

словосочитаний и коммуникативных единиц. Адгерентные понятия молчания экстраполируют дистинктивные черты, фокусируют полимодальность, полиаспектность и поливекторность.

**Ключевые слова:** силенциальный эффект, екстериоризация, вербалика и невербалика, коммуникативная интенция.

**Horbach Svitlana. *Linguo-Cognitive and Communicative-Pragmatic Aspects of Silence Phenomenon.*** The phenomenon of silence is the discourse notion which reflects the communicators' state, their pragmatic, socio-cognitive activity. Silent effect corresponds to their psychological and mental states of the man, his emotions, and it is the marker of communicative strategy.

The article deals with social silence as universal speech phenomenon, which is based on the canonical norms of social behavior. In the English discourse communicative silence is identified by means of verbal and non-verbal signs. Verbal markers of silence intergrate with the «graphics of silence» on the ground of complementary factors. The interpretation of the phenomenon of silence is possible due to the contextual setting of non-verbal actions, graphic signs and verbal marking of silence components. Verbal and non-verbal exteriorization of communicative silence explicates the depth of its structure. The nature of silence is characterized by lexical, graphic marking as well as semantic and stylistic interpretation. It's caused by various factors, silence is nominated by means of words, word combinations and communicative units. Adherent notions of silence extrapolate distinctive features, focuses on many aspects of modality and vector system.

**Key words:** silent, effect, exteriorization, verbal and nonverbal means, communicative intention.

Стаття надійшла до редколегії  
06.03.2013 р.

УДК 811.133.1'27:316.77:321.02 (44)

**Вікторія Дубик**

### **Невербальні та вербальні засоби комунікації в політичному дискурсі ЗМІ**

У статті здійснено спробу проаналізувати невербальні та вербальні засоби комунікації в політичному мас-медійному дискурсі Франції сучасного періоду. Актуальність дослідження зумовлена потребою вивчення невербального й вербального складників політичної комунікації, які розглядаються в постійній взаємодії. Відсутність міміки, жестів унеможливує процес спілкування. Невербальні компоненти політичної комунікації постають правдивими показниками емоційного стану мовця. Осмислення цих реалій змушує лінгвістів вийти поза мовні межі та розглядати політичний дискурс ЗМІ як єдність вербального, невербального й екстралінгвістичного аспектів.

**Ключові слова:** невербальні засоби комунікації, вербальні засоби комунікації, політичний мас-медійний дискурс, експресивність та емоційність мовлення.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Існують різні способи повідомлення інформації споживачам: вербальні та невербальні. Мовлення є основним, проте не єдиним способом комунікації. Для найефективнішого здійснення свого наміру мовець вибирає найбільш оптимальний засіб у конкретній ситуації спілкування. Проте досить часто невербальний складник політичної комунікації такий же необхідний, як і вербальний. Тому вивчення й аналіз невербальних і вербальних компонентів політичної сфери комунікації є досить важливим та актуальним для правильного розуміння наміру автора повідомлення.

**Мета** дослідження – визначити роль та місце невербальних і вербальних засобів впливу на адресата політичної комунікації, яким виступає масова аудиторія, у текстах засобів масової інформації. Це передбачає такі **завдання:**

- проаналізувати невербальні та вербальні засоби комунікації в медійному дискурсі ЗМІ;
- визначити основні функції невербальних засобів комунікації;
- охарактеризувати роль лексико-стилістичних фігур у політичному дискурсі ЗМІ;
- виявити основні функції лексичного повтору в текстах політичної спрямованості.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Політичний дискурс ЗМІ реалізується в усній та письмовій формах. Прикладом першої є публічні виступи політиків, їхні інтерв'ю, виступи по радіо й телебаченню, прес-конференції, парламентські дебати, блоки політичних новин у телерадіопередачах тощо. Письмова ж форма політичного дискурсу охоплює різноманітні договори, протоколи засідань, інформацію про політичні події на сторінках ЗМІ, надрукований текст промови політика в поєднанні зі словами журналіста, політичну рекламу тощо.

Під час публічного виступу політика перед масовою аудиторією велика увага приділяється не лише вербальним, а й невербальним (інтонація, тембр голосу), паралінгвістичним (міміка, жести, рухи тіла) та екстралінгвістичним (зовнішність, манера одягатися) засобам впливу. Саме тому під час створення іміджу того чи іншого політичного діяча спеціалісти звертають особливу увагу не лише на мовленнєву складову частину поведінки політика.

Жести можуть замінити мовлення, регулювати потік і ритм відносин, утримувати увагу, підкреслювати й пояснювати висловлення, характеризувати зміст повідомлення й допомагати співрозмовникам сприймати та формулювати висловлення. Як зазначає О. О. Ваняцька, діалог на 35 % складається з інформації, яка передається вербально, і на 65 % – з інформації, що передається жестами [5, с. 38].

Голос – невід'ємна частина мовленнєвого процесу, яка сприяє досягненню оптимальності усного мовлення у виразному, комунікативному, емоційному й прагматичному аспектах. Слушною є думка Г. Ю. Крейдліна, що голос має надзвичайну силу, яка інколи полягає не в тому, що сказано, а в тому, як це сказано [7]. За допомогою голосових модуляцій можуть бути відображені різноманітні почуття мовця та його психологічний стан.

Саме для впливу на масову свідомість у мас-медійному політичному дискурсі неабияке значення надається невербальному складнику комунікації. Уважається, що її інформативність перевищує відповідну важливість вербаліки й навіть «поглинає» її, актуалізуючи не тільки стан людини, її емоції та почуття, але й поведінку у зв'язку з обраною соціальною роллю [1, с. 28].

Останнім часом змінився статус усної комунікації в політиці через освітлення політичних подій у засобах масової інформації. Завдяки телебаченню адресат сприймає не тільки зміст повідомлення, а й зовнішній вигляд мовця разом із вербальною та невербальною поведінкою.

Невербальні засоби комунікації (НВЗК) виконують три основні функції: 1) вносять додаткову інформацію (іноді таку, що суперечить смислу вербальної); 2) замінюють пропущений вербальний компонент; 3) комбінуються з вербальними засобами, передаючи той самий смисл [8, с. 367].

Для аналізу невербального й вербального складників політичної комунікації взято за основу тексти виступів політичних діячів Франції в поєднанні зі словами журналістів. Здебільшого це тексти Інтернет-видань політичного спрямування: «Monde», «Figaro», «Express», «Nouvel observateur», «Point» тощо.

Матеріал, узятий для дослідження, містить не лише тексти виступів політичних діячів, а й супроводжується їхніми зображеннями, які ми, власне, обрали для аналізу невербальної складової частини політичної комунікації. Аналіз досліджуваного матеріалу свідчить про наявність у ньому кінетичних засобів (міміко-жестових компонентів: похитати головою, нахмурити брови, пильно подивитися, несхвально глянути, гірко посміхнутися тощо), а також просодичних (фонаційних) засобів, які характеризують голос комуніканта (сказати презирливо, сухо додати, крикнути, сказати з нотками докору – в авторських ремарках). Ці невербальні компоненти різноманітні за своєю емоційною спрямованістю і їхня інтерпретація залежить від контексту.

Вираз обличчя як засіб передачі невербальної комунікації є дуже складним засобом спілкування, здатним передавати емоційний та змістовий підтексти мовленнєвих повідомлень [12, с. 144]. Відсутність міміки унеможливило спілкування, оскільки обличчя – дзеркало людських емоцій. Вербальне або мовленнєве спілкування – це засіб, пов'язаний із використанням мови. Іншими словами, мовленнєве спілкування – це комунікативний акт.

Важливими характеристиками вербального засобу спілкування є діалог і монолог. Монологічне мовлення – процес, під час якого говорить одна особа, а решта слухають, сприймають її повідомлення. Діалогічним називають мовлення між двома або кількома співрозмовниками, які міняються ролями [13].

У текстах ЗМІ переважає власне монологічне мовлення, оскільки воно передбачає певну реакцію масової аудиторії. Висловлювання тут більш розгорнуті, свідоміше добираються слова й вибудовуються речення.

Суспільне призначення політичного дискурсу полягає в тому, щоб вселити адресатам – громадянам співтовариства – необхідність «політично правильних» дій та оцінок. Інакше кажучи, мета політичного дискурсу – не описати, а переконати, пробудивши в адресата наміри, дати ґрунт для переконання й спонукати до дії.

Мова політика оперує символами, а її успіх зумовлюється тим, наскільки ці символи співзвучні з масовою свідомістю: політик повинен уміти торкнутися потрібної струни в цій свідомості; вислови політика мають укладатись у «всесвіт» думок та оцінок (тобто у всю безліч внутрішніх світів) його адресатів, «споживачів» політичного дискурсу.

Перш ніж розпочати аналіз тексту політичної направленості, особливу увагу варто звернути на заголовок. Різноманітні тропи, фразеологізми, епітети-оксиморони й окремі лексеми, ужиті в заголовках журналістських матеріалів, становлять певну єдність, проте вона не є прогнозованою, закономірною, швидше це – ентропійне поєднання непокєднуваних, на перший погляд, речей, котрі, певним чином самовпорядковуються і формують систему.

Науковий аналіз заголовків ґрунтується, передусім, на когнітивно-семіотичному, компаративному та структурно-змістовому підходах, які дають змогу виявити типологічні семантичні особливості заголовків. Важливо зазначити, що аналіз заголовків здійснено як аналіз не окремого, а невід'ємного елемента статті (насамперед, це потрібно для того, щоб з'ясувати, які елементи заголовка вжиті в прямому, а які – у переносному значенні) [11, с. 67].

Розглядаючи тексти політичної спрямованості, ми робимо висновок, що кожна стаття складається з таких частин, як заголовок, короткий огляд події (анотація), виклад основного матеріалу та висновок. В анотації автор повідомлення передає короткий огляд того, про що йтиметься нижче.

Синтаксис має великі можливості для вираження тонких смислових й емоційних відтінків мовлення, оскільки він пов'язаний зі структурою мислення, нормами комунікації та позначуваної дійсності [9]. Власне синтаксичний аспект тісно пов'язаний із лексичним. Це пояснюється тим, що синтаксис становить діалектичну єдність лексико-семантичних зв'язків між словами й граматичними правилами, які керують уведенням у мову слів як частин мови. Аналіз мовного матеріалу показав, що для здійснення наміру мовця використовуються різні комунікативні типи речень: розповідні, питальні, спонукальні, окличні, які представлені різними синтаксичними моделями: «*François Hollande a méprisé les usages et les traditions républicaines! Se verrait-il déjà président?*» a renchéri Franck Riester par voie de communiqué, www.lepoint.fr.

Промови сучасних французьких політичних діячів, наявні в ЗМІ, насичені абстрактною лексикою, яка створює певне емоційне поле (позитивне або негативне): *Entouré d'Alain Juppé, de Jean-François Copé, de Nathalie Kosciusko-Morizet et de l'ex-ministre Claude Allègre, Nicolas Sarkozy a mis en avant la laïcité, l'égalité et le respect, autant de valeurs fondamentales pour la République*, www.lepoint.fr.

Емоційність та експресивність мовлення можуть бути передані не лише за допомогою використання спеціальної лексики й синтаксичних структур, а й через їх особливе розміщення та використання певних стилістичних прийомів, які відіграють вирішальну роль у семантичному збагаченні вираження емоцій. Серед стилістичних засобів, за допомогою яких здійснюється вираження емоційних станів, найпоширенішими є лексико-синтаксичні фігури, що представлені тропами: метафорою, протиставленням, метонімією, порівнянням, епітетом, гіперболою, літоєю, іронією, оксимороном тощо.

Метафора – найпродуктивніший креативний засіб збагачення мови, вияв мовної економії, семіотична закономірність, яка виявляється у використанні знаків однієї концептуальної сфери на позначення іншої, схожої з нею в певному аспекті [10, с. 326]. Ми не безпосередньо вживаємо метафоричні вирази, замість деяких еквівалентних або буквальних, а осмислюємо абстрактну сферу (до якої належать й емоції) в термінах конкретної. Метафора є не лише ресурсом образного (поетичного) мовлення, а й джерелом нових значень слів [8, с. 296]. І саме тому метафора є одним з основних риторичних засобів створення образності й емоційного забарвлення в мовленні політиків. Роль метафори полягає в сугестивному насиченні тексту. Таким чином, політичний дискурс є природним середовищем для створення та функціонування метафори.

Із проаналізованого матеріалу випливає, що в політичному мас-медійному дискурсі використовуються метафори зі сфер ВІЙНА (*la guerre des chefs, d'installer le duel avec le candidat du PS, attaquer le candidat*), СПОРТ (*jouer la carte de l'action et de l'humilité, faire la course pour le rattraper, sa campagne-marathon*), ТЕАТР (*un scénario écrit à l'avance, le spectacle de ce début d'année l'afflige*,

*les drames qui ont coûté la vie*), ТВАРИНА (*Hollande se niche dans un détail, moins bête politique qu'Olivier Besancenot, Henri Guaino murmure*), КУХНЯ (*son goût des campagnes, échauffer les esprits des gens de la base*) тощо.

Невід'ємною складовою частиною сучасного франкомовного мас-медійного дискурсу є протиставлення. Антитеза як риторичний прийом поєднує в одному висловлюванні протилежні за значенням поняття, характеристики. Оксиморон є різновидом антитези. Він поєднує в собі різні ознаки: *Après la mort de Mohamed Merah – l'auteur des tueries de Toulouse et de Montauban –, il s'est exprimé à 13 heures en tant que chef de l'État avant de remettre son costume de candidat en début de soirée pour un meeting à Strasbourg. «Dans la même journée, je me dois d'être président de la République, car garant de l'unité nationale, mais aussi candidat, parce qu'il y a un rythme démocratique», a-t-il expliqué devant les quelque 6 000 militants réunis au palais des congrès de Strasbourg*, [www.lepoint.fr](http://www.lepoint.fr).

Особлива роль у мас-медійному дискурсі належить структурно-синтаксичним стилістичним фігурам. Інверсія – «порушення звичайного порядку слів у реченні, у результаті якого певний елемент речення стає виділеним та отримує спеціальні конотації емоційності та експресивності, завдяки чому досягається ефект імпровізації»: *«En ces temps troublés où notre société a besoin de repères, je ne crois pas qu'il faille brouiller l'image de cette institution sociale essentielle qu'est le mariage», juge le président*, [www.lepoint.fr](http://www.lepoint.fr).

У політичному мас-медійному дискурсі політики часто використовують риторичні запитання. Риторичне запитання не вимагає відповіді об'єкта. Функція риторичного запитання – «привернути увагу, підсилити враження, підвищити емоційний тон» [3, с. 167]. Риторичні запитання є показниками емоційності мовлення, а їх основою є те, що вони виникають як емоційна реакція протесту: *«Oh! Fillon est ici?» Même quelques journalistes étrangers ont fait le déplacement au dîner annuel du Crif (Conseil représentatif des institutions juives de France), dans le très chic Pavillon d'Armenonville, en plein bois de Boulogne, mercredi soir. Il faut pourtant s'armer de patience pour pénétrer dans l'enceinte hypermondaine: les cartons d'invitation et accréditations spéciales ne permettent pas d'éviter les fouilles minutieuses des sacs et le passage par un portique de sécurité*, [www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr).

Сучасний франкомовний мас-медійний дискурс є складною єдністю різнорівневих повторів, які створюють своєрідний лексичний ритм, що значно посилює сугестивний вплив мовленнєвого акту. Аналіз показав, що в політичних промовах повторюються і окремі лексеми, і різні за структурою синтаксичні утворення. Уживання повтору, особливо лексико-синтаксичного, позиційно-лексичного, який полягає здебільшого у відтворенні лексем, семантичних блоків, зумовлено такими факторами: 1) потребою розгортання мовлення, яке потребує одних і тих самих смислових елементів тексту для повнішого вираження їхньої семантики; 2) організованою структурно-семантичною цілісністю та єдністю тексту; 3) композиційними особливостями побудови тексту, у якому повтор, поділяючи речення, одночасно зв'язує його частини.

Багатофункціональність повторів (інформаційна, смислоутворювальна, стилістико-композиційна, текстоутворювальна, емоційно-оцінна, експресивна, інтонаційно-утворювальна) сприяє повному розкриттю намірів автора тексту. Словоформа, яка повторюється, поряд із нормативною, експресивною функцією, семантичним підкресленням виконує водночас і синтаксичні функції: здійснює зв'язок із реченням, із якого її виділили; є центром, що задає подальше синтаксичне розгортання висловлення. У великому за обсягом та складному за структурою контексті лексичний повтор сприяє його внутрішній організації, створює синтаксичний паралелізм, з'єднує окремі речення [13].

Широке використання повторів у політичному дискурсі ЗМІ є цілком природним, оскільки «завдяки своєму великому емоційно-експресивному потенціалу фігури повтору виступають засобом акцентування уваги слухача, психологізації, смислового та емоційного посилення, ритмічної організованості промови» [4]. Використання повторів є ефективним засобом впливу на свідомість, оскільки одна й та сама інформація поступово перестає усвідомлюватись і починає впливати на підсвідомість. Повтори наповнюються асоціаціями й набувають особливої психологічної та символічної глибини [6, с. 197], що створює міцну основу для сприйняття навіювання. Це пояснює велику кількість лексичних повторів, які застосовуються в політичних промовах. Проведений аналіз засвідчив, що лексичний повтор використовується в політичній комунікації переважно неваріативно, коли відтворюється рекурентна одиниця (слово, словосполучення, речення) в її початковому вигляді зі збереженням початкового значення: *«C'est en défendant ces valeurs que la France est forte ... La France n'est pas raciste. La France n'est pas antisémite»*, *a martelé Nicolas Sarkozy*, [www.lepoint.fr](http://www.lepoint.fr).

*Refermant son chapitre sur la tragédie, Nicolas Sarkozy a ensuite déroulé son programme pour séduire les eurosceptiques en défendant un «New Deal économique et écologique planétaire» ou la révision des accords de Schengen. Évoquant la place de la France dans le monde, Nicolas Sarkozy a tiré à boulets rouges sur son rival socialiste qui promet le retrait des soldats français d'Afghanistan dès la fin 2012. «Abandonner nos alliés du jour au lendemain, ce serait les trahir, trahir la mémoire de nos soldats. Ce serait donner raison aux assassins. Ce serait déshonorer la France», a-t-il estimé, www.lepoint.fr.*

Характерним для політичних промов у дискурсі ЗМІ є повтор слова або фрази на початку речення. Анафора допомагає підкреслити впевнений емоційний настрій мовця, рівномірний або зростаючий за своєю впевненістю, найчастіше оптимістичний: *«C'est toujours difficile de démarrer une campagne, c'est toujours difficile de commencer une nouvelle vie», murmure-t-il (Henri Guaino), www.lemonde.fr.*

Загалом можна відзначити те, що сучасні політики віддають перевагу простим реченням, і багато складних речень або мають характер формально простого, або головне речення не несе значного інформаційного навантаження, а лише вводить підрядне. Такі речення легше сприймаються, створюють видимість міркування з подальшим висновком, мають апелятивний, стверджувальний характер. Подібне спрощення синтаксичної структури сучасного політичного виступу пов'язане із загальними тенденціями розвитку мови [2].

**Висновки й перспективи подальших досліджень.** Із вищепроаналізованого випливає, що поряд із вербальними засобами впливу на адресата політичної комунікації важливе місце займають і невербальні засоби. У процесі аналізу текстів у ЗМІ потрібно враховувати, що невербальні, паралінгвістичні та екстралінгвістичні засоби виступають як одне ціле із вербальними, доповнюючи їх та виражаючи єдину думку. Дуже важливо, щоб думка автора повідомлення була донесена до його споживачів. Використання лексико-стилістичних, синтаксично-структурних та інших засобів у масмедійному дискурсі відіграє важливу роль у маніпулюванні масовою свідомістю.

#### *Джерела та література*

1. Алтунян А. Г. Анализ политических текстов / Александр Генрихович Алтунян. – М. : Логос, 2006. – 383 с.
2. Аргументація у політичному дискурсі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://knowledge.allbest.ru/political/2c0b65635a3ac78a4c43a88521216d37\\_2.html](http://knowledge.allbest.ru/political/2c0b65635a3ac78a4c43a88521216d37_2.html)
3. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка: Стилистика декодирования : учеб. пособие [для студ. пед. ин-тов по спец. «Иностр. языки»] / Ирина Владимировна Арнольд. – 3-е изд. – М. : Просвещение, 1990. – 300 с.
4. Бекетова О. В. Фігури повтору як лінгвостилістичні засоби аргументації / О. В. Бекетова // Вісн. КДЛУ. – 1997. – Вип. 3. – С. 3–7.
5. Вансяцкая Е. А. Невербальные компоненты коммуникации в английском художественном тексте / Е. А. Вансяцкая, Ф. И. Карташкова. – Иваново : Иван. гос. ун-т, 2005. – 152 с.
6. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / Сергей Георгиевич Кара-Мурза. – Киев : Орионы, 2003. – 500 с.
7. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык / Григорий Ефимович Крейдлин. – М. : Новое лит. обозрение, 2002. – 592 с.
8. Лингвистический энциклопедический словарь / [гл. ред. В. Н. Ярцева]. – М. : Сов. энцикл., 1990. – 685 с.
9. Омаева З. Я. Синтаксические конструкции экспрессивного типа как средство выражения авторских интенций : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» [Электронный ресурс] / З. Я. Омаева. – 2006. – Режим доступу : <http://www.referun.com/n/sintaksicheskie-konstruktsii-ekspressivnogo-tipa-kak-sredstvo-vyrazheniya-avtorskih-intentsiy>
10. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енцикл. / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
11. Слінчук В. В. Соціальна типізація гендерних стереотипів у мові ЗМІ / В. В. Слінчук // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2004. – Т. 17. – С. 67–74.
12. Трусков В. П. Выражение эмоций на лице (по материалам работ П. Экмана) / В. П. Трусков // Вопр. психологии. – 1982. – № 5. – С. 144–147.
13. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посіб. [Електронний ресурс] / Галина Леонідівна Чайка. – К. : Знання, 2005. – Режим доступу : [http://pidruchniki.ws/19570411/menedzhment/verbalne\\_splukuvannya](http://pidruchniki.ws/19570411/menedzhment/verbalne_splukuvannya)

#### *Джерела ілюстративного матеріалу*

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.lepoint.fr/](http://www.lepoint.fr/)
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr)
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.lefigaro.fr](http://www.lefigaro.fr)
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.lexpress.fr](http://www.lexpress.fr)
5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.tempsreel.nouvelobs.com](http://www.tempsreel.nouvelobs.com)

**Дубык Виктория. Невербальные и вербальные средства коммуникации в политическом дискурсе СМИ.** В статье сделана попытка проанализировать невербальные и вербальные средства коммуникации в политическом масс-медийном дискурсе СМИ Франции современного периода. Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения невербальных и вербальных составляющих политической коммуникации, которые рассматриваются в постоянном взаимодействии. Отсутствие мимики, жестов делает невозможным процесс общения. Невербальные компоненты политической коммуникации являются правдивыми показателями эмоционального состояния говорящего. Осмысление данных реалий заставляет лингвистов выйти за языковые границы и рассматривать политический дискурс СМИ как единство вербального, невербального и экстралингвистического аспектов.

**Ключевые слова:** невербальные средства коммуникации, вербальные средства коммуникации, политический масс-медийный дискурс, экспрессивность и эмоциональность речи.

**Dubyk Viktoriya. Non-verbal and Verbal Communication in Political Mass-media Discourse.** The article focuses on the analysis of the non-verbal and verbal means of communication in modern french-speaking mass-media discourse. The actuality of the research is caused by the necessity of the non-verbal and verbal component's study of political communication viewing in the constant interaction. Lack of facial expressions, gestures prevents the communication process. Non-verbal components of political communication are the true indicators of speaker's emotional state. Understanding of these notions makes linguists to be beyond the linguistic boundaries and to consider the political mass-media discourse as a unity of verbal, non-verbal and extralinguistic aspects.

**Key words:** non-verbal communication, verbal communication, political mass-media discourse, expressive and emotinal speech.

Стаття надійшла до редколегії  
01.04.2013 р.

УДК 811.111'42

Ольга Дубцова

### Лінгвальна інконгруентність як причина відсутності семіозису в ситуації комунікації (на матеріалі англомовного кінодискурсу)

У статті наведено результати аналізу лінгвальних причин комунікативних невдач у комунікативних ситуаціях повного нерозуміння мовця, що супроводжується комічним ефектом. Доказано, що подібні комунікативні невдачі виникають унаслідок економії або, навпаки, плеонастичного використання мовцем мовних ресурсів, а також креативної мовленнєвої діяльності мовця, що втілюється в оказіональних мовних виразах – продуктах словотворення (неологічних акронімах та телескопізмах) і нових метафорах.

**Ключові слова:** комунікативна невдача, лінгвальна інконгруентність, комічний ефект.

**Постановка наукової проблеми та її значення. Актуальність** вивчення явища комунікативної невдачі (КН) зумовлена потребою встановлення причин виникнення нерозуміння в комунікації задля гармонізації комунікативних процесів і зняття перешкод, які призводять до появи комунікативних конфліктів.

**Аналіз останніх досліджень цієї проблеми.** Учені, які вивчають КН, мають різні погляди на зміст цього явища. Найбільш повне визначення КН надають Б. Ю. Городецький, І. М. Кобозєва та І. Г. Сабурова, які тлумачать КН як такий збій у спілкуванні, при якому певні відрізки мовлення (в оригіналі «речевые произведения») не виконують свого призначення. Інакше кажучи, ті чи інші їх елементи «інструкції із перетворення оточення не реалізуються» [2, с. 67].

Дефініція інших авторів уточнюють природу явища КН, фокусуючись на тих чи інших його аспектах. Зокрема, наголошують, що під визначення підпадає «повне або часткове нерозуміння висловлення учасником комунікації, тобто недосягнення або не повне досягнення комунікативного наміру мовцем» [4, с. 31]; «недосягнення ініціатором спілкування комунікативної мети та прагматичних спрямувань, а також відсутність взаємодії, взаєморозуміння та згоди між учасниками спілкування» [7, с. 68].

**Новизна** цієї статті зумовлена комунікативно-когнітивним ракурсом дослідження КН, що дає змогу врахувати всі контекстуальні параметри, які впливають на інтерпретацію змісту мовних виразів в акті комунікації як конститuentи когнітивної бази комунікантів.