

17. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.loreal.com/dd/loreal/Press.aspx?topcode=CorpTopic_Secondary_Root_Press_PR253
18. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kingslynnfestival.org.uk/modules/download_gallery/dlc.php?file=295

Козак Светлана. Коммуникативно-прагматические функции инверсии в англоязычных пресс-релизах. В статье рассмотрено такое явление английского языка как субъективность, а также средства её выражения на разных языковых уровнях, в частности на синтаксическом, а именно – инверсии. Порядок слов также является важным средством выражения актуального членения предложения. Использование прямого и обратного порядка актуального членения обусловлено коммуникативными задачами говорящего: стремлением передать сообщение наиболее правдиво, ввести особые сигналы, чтобы выделить новую, важную часть информации, усилить эмоциональность, экспрессию высказывания; развернуть функциональную перспективу прогрессивно или регрессивно. Благодаря применению инверсии текст становится более эмфатическим и эмоциональным, а значит, более эффективно воздействует на читателя и более точно отражает коммуникативную стратегию говорящего, который пытается при этом добиться определенной коммуникативной цели.

Ключевые слова: инверсия, тема, рема, субъективность, экспрессивный синтаксис.

Kozak Svitlana. Communicative and Pragmatic Functions of Inversion in English Press-Releases. The notion of subjectivity in English and the means of its expression on different language levels and specifically on the syntactic one (namely inversion) are analyzed in the article. Word order is also an important means of expressing the actual division of the sentence. Usage of direct or inverted word order is predetermined by the speaker's communicative tasks including the need to convey the message truly, to introduce special signals underlining new information and enhancing emotional and expressive meanings of sentences, to expand functional perspective in a progressive or regressive way. When we use inversion in a text it becomes more emphatic and emotional therefore influencing the reader more effectively and accurately reflecting the communicative strategy of the speaker trying to achieve a particular communicative goal.

Key words: inversion, theme, rheme, subjectivity, expressive syntax.

Стаття надійшла до редколегії
24.03.2013 р.

УДК 811.111'42

Ірина Лесик

Функціонування мовленнєвих стереотипів в іронічному спілкуванні

Виявлено специфіку функціонування мовленнєвих стереотипів в іронічному спілкуванні. Розглянуто різні види мовленнєвих стереотипів, які слугують реалізації іронічного смислу. Значну увагу приділено особливостям сприйняття та розуміння іронії, яка актуалізується за допомогою мовленнєвих стереотипів. Зроблено висновок про те, що етикетні формули вживаються адресантом іронії несподівано та недоречно з точки зору успішності спілкування. У процесі актуалізації іронічного смислу етикетні мовленнєві стереотипи проєктуються в контекст, де вони виявляються контрастними чи парадоксальними, що призводить до створення комічного ефекту й глузування.

Ключові слова: іронія, мовленнєвий стереотип, мовленнєвий етикет, адресант, адресат.

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасна лінгвістика приділяє значну увагу вивченню мовленнєвого етикету. Ці правила мовленнєвої поведінки закріплені в системі стійких висловів, прийнятих носіями мови на певному етапі розвитку суспільства в особливих ситуаціях спілкування. Мовленнєвий етикет – одна з важливих характеристик поведінки людини. Без знання прийнятих у суспільстві форм етикету, вербальних форм вираження ввічливих стосунків між людьми індивід не може ефективно, з користю для себе й інших здійснювати комунікацію.

У колі цієї загальної проблематики досить важливим є також вивчення функціонування мовленнєвих стереотипів у різних ситуаціях мовлення, зокрема в іронічному спілкуванні. Це питання недостатньо досліджене і потребує ґрунтовного аналізу, що й зумовило **актуальність** обраної теми.

© Лесик І., 2013

Мета статті – вивчення особливостей функціонування мовленнєвих стереотипів в іронічному дискурсі й умов їх успішного сприйняття адресатом. Її досягнення передбачає розв’язання таких **завдань**: виявити функціональну специфіку мовленнєвих стереотипів в іронічному спілкуванні; розглянути різні види мовленнєвих стереотипних висловлень, які слугують реалізації іронічного смислу; дослідити особливості сприйняття та розуміння іронії, яка актуалізується за допомогою етикетних мовленнєвих стереотипів.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування результатів дослідження. Під стереотипними висловленнями розуміємо «елементарні одиниці дискурсивних стратегій, перевірка комунікативної релевантності яких здійснюється відповідно до принципу прийнятності вживання у процесі мовленнєвої взаємодії» [3, с. 55].

До мовленнєвих стереотипів належать етикетні мовленнєві формули, виражені сукупністю різнорівневих засобів – від окремих слів до фраз і навіть текстів. Стереотипні висловлення, що входять до етикетних чи ритуальних, спрямовані на дотримання стандартів спілкування та мовленнєвої поведінки. Вони ґрунтуються на поглядах, нормах, цінностях, які поділяють члени певної спільноти. У будь-якому суспільстві є система обрядів (чи ритуалів), які нав’язують людині певну поведінку в конкретних умовах. Ці правила гри «поділяють на ті, що забороняють – законодавство та ті, що рекомендують – етикет» [4, с. 46–47].

Під мовленнєвим етикетом розуміють «систему усталених форм спілкування, прийнятних відповідно до соціальних ролей комунікантів і моральних норм поведінки людей у суспільстві» [1, с. 199]. Його дотримання стає автоматизованим завдяки навичці, яку набуває індивід у процесі соціалізації.

Вибір стандарту мовленнєвої поведінки, етикетних формул залежить від соціальних якостей (статусу, віку, освіти) адресата мовлення, від характеру взаємин між комунікантами, ступеня їх знайомства, близькості й інших конкретних ситуацій мовлення.

До етикетних висловлень здебільшого належать формули звертання, привітання, прощання, висловлення вдячності, співчуття, схвалення, поздоровлення, компліменти, тости й побажання і т. д. Усю цю групу об’єднує спільне значення – доброзичливість, а соціальні взаємини диктують характер ситуації – зустріч, розставання, вітання з певними радісними подіями, вираження співчуття тощо.

Стереотипний характер таких мовленнєвих ситуацій визначає сценарій мовленнєвої поведінки відповідно до того фрагмента картини світу, який зберігається у свідомості представників певної лінгвокультурної спільноти у вигляді узагальненого стереотипного образу, уявлення, що включає лінгвістичні, поведінкові та когнітивні структури. За визначенням В. В. Красних, «стереотипи-ситуації містять певну (передбачувану, очікувану) поведінку учасників комунікації» [5, с. 180]. Вони подібні до прецедентних феноменів, але, на відміну від останніх, вони не є універсальними, а суттєво варіюються в різних культурах, у різні історичні періоди.

При реалізації іронічної оцінки етикетні формули виявляються недоречними в новому контексті, нерелевантними певній ситуації спілкування. Адресант іронії навмисно порушує етичні мовленнєві норми, правила комунікативної поведінки, щоб висловити своє несхвалення, піддати критиці об’єкт іронічної оцінки. Замість очікуваної репліки адресат отримує повідомлення, яке не узгоджується зі стереотипним уявленням чи суперечить експліцитному смислу попередньої фрази.

Розглянемо, які етикетні висловлення найчастіше проєктують у новий контекст при реалізації іронії та як їх сприймає адресат:

But he didn't stand a chance, until one stormy night, when she couldn't get a cab home and he gave her a lift in his Ferrari. He started heading downtown from the network and Hilary tapped him on the shoulder. «Nice try, Bill. I live on Fifty-ninth Street».

«I live on Fifth Avenue and Eleventh».

«Congratulations, now take me home, or do I have to get out and walk?» [5, с. 200].

Прототипне значення етикетного висловлення (*congratulations*) зазвичай вживається для вираження схвалення за будь-яку добре виконану роботу або поздоровлення з радісною подією. Іронізуючи, мовець вживає етикетну форму вітання несподівано, недоцільно з погляду успішності спілкування. Мовленнєвий стереотип, уміщений у контекст, непридатний для його функціонування: вітати нема з чим, що є основою інтерпретації іронії.

Розглянемо, як для реалізації іронії залучений етикетний мовленнєвий стереотип вітання, хоча його інтерпретація здійснюється по-іншому:

I felt my face, I hadn't known. «I miss you», I said hugging him close again.

«I miss you too. What happened?»

«Peter proposed».

«Congratulations». He grinned, I pulled away [1, с. 54].

У вищезазначеному прикладі етикетний мовленнєвий стереотип «вітання» видається, на перший погляд, доречним і таким, що узгоджується зі сценарієм мовленнєвої поведінки. Вітання з освідченням у коханні та пропозицією вийти заміж є природним. Проте мовець нещирий у своєму висловлюванні. Вітання в цьому контексті не супроводжується доброзичливістю, радістю, як це прийнято згідно з ustalеними нормами спілкування, а є виявом роздратування, докору, несхвалення (*He grinned*). Водночас це реакція, на яку не сподівається реципієнт у цій ситуації. Дівчина, яка повідомляє своєму коханому про освідчення їй іншого хлопця (*Peter proposed*), швидше очікує на здивування, обурення, ніж вітання.

Мовленнєві стереотипи відповідають статусним і рольовим стосунками комунікантів. Ті, які реалізують іронічну оцінку, іноді не дотримуються соціальної та ситуативної диференціації комунікації. Це засвідчує такий приклад:

«I'm sorry, Annie».

«No need to apologise to me. You should apologise to yourself. That's who is being hurt here».

«I'm sorry anyway». «He looked down at the bowl she put in front of him. «Oatmeal?»

«I'll stick to you? Coat your stomach», Annie added a plate of hot toasted bread. «Eat».

«Yes, ma'am». He took the first bite. «Thanks.» [4, с. 167].

Ma'am – це ввічлива форма звертання, яка вживається в офіційному спілкуванні щодо жінки, вищої за соціальним статусом, а саме: жінки-поліцейської, жінки-військової, жінки-члена королівської родини. У вищезазначеному прикладі в неформальній ситуації спілкування рівних за статусом комунікантів звертання до подруги як *ma'am* виявляється парадоксальним. Адресат розуміє, що адресант іронії навмисно порушує правила мовленнєвого етикету для того, щоб поглузувати, висловити своє несхвалення.

Іронічні висловлення, які характеризуються надмірною ввічливістю, виконують функцію «образливої ввічливості» [2, с. 1980]. Під виглядом ввічливості вони виражають негативні емоції і трапляються переважно в конфліктних ситуаціях. Надмірна ввічливість, чемність фраз, яка не відповідає параметрам комунікативної ситуації, слугує адресатові іронії сигналом іронічного наміру та полегшує ідентифікацію іронії в дискурсі, її інтерпретацію. Вищезазначене ілюструє такий приклад:

«I'm doing this for you, you know».

«I can't tell you how much I appreciate it».

«No thanks necessary». Grinning, he unhooked his seat belt and reached into the back seat for the bag he'd tossed there [4, с. 183].

Адресат іронії відчуває, що етикетна формула висловлення вдячності *I can't tell you how much I appreciate it* (я не можу висловити, як сильно я ціную це) набуває іронічного звучання, оскільки ступінь ввічливості, етикетності не відповідає параметрам комунікативної ситуації – спілкуванню рівних за статусом, добре знайомих комунікантів. Водночас іронічний мовець не демонструє доброзичливого особистого ставлення до адресата, яке повинно супроводжувати ввічливість. Контраст, що виникає внаслідок цього, є основою іронічного сприйняття та мотивує з боку адресата іронічну реакцію у відповідь (*No thanks necessary*).

Слід відзначити, що повторне використання певних мовленнєвих стереотипів у ситуаціях іронічного спілкування веде до стабілізації їх інтенціональної, комунікативної семантики, закріпленню за ними іронічного значення. В ідіоматичних словниках такі мовленнєві стереотипи позначаються як «ірон» (іронічно).

Стає зрозумілим, що ефективне сприйняття іронії спирається на здатність адресата автоматично відтворювати в готовому вигляді у відповідних іронічних ситуаціях ті елементи мови, які зберігаються в його мовній свідомості як іронічні та спеціально призначені для вираження глузування. Розглянемо інтерпретацію іронічного мовленнєвого стереотипу:

«Oh, you hadn't got a commission».

«A fat chance I had of getting a commission. I was what was called a Colonial. I hadn't been to a public school and I had no influence. I was in the ranks the whole damned time» [3, с. 186].

Присутній у мовній свідомості носіїв англійської мови вислів «*a fat chance*» (ніяких шансів, чорта лисого) використовується ними в іронічному спілкуванні автоматично й інтерпретується адресатом іронії без особливих когнітивних зусиль. Функціонування такого вислову полягає у вираженні іронічного наміру мовця, спрямованого на передачу насмішки. Адресат розуміє скептичне ставлення головного героя до того, що він не отримав офіцерського звання через неналежне ставлення до нього як жителя колонії.

Автоматичність сприйняття іронічних мовленнєвих стереотипів пояснює теорія промінантності (*graded salience hypothesis*) [6; 7, с. 919]. Згідно з цією теорією значення слова чи виразу є промінантним, висуненим, якщо воно може бути відновленим безпосередньо з ментального лексикону, а не з контексту. Ступінь промінантності визначається конвенційністю, частотністю та розповсюдженістю. Ураховуючи положення цієї теорії, вважаємо, що в іронічних мовленнєвих стереотипах прихований смисл є промінантним. Це можна проілюструвати таким прикладом:

The old man returned with a few lumps of coal which he placed here and there on the fire.

«That's a nice how-do-you-do», said Mr. O'Connor.

«How does he expect us to work for him if he won't stump up?» [2, с. 246].

При сприйнятті іронічного мовленнєвого стереотипу *that's a nice how-do-you-do* (як не соромно) небуквальний смисл є більш виділеним, ніж дослівний внаслідок багаторазового повторення в іронічному спілкуванні та конвенційно закріпленого за ним іронічного значення, що спрощує та прискорює процес інтерпретації іронії.

Висновки. У процесі актуалізації іронічного смислу етикетні мовленнєві стереотипи проектується в контекст, де вони виявляються контрастними чи парадоксальними. Іронізуючи, мовець вживає етикетні форми вітання, прощання, висловлювання вдячності, співчуття, схвалення, поздоровлення, компліменти тощо несподівано, недоцільно з погляду успішності спілкування. Мовленнєві стереотипи, які реалізують іронічну оцінку, іноді не дотримуються соціальної диференціації комунікативної ситуації, не відповідаючи статусним і рольовим стосунками комунікантів, що призводить до створення комічного ефекту – глузування.

Перспективи подальшого дослідження ми вбачаємо у вивченні функціонування соціальних, гендерних та етнічних стереотипів при породженні іронічного смислу, у з'ясуванні ролі, яку вони відіграють при сприйнятті та розумінні іронії.

Джерела та література

1. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации / А. Д. Белова – Киев : КНУ, 1997. – 300 с.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы : [пер. с англ.] / Э. Берн. – Минск : Прамеб, 1992. – 383 с.
3. Домашнев А. И. Интерпретация художественного текста / А. И. Домашнев, И. П. Шишкина, Е. А. Гончарова. – [2-е изд., перераб.] – М. : Просвещение, 1989. – 205 с.
4. Калентьева Т. Л. Языковое сознание и когнитивное сознание в контексте деятельностного подхода / Т. Л. Калентьева. – Иркутск : Изд-во Иркут. ун-та, 1998. – 176 с.
5. Кубрякова Е. С. Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика – психология – когнитивная наука / Е. С. Кубрякова // Вопр. языкознания. – 1994. – № 4. – С. 34–47.
6. Jorgensen J. The Functions of sarcastic irony in speech / J. Jorgensen // Journal of Pragmatics. – 1996. – Vol. 26. – P. 613–634.
7. Katz A. Processing of figurative language: Occupation of speaker turns metaphor into irony / A. Katz, P. Penxman // Metaphor and Symbol. – 1997. – № 12. – P. 19–41.

Джерела ілюстративного матеріалу

1. **BC:** Brewer J. A Crack in Forever. – L. : Bantam Books, 1997. – 299 p.
2. **JP:** Joyce J. A Portrait of the Artist as a Young Man. – L. : David Capbell Publishers Ltd., 1991. – 318 p.
3. **MO:** Maugham W. S. The Outstation // The Tree of Knowledge / предисл. и коммент. Е. В. Гвоздиковой. – На англ. яз. – М. : Айрис-пресс, 2002. – С. 175–226.
4. **RH:** Roberts N. Homeport. – L., N.Y., Cape Town : Reader's Digest, 1999. – P. 137–267.
5. Steel D. Kaleidoscope. – L. : Sphere Books Ltd, 1994. – 390 p.

Лесик Ирина. **Функционирование речевых стереотипов в ироническом общении.** Выявлена специфика функционирования речевых стереотипов в иронической коммуникации, рассмотрены разные виды этикетных речевых стереотипов, которые служат реализации иронического смысла. Особое внимание уделяется особенностям восприятия и понимания иронии, которая актуализируется при помощи речевых стереотипов.

Этикетные формулы приветствия, поздравления, извинения, сочувствия и т. д. употребляются адресантом иронии неожиданно и нецелесообразно с точки зрения успешности общения. В процессе актуализации иронического смысла этические речевые стереотипы проектируются в контекст, где они оказываются контрастными или парадоксальными, что приводит к созданию комического эффекта – насмешки.

Особенностью речевых стереотипов, которые выражают ироническую оценку, является то, что они не соответствуют социальной дифференциации коммуникативной ситуации, не согласовываются со статусными и ролевыми отношениями между коммуникантами. Повторное использование определенных речевых стереотипов в ситуациях иронического общения приводит к стабилизации их интенциональной, коммуникативной семантики, закрепления за ними иронического значения.

Ключевые слова: ирония, речевые стереотипы, речевой этикет, адресант, адресат.

Lesyk Iryna. Functioning of Speech Stereotypes in Ironic Conversation. The article is devoted to functioning of speech stereotypes in an ironic communication; it deals with different types of speech stereotypes that are used to express an ironic meaning. Much attention is paid to the peculiarities of the perception and understanding of irony that is manifested by speech stereotypes.

Etiquette formulas of greeting, congratulation, apology, sympathy etc. are used by an ironic speaker unexpectedly and unsuitably from the point of view of a successful communication. In the process of irony manifestation speech stereotypes are projected into the context where they prove to be contrasting or paradoxical. It leads to the creation of the comic effect – mocking.

The main feature of speech stereotypes that convey an ironic meaning lies in the fact that they do not correspond to the social differentiation of a communicative situation, do not agree with a status and a role of a speaker. Repeated use of certain speech stereotypes in the situations of an ironic communication leads to the stabilization of their intentional, communicative semantics and acquiring an ironic meaning.

Key words: irony, speech stereotypes, speech etiquette, addresser, addressee.

Стаття надійшла до редколегії
06.03.2013 р.

УДК 811.111'27'373:159.964.21

Олена Мельник

Конфліктна сутність егоїстичних висловлень

У статті розглянуто особливості конфліктної ситуації, в якій функціонують егоїстичні висловлення. Акцентовано увагу на основні типи конфліктних особистостей, зокрема демонстративний та ригідний типи. Окреслено характерологічні особливості егоїстів, які спричиняють руйнацію стосунків. Схарактеризовано динамічні характеристики конфліктного дискурсу, а саме передконфліктну фазу, інцидент, ескалацію, кульмінацію та фазу завершення конфлікту. Докладно проаналізовано основні комунікативні стратегії, які вживають комуніканти-егоїсти: конфліктно-агресивну й активно-центровану.

Ключові слова: конфліктна ситуація, егоїзм, егоїстичні висловлення, комунікативна стратегія.

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасні лінгвістичні дослідження характеризуються всебічним вивченням конфліктних мовленнєвих ситуацій. Поняття *конфлікт* розглядають різні галузі знань: психологія [3; 18], соціологія [1; 6] та лінгвістика [13; 4], що в подальшому призвело до формування конфліктології, науки про закономірності виникнення, розвиток, завершення конфліктів, а також принципи, способи й прийоми їх конструктивного регулювання. Оскільки в коло проблем сучасної комунікативної лінгвістики входять різноманітні форми мовленнєвого спілкування, різні види стосунків між учасниками та різні форми мовленнєвої взаємодії, то вивчення конфліктного дискурсу крізь призму міжособистісних відносин є цілком доцільним і зумовило **актуальність** заявленої проблеми.

Метою статті є з'ясування конфліктної сутності егоїстичних висловлень та виокремлення основних комунікативних стратегій, які вживаються комунікантами-егоїстами.