.

**Анастасія Одінцева**

Херсонський державний університет

asyaodin@mail.ru

## ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ МАРКЕРИ ЖИТТЄВИХ РОЛЕЙ ОСОБИСТОСТІ

*Received November, 27, 2014; Revised December, 12, 2014; Accepted December, 22, 2014*

**Анотація.** У статті висвітлено результати емпіричного дослідження взаємозв'язку особливостей мовотворення й провідного типу життєвої ролі. У роботі представлено дослідження яке здійснювалося у три етапи. Результатом першого етапу стала виокремлена авторська типологія життєвих ролей відповідно до життєвої концепції особистості, яка дає змогу визначити місце ролі у рольовому репертуарі, якість, характер, значущість та усвідомленість її виконання. На другому етапі, було визначено психологічні особливості означених типів ролей, а саме мотиваційні, поведінкові, інтелектуальні та емоційні якості. У результаті факторного