Список використаної літератури

1. Адамов Е. Б. Иллюстрация в художественной литературе / Е. Б. Адамов. – М. : Искусство, 1959. – 88 с.
2. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов / Е. Е. Анисимова. – М. : Academia, 2003. – 128 с.
3. Валгина Н. С. Теория текста : учеб. пособие / Н. С. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 280 с.
4. Головина Л. В. Влияние иконических и вербальних знаков при смысловом восприятии текста : дис. … канд. филол. наук / Л. В. Головина. – М., 1986. – 173 с.
5. Ейгер Г. В. К построению типологии текстов / Г. В. Ейгер, В. Л. Юхт // Лингвистика текста : материалы науч. конф. «Лингвистика текста». – М. : МГПИИЯ им. М. Тореза, 1974. – С. 103–110.
6. Есильбаева А. Основные признаки поликодового текста / А. Есильбаева // Вестник КазНТУ. – Алмата, 2011. – № 3 (85). – С. 253–255 [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://vestnik.kaznu.kz/files/newspapers/36/1073/1073.pdf
7. Жинкин Н. И. Речь как проводник информации / Н. Н. Жинкин. – М. : [б. и.], 1982. – 159 с.
8. Лазарева Э. А. Использование приема когнитивного столкновения в политическом дискурсе СМИ / Э. А. Лазарева, Е. В. Горина // Лингвистика Т. П. Екатеринбург, 2003. – С. 103–112.
9. Чегодаєв А. Д. Краткая литературная энциклопедия / А. Д. Чегодаєв [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://feb-web.ru/feb/kle/kle-abc/ke3/ke3-0872.htm
10. Якобсон Р. О. Язык в отношении к другим системам коммуникации / Р. О. Якобсон // Избранные работы. – М. : [б. и.], 1985. – С. 319–330.

Список ілюстративного матеріалу

11. Gaiman N. The Graveyard Book / Gaiman N. – Harper Collins, 2008. – 312 p.
12. Gaiman N. The Graveyard Book / Gaiman N. – Bloomsbury Publishing PLC, 2009. – 304 p.
13. Gaiman N. Coraline / Gaiman N. – Harper Collins ; First Edition, 2008. – 192 p.
14. Gaiman N. Coraline / Gaiman N. – Bloomsbury: 2002. – 163 p.
15. Gaiman N. Odd and the Frost Giants / Gaiman N. – Bloomsbury Publishing PLC, 2010. – 144 p.
16. Gaiman N. Odd and the Frost Giants / Gaiman N. – HarperCollins ; First Edition, 2009. – 128 p.

Статтю подано до редколегії
16.03.2012 р.

УДК 811.111'42:316.75:070

С. В. Тхоровська – кандидат філологічних наук,
асистент кафедри іноземних мов факультету міжнародних
відносин Львівського національного університету
імені Івана Франка

Сутнісні ознаки ідеологічного дискурсу (на матеріалі редакційних статей)

*Роботу виконано на кафедрі іноземних мов
факультету міжнародних відносин
ЛНУ ім. І. Франка*

Визначено поняття *ідеологічного дискурсу*, який виникає внаслідок взаємодії мовних та ідеологічних чинників і об'єктивується в текстах редакційних статей. Розглянуто сутнісні ознаки ідеологеми – ключового концепту ідеологічного дискурсу.

Ключові слова: дискурс, ідеологія, ідеологічний дискурс, концепт, ідеологема.

Тхоровская С. В. Сущностные признаки идеологического дискурса (на материале редакционных статей). Определено понятие *идеологического дискурса*, который возникает вследствие взаимодействия языковых и идеологических факторов и объективируется в текстах редакционных статей. Рассмотрены сущностные признаки идеологемы – ключевого концепта идеологического дискурса.

Ключевые слова: дискурс, идеология, идеологический дискурс, концепт, идеологема.

© *Тхоровська С. В., 2012*

Tkhorovska S. V. Essential Characteristics of Ideological Discourse (on Materials of Editorials). The article focuses on defining the notion of *ideological discourse* which arises from the interrelationship between lingual and ideological factors and is actualized through the texts of editorials. Essential characteristics of ideologem – the key concept of ideological discourse – have been studied.

Key words: discourse, ideology, ideological discourse, concept, ideologem.

Постановка наукової проблеми та її значення. Упродовж останніх десятиліть дослідження *дискурсу* привертають увагу дослідників (Н. Д. Арутюнова, 1990; А. Д. Бєлова, 1997, 2002; І. А Бехта, 2001, 2003, 2004; О. П. Воробйова, 1993; В. І. Карасик, 2002; А. А. Кібрик, 1994; Є. С. Кубрякова, 2001, 2004; К. Я. Кусько, 2001, 2004; М. Л. Макаров, 2003; Ю. С. Степанов, 1995; В. Є. Чернявска, 2003; І. С. Шевченко, 2005; R. de Beaugrande, 1991; N. Fairclough, 2001, 2003; S. Jäger, 2002; S. Link, 1995; D. Schiffrin, 2003; S. Slembrouck, 2003; D. Tannen, 2003; R. Wodak, 2002, 2006). Водночас зростає актуальність питання природи ідеології, її експлікації лінгвальними засобами, моделювання потенційного впливу на адресата (А. М. Баранов, 1991, 1997; Р. М. Балкар, 1987; Р. Водак, 1997; В. З. Демьянков, 1994, 2002; І. М. Дзялошинський, 2005; Н. А. Купіна, 2000, 2006; Г. Г. Почепцов, 2001, 2003; В. В. Різун, 2005; А. О. Стрижено, 1980; В. А. Ущина, 2003; О. Є. Чернова, 2004; А. П. Чудінов, 2006; О. Й. Шейгал, 2004; T. van Dijk, 2003, 2004, 2006, 2008, 2009; R. Fowler, 1991; P. Graham, 2003; S. Hall, 2002; G. Kress, 1985; M. Pêcheux, 1982; R. Wodak, 2006).

Попри таке зацікавлення сутністю ідеології та дискурсу все ще не існує єдино визнаного підходу до виокремлення ідеологічного дискурсу, що й зумовило **актуальність** статті. Функціонуючи в ідеологічному просторі газети та об'єктивуючись у текстах редакційних статей зокрема, ідеологічний дискурс відображає колективну свідомість авторів, їхні ідеологічні переконання та цінності. Питання виникнення й функціонування ідеологій у дискурсі та їхній потенційний вплив на адресата набуває особливої ваги, що й зумовило проблематику дослідження, адже аналіз дискурсу допомагає декодувати імпліковані ідеологічні настанови, маніфестовані в тексті через лінгвальні особливості, експлікувати те, що закладено лише на імпліцитному рівні.

Метою та основним **завданням** статті є визначення поняття *ідеологічного дискурсу*, розгляд його природи й місця в типології дискурсу, аналіз домінантного концепту ідеологічного дискурсу – ідеологеми.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Дискурс трактують як складне комунікативне явище, мовленнєво-мисленнєву діяльність, що включає лінгвальні та позалінгвальні аспекти, матеріальним продуктом реалізації якої є текст [4]. Текст стосовно дискурсу розглядають як базову одиницю дискурсу, як «вербально і знаково зафіксований продукт діяльності, що живе у мить творення та сприйняття» [3, 88], а дискурс може бути представлений текстом чи сукупністю текстів, об'єднаних певною ознакою, як спосіб актуалізації тексту в певних ментальних і прагматичних умовах [2, 93].

Дискурс – це простір, у якому під впливом позалінгвальних чинників (психологічних, культурних, соціальних тощо) відбувається процес творення та інтерпретації тексту. Одним із таких чинників є ідеологія – комплексна система соціокультурних норм та цінностей, які є спільними для групи, накопичені протягом її життєвого досвіду, які обумовлюють її світогляд, життєвий уклад, ставлення до оточення. Визначаючи ідентичність групи, ідеологія окреслює, що добре, а що погане, що правильне, а що хибне, контролюючи уявлення про світ. Вона має когнітивну та соціальну природу, пов'язуючи когнітивні репрезентації та процеси, що лежать в основі дискурсу, та суспільну позицію й інтереси суспільного інституту [8, 18]. Відтак ідеологію трактуємо як цілеспрямовану реалізацію комунікативних намірів певного суспільного інституту [9, 30], яким у дослідженні є колегія редакційної статті.

Взаємозв'язок мови та ідеології продукує особливий вид дискурсу – ***ідеологічний***, під яким розуміємо *сукупність усних чи писемних текстів різних жанрів, об'єднаних ідеологічною оцінкою, яка зводить усі значення в дискурсі до одного фіксованого смислу*. Основною метою ідеологічного дискурсу є нав'язування поглядів, настанов, суджень, притаманних суспільній групі. Текст слугує базою для об'єктивації дискурсу, а ідеологічна оцінка зумовлює вибір вербальних та невербальних структур для подання інформації про об'єкт.

Будь-який вид дискурсу можна кваліфікувати як *ідеологічний*, якщо він формується на основі ідеологічних настанов та в ньому експлікується ідеологічна орієнтація. У дослідженні ідеологічний дискурс розглядаємо як окремий вид дискурсу, який об'єктивується в межах газетного комунікативного простору. *Газетний дискурс*, зі свого боку, трактуємо як сукупність письмових текстів

різних жанрів, основними характеристиками яких є: дистантність, ретиальність, індивідуально-колективний суб'єкт, масовий адресат та категорія інформаційного поля – інформаційний континуум, що охоплює певний простір фактів і подій реального світу і представлений репертуаром тем [6, 272–275].

Ідеологічний дискурс перебуває у гіперонімо-гіпонімічних зв'язках із газетним, слугуючи, з одного боку, родовим стосовно газетного та інших видів дискурсу, які актуалізуються в межах газетного простору, а з іншого боку – газетний дискурс є «парасольковим» для інших видів дискурсу, які трапляються на шпальтах газет. Комунікативно-функціональні зв'язки між ідеологічним та газетним дискурсами можна представити у вигляді схеми (рис. 1).

Рис. 1. *Комунікативно-функціональні зв'язки між газетним та ідеологічним дискурсами*

В ідеологічному дискурсі виклад інформації здійснено і підпорядковано одній точці зору, яку адресант намагається подати як єдино прийнятну та правильну, адже усяка ідеологія хоче, щоб її сприймали не як один із можливих поглядів на світ, а як єдино допустиме його зображення [1, 17]. Ідеологічна точка зору постає як стратегія викладу інформації, яка відповідає інтересам та переконанням адресанта. У процесі інтерпретації адресат відтворює дійсність під тим кутом зору та з тою оцінкою, яку заклав адресант.

Функціонування ідеологічного дискурсу забезпечується реалізацією двох ключових комунікативних стратегій: позитивної презентації «своєї» групи та негативного представлення «чужої» групи. В основі цієї категоризації лежить дихотомія «своє – чуже», яка визначає вибір інформації та засоби для її вербалізації. Інформація, яка розкриває позицію «своєї» групи, зосереджена на вияві позитивних аспектів та приховуванні негативних, інформація, яка окреслює позицію „їхньої» групи, спрямовує інтерпретацію адресата у негативному руслі через емфазування негативних аспектів та замовчування позитивних. Комунікативні стратегії зумовлюють ракурс погляду на об'єкт мовлення, накладаючи обмеження на характер та обсяг інформації, а також на вибір мовленнєвих засобів задля досягнення потрібного результату.

Особливістю будь-якого дискурсу є наявність центральних концептів, навколо яких зосереджене велике смислове поле [5, 280]. Ідеологічний дискурс обумовлений функціонуванням власних концептів, якими виступають ***ідеологеми*** – ключові концепти ідеологічного дискурсу, які втілюють світоглядні норми, фундаментальні ідейні настанови і лаконічно позначають загальнолюдські, політичні, культурні цінності. У дискурсі ідеологеми реалізуються через опорні слова або групи слів, які виражають інтереси окремої групи у формі цінностей, переконань, моделей поведінки, забезпечуючи смислову цілісність дискурсу. Вони мають здатність діяти на свідомість людей, прищеплюючи їм певні стереотипи. Так людині нав'язують стандарти, якими вона починає мислити, а це сприяє маніпулюванню її свідомістю.

У процесі дослідження виокремлено ключові ознаки ідеологеми, якими є: 1) бінарна структура, яка чітко окреслює межі «свого» та «чужого», визначаючи роль ідеологеми як орієнтира у сприйнятті дійсності, засобу ідентифікації себе зі «своєю» групою та дистанціювання від «іншої» групи; 2) стереотипний та спрощений характер; 3) вираження та пропагування фундаментальних політичних, культурних, релігійних, світоглядних тощо цінностей, які складають основу інтерпретації дійсності; 4) гіперболізація тих аспектів явища, які вона позначає; 5) дифузна семантика, нечіткий та абстрактний референт.

У внутрішній структурі концепту виокремлюють кілька шарів – понятійний, образно-перцептивний та ціннісний. Понятійний бік концепту відображає його мінімальну і найзагальнішу частину концептуального змісту. Образно-перцептивний аспект концепту виявляється через асоціації, які виникають у свідомості адресата при використанні концепту і пов'язані з індивідуальним та колективним досвідом його носіїв. Ціннісний бік концепту маніфестується у ставленні до нього, трансформуючи його в «енергетично-інформаційну першооснову» [7, 62], відображає ідеологічні, моральні, культурні відносини.

Ця структурованість концепту найповніше виявляється у вигляді фрейму як структури даних для представлення стереотипної ситуації. Організація фрейму передбачає наявність імені – вершини фрейму, яка виражає понятійну частину його концептуального змісту, та релевантних або другорядних елементів, які заповнюють слоти фрейму і репрезентують образний та ціннісний складник концепту. Наприклад, у вигляді фреймової конструкції можна представити загальну структуру ідеологеми barbarity, як це випливає із матеріалу дослідження статей, присвячених аналізу ситуації в Африці (рис. 2).

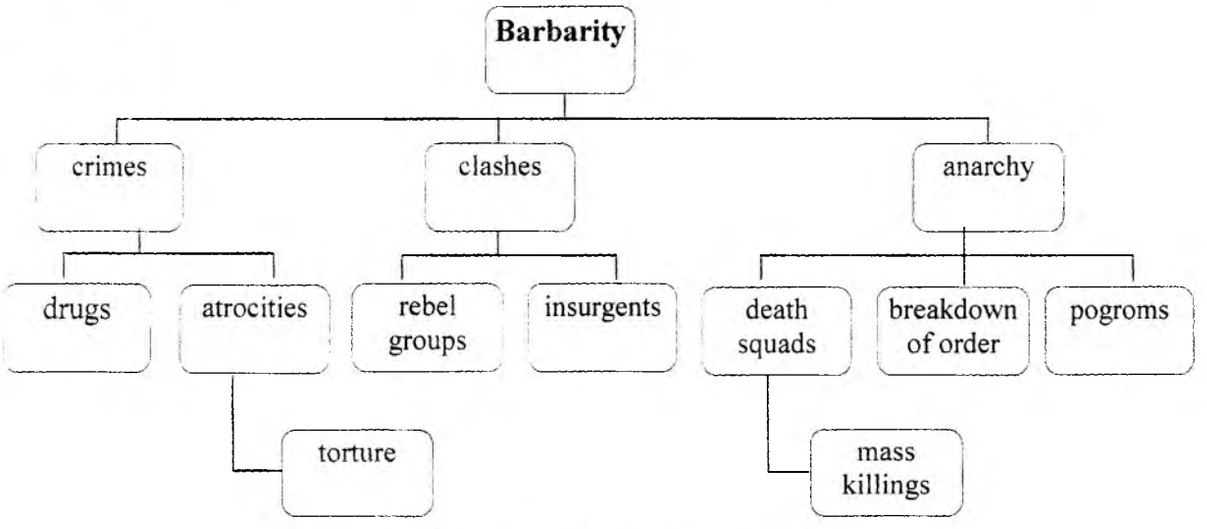

Рис. 2. *Фреймова модель ідеологеми Barbarity*

Ядром фрейму є поняття *варварства*. На периферії розміщені елементи, які супроводжують його та виникають із культурного, колективного досвіду, а саме – найтиповіші асоційовані з ним у західного адресата імплікати: злочини, сутички, анархія, звідси – трактування Африки як відсталого континенту, на якому зосереджені всі біди людства, який відтак потребує «нашої» допомоги. Таких слотів може бути безліч, залежно від продуктивності ідеологеми. Ключовими аспектами «їхнього» способу життя є кровопролиття, тероризм, бідність, корупція, хвороби, які тісно переплетені між собою. Адресант змальовує картину «їхнього» життя експресивними засобами – експліцитно пейоративними лексемами, епітетами, неекспресивними словами, які набувають нових емотивно-оцінних прирощень у контексті: *burning villages, refugees fleeing*; *a deeply depressing picture*; *a horrendous civil war*; *bloody havoc*; *hacking off the limbs, lips and ears of civilians, including children*; *sexual violence and the conscription of child soldiers who were kidnapped, drugged and turned into sadistic killers*. Типовими для ілюстрації страхіть війни є окремі епізоди, деталі, які слугують базою для узагальнення, а відтак утворення стереотипу щодо ситуації. При цьому адресант застосовує широкий арсенал експресивної

лексики, щоб вплинути на емоції адресата, внаслідок чого почуття ненависті до «інших» стає цілком виправданим.

Висновки. Ідеологічні переконання та цінності у вигляді вербалізованих ідеологем маніфестуються в дискурсі, сприяючи реалізації комунікативних стратегій ідеологічного дискурсу та здійснюючи вплив на адресата. Ідеологема реалізується опорним словом або групою слів, які виражають інтереси окремої групи у формі цінностей, переконань, моделей поведінки, забезпечуючи смислову цілісність дискурсу.

Перспективи подальшого дослідження. З огляду на посилення обміну інформацією у суспільстві, який супроводжується зростанням інтересу до наукового аналізу процесів мовленнєвої діяльності, подальша робота в цьому руслі є надзвичайно перспективною. Виявлення ідеологем через аналіз лексико-семантичних, граматичних, прагмалінгвістичних засобів у їхній взаємодії із соціальними чинниками уможливлює експлікацію «упередженого» ставлення до предмета викладу, а, отже, – здатність протистояти викривленню даних та, як наслідок, маніпуляції свідомістю.

Список використаної літератури

1. Барт Р. Избранные работы : Семиотика : Поэтика / Р. Барт ; [пер. с фр]. – М. : Прогресс, 1989. – 616 с
2. Бацевич Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 281 с.
3. Бехта І. А. Дискурс наратора в англомовній прозі / І. А. Бехта. – К. : Грамота, 2004. – 304 с.
4. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : [монографія / під заг. ред. І. С. Шевченко]. – Х. : Константа, 2005. – 354 с.
5. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 476 с.
6. Культура русской речи / [учебник для вузов / под ред. проф. Л. К. Граудиной и Е. Н. Ширяева]. – М. : Изд. группа НОРМА–ИНФРА М, 1999. – 560 с.
7. Приходько А. Н. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / А. Н. Приходько. – Запоріжжя : Прем'єр, 2008. – 332 с.
8. Dijk T. A. van. Discourse analysis as ideology analysis / T. A. van Dijk // Language and Peace. – Aldershot : Dartmouth Publishing, 1995. – P. 17–33.
9. Khilkhanova E. Language construction of reality in the German tabloid press (on materials of Bild newspaper) / E. Khilkhanova. – Budapest : Open Society Institute, 1999. – 117 p.

Список джерел ілюстративного матеріалу

1. The Daily Telegraph [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.telegraph.co.uk
2. The Guardian [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.guardian.co.uk
3. The Times [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.timesonline.co.uk
4. The New York Times [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nytimes.com
5. The Washington Post [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.washington post.com

Статтю подано до редколегії
13.03.2012 р.

УДК 821-3.02(4)

З. Л. Філоненко – аспірант Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка

Явище американської експериментальної прози в постмодерністській поетиці

Роботу виконано на кафедрі германських мов і перекладознавства ДДПУ ім. Івана Франка

Статтю присвячено дослідженню постмодерністської експериментальної прози та виявленню її характерних особливостей. Визначено поняття американської постмодерністської експериментальної прози з погля-

© *Філоненко З. Л., 2012*