

1. *Жовтобрюх М. А.* Мовознавчі погляди М.О.Максимовича // Мовознавство. – 1979. – № 5. – С. 46–50. 2. *Карпенко М. О.* Київська історико-філологічна школа в персоналіях: М.О.Максимович як її засновник (до 200-річчя від дня народження) // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – Вип. 13. – К., 2005. – С. 360–365. 3. *Карпенко М. О.* Наступність розвитку ідей Київської історико-філологічної школи в університеті Св. Володимира: М.О.Максимович і М.П. Драгоманов // Мова і культура. – Вип. 6. – Т. 5. – Ч. 1. – К., 2003. – С. 210–216. 4. *Карпенко М. О.* Полеміка М.О.Максимовича з Й.Добровським та П.Й.Шафариком щодо класифікації слов'янських мов (з історії східнослов'янського мовознавства) // Наукові записки Академії наук вищої школи України. – Вип. 2. – К., 1999. – С. 81–88.

#### **Джерела:**

1. *Максимович М. А.* Собрание сочинений: В 3 т. – К.: Издательско-полиграфический центр "Киевский университет", 2008. – Т. III. – 752 с.  
2. *Максимович М. А.* Об употреблении названий "Россия" и "Малороссия" в Западной Руси // Максимович М.О. Вибрані твори. – К.: Либідь, 2004. – С. 342–345.

*Годісь Ю.Я.*, асист.,  
Львівський НУ імені Івана Франка

### **ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ КОМПОЗИЦІЇ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ЖАНРУ "МИСТЕЦТВО УСПІХУ"**

*У статті досліджуються характерні риси композиційного оформлення текстів жанру "мистецтво успіху" у їх прагматичному аспекті: проаналізовано функції та структуру заголовка, коментарів автора та основного тексту, а також його невербальну частину.*

**Ключові слова:** жанр "мистецтво успіху", прагматика, композиція, заголовок.

*В статье анализируются главные особенности композиции текстов жанра "искусство успеха" в их прагматическом аспекте: исследовано функции и структуру заглавия, комментариев автора и основного текста как вербальной части текста, а также и невербальную его часть.*

**Ключевые слова:** жанр "искусство успеха", прагматика, композиция, заглавие.

*In this paper, the pragmatic aspect of the composition of the "personal-success" genre has been investigated: the pragmatic nature of titles as the*

*most powerful tools to attract reader's attention, author's preface and the main body of the text as well as its non-verbal part have been analyzed.*

**Key words:** "personal-success" genre, pragmatics, composition, titles.

На сучасному етапі розвитку лінгвістики, зокрема нового її напрямку – лінгвістичної генології, масова комунікація часто стає об'єктом пильної уваги вчених, які прагнуть з'ясувати її сутність, закономірності розвитку, механізми функціонування тощо. Оскільки масова комунікація відіграє важливу роль у підтримці та утвердженні культурних і суспільних цінностей, тексти різних її жанрів стають дедалі привабливішими для сучасних мовознавчих досліджень (Апалат Г.П., Крижанівська Г.Т., Потапенко С.І. та ін.). Однак жанр "мистецтво успіху" (англ. *personal-success literature, self-help literature*) досі не ставав об'єктом лінгвістичних розвідок і тому потребує детального лінгвогенологічного аналізу. Сама назва «*self-help, personal-success literature*» пояснює контекст досліджуваного жанру: це своєрідні підручники з досягнення успіху, мета яких – навчити читача допомогти самому собі жити успішно та заможнo у світі, що змінюється шаленими темпами ("*This book is about those six lessons, put as simply as possible as my rich dad put forth those lessons to me. The lessons are not meant to be answers but guideposts. Guideposts that will assist you and your children to grow wealthier no matter what happens in a world of increasing change and uncertainty*") [Kiyosaki 2000, 19]). Серед авторів текстів досліджуваного жанру слід назвати Н. Хілла, Ф. Бетджера, Р. Кіосакі, Б. Трейсі, Б. Шефера, Дж. Клейсона, Дж. Кехо тощо.

**Метою** цієї праці є аналіз характерних рис композиційного оформлення текстів жанру "*personal-success literature*" у їх прагматичному аспекті. Матеріалом дослідження стали 6 книг жанру "мистецтво успіху".

Тексти досліджуваного жанру підпадають під категорію *non-fiction* (нехудожня література), куди, крім цього жанру, традиційно зараховують релігійну, наукову, технічну, історичну літературу, есе, біографії, спогади, кулінарні книги тощо. У диференціації вищеназваних жанрів визначальною є жанрова мета, яка, зауважує Т.В. Яхонтова, відбиває суспільно визнані цілі та потреби і формує жанр як засіб досягнення цих цілей [Яхонтова 2009, 75]. Жанрова мета – не лише підтримати свого читача, але й навчити його жити успішно – зумовлює й загальну дидактичну спрямованість текстів жанру "мистецтво успіху".

Вплив жанрової мети є відчутним у функціональній організації змісту та обсязі текстів (це своєрідні підручники з досягнення успіху та фінансової незалежності, в середньому по 140-250 сторінок), а також у їх композиційному оформленні та структуруванні. Композиція текстів досліджуваного жанру складається з вербального та невербального аспектів, що дозволяє трактувати ці тексти як креолізовані, тобто такі, фактура яких складається з двох негомогенних частин [Сорокін 1990, 180-181]. Вербальний аспект композиції охоплює заголовок, коментарі автора та основний текст. Невербальний аспект – специфічне графічне оформлення – є важливою жанрорелевантною особливістю текстів жанру "мистецтво успіху". Ці два аспекти складають одне візуальне, структурне, смислове і функціональне ціле, метою якого є комплексний вплив на адресата [Анісімова 1992, 73]. У способі донесення інформації через поєднання вербального та невербального аспектів реалізується мультимодусність жанру "мистецтво успіху". Погоджуючись з Л. Мінаєвою, зазначимо, що саме невербальні засоби комунікації стають певним фоном для тексту, який, у свою чергу, створює додаткову експресію, оцінку та емоційність, тим самим сприяючи формуванню певної ідеї у свідомості реципієнта [Мінаєва 2002, 28]. Так, поєднання шрифтів різної форми та розміру виділяє важливу для сприйняття інформацію, акцентує на ній, а постійне повторювання цього прийому носить сугестивний характер. Як відомо, шляхом сугестії (навіювання) можна ефективно створювати підсвідомі установки. Цю думку ще раз підтверджує Б. Потятиник, зазначаючи, що "те, що постійно повторюється, набуває в психіці людей певної рельєфності, аж до перетворення у стимул, який керує вчинками" [Потятиник 2004, 100].

Перший елемент вербального аспекту композиції текстів "*personal-success literature*" – заголовок виконує функцію своєрідної реклами. Заголовок взагалі є орієнтиром читача у безкрайому морі художніх та нехудожніх текстів. Він покликаний не лише виразити основну мету повідомлення, встановити контакт з читачем, а й насамперед привернути увагу та викликати цікавість адресата до теми повідомлення [Коваленко 2002, 5]. Узявши за основу класифікацію функцій заголовків, запропоновану А.М. Коваленком, стверджуємо, що заголовки текстів досліджуваного жанру виконують інформативну, інтригуючу та спонукальну функції, причому функція, яка домінує у кожному заголовку, відкриває простір для його інтерпретації [Коваленко 2002, 5].

Інформативна функція заголовків передбачає наявність у них опорних елементів, які забезпечують висвітлення основного змісту тексту, не торкаючись його деталей. Опорними в усіх заголовках є іменники та прикметники, які передають суть концептів "Успіх" та "Гроші" – двох ключових понять, що окреслюють тематичний вектор цього жанру ("*Rich Dad, Poor Dad*", "*Money, Success and You*", "*The Richest Man in Babylon*", "*Think and Grow Rich*"). Саме ці опорні елементи зумовлюють і ще одну функцію заголовків текстів досліджуваного жанру – атрактивну. Передаючи суть концептів "Money" та "Success", вони насамперед приваблюють читача – представника сучасного американізованого суспільства споживачів, для якого найвищі сходинки в ієрархії цінностей займають матеріальні блага.

Ще одним прийомом привернення уваги реципієнта є синтаксична модель – номінативний заголовок, тобто конструкції з односкладним реченням, де головний член речення – підмет – виражений іменником. Так, заголовки "*Rich Dad, Poor Dad*", "*Maximum Achievement*", "*The Greatest Opportunity In The World*" інтригують, збуджують увагу адресата, і, окреслюючи тематику, виступають своєрідною рекламою своїх текстів. Поширеними є заголовки, у яких використовується прийом протиставлення. Він виявляється у бінарних структурах ("*How I Raised Myself From Failure To Success In Selling*", "*Rich Dad, Poor Dad*"). Операції з цими структурами, як зазначає А.Д. Белова, вважаються легкими як у логічному, так і в психологічному планах [Белова 1997, 101].

Експресивний потенціал заголовків текстів досліджуваного жанру реалізується у найвищому ступені порівняння прикметників. Цей граматичний прийом покликаний підкреслити винятковість і досконалість запропонованого методу досягнення успіху. Так, заголовки "*The Greatest Opportunity in the World*", "*The Richest Man In Babylon*" спонукають адресата до прочитання тексту в надії на те, що пропагована формула успіху стане найбільшою можливістю реципієнта, найкращим його шансом, а ретельне виконання усіх інструкцій обов'язково приведе адресата до омріяної вершини фінансової незалежності.

Поліфункційність заголовків зумовлена також їх дворівневою структурою. Присутність, крім самого заголовку, розширення утворює певний заголовний комплекс, що є облігаторним для досліджуваного жанру. Два елементи заголовного комплексу різняться за своєю прагматичною спрямованістю. Наприклад, у

заголовному комплексі *"Rich Dad, Poor Dad What The Rich Teach Their Kids About Money – That The Poor And Middle Class Do Not!"* перший елемент привертає увагу та інформує про зміст тексту, тоді як другий елемент інтригує, примушує реципієнта замислитись про "науку багатих".

Спонукальна функція реалізується заголовками, у яких виражається заклик до дії. Це – конструкції односкладного речення з головним членом речення – присудком, вираженим дієсловом наказового способу. Саме імператив, за висловом А.Д. Белової, є еталоном спонукування [Белова 1997, 250]. У заголовку *"Think and Grow Rich"* через спонукування до дії відчутне й навіювання виразного комунікативного смислу. Проходячи крізь увесь текст, цей прийом слугує створенню підсвідомої установки, формуванню певних орієнтирів у психіці адресата, що доводить здатність жанру "мистецтво успіху" маніпулювати масовою свідомістю.

*Коментарі автора* як елемент композиції досліджуваного жанру виконують подвійну роль "інтродукції" та "ретроспекції". У структурі текстів вони представлені як *Foreword, Acknowledgments, Introduction* або *Author's Preface*. У цьому структурно-функційному компоненті текстів чітко формулюється мета твору (*"This book is...a complete and comprehensive approach to the business of living well, of living a life characterized by happiness, harmony, health and true prosperity"* [Tracy 1993, 17], *"...its purpose being to convey a great universal truth through which all who are ready may learn, not only what to do but also how to do it!"* [Hill 2009, 11]). Ретроспективний аспект коментарів автора актуалізується через опис комунікативної ситуації (термін І. Колегаєвої [Колегаєва 1991, 43]) або просторово-часових координат породження тексту. Наприклад, адресат дізнається, що у Ф. Бетджера ідея написання твору з'явилась у потязі з Нью-Йорка до Мемфіса, штат Теннессі, після розмови з відомим психологом Дейлом Карнегі. *"One day, quite by accident, I got on the same train in New York with Dale Carnegie. Dale was bound for Memphis, Tennessee, to deliver some lectures... He said: "Frank, I have been giving a series of one-week schools, sponsored by the United States Junior Chamber of Commerce; why don't you come along with me and give some talks on selling?.. Why don't you write a new kind of book on selling?"* [Bettger 1986, V]. Крім місця і часу в цьому блоці експліцитно виражена інформація про комуніканта та відомості про генезис тексту. Так, читач дізнається, що мільярдер Б. Трейсі починав з миття посуду в маленькому готелі, спав у машині, копав криниці та ін. *"I failed high school, dropping six out of seven courses in my last year. My first real job was washing dishes in the kitchen*

of a small hotel. After that, I drifted from laboring job to laboring job, living in boarding houses, small hotels or one-room apartments, and occasionally sleeping in my car, or on the ground next to it" [Tracy 1993, 13-14]. Проте за 20 років важкої праці він досяг своєї "американської мрії": "It took me 20 years to escape from poverty and from worrying about money all the time" [Tracy 1993, 16]. У Н. Хілла реципієнт дізнається про те, як з'явилась ідея породження тексту: Е. Карнегі, сталевий магнат, спонукав автора дослідити формулу успіху, результатом якого стала книга "*Think and Grow Rich*": "*While I was performing the twenty-year task of research, which I had undertaken at Mr. Carnegie's request, I analyzed hundreds of well-known men, many of whom admitted that they had accumulated their vast fortunes through the aid of the Carnegie's secret...*" [Hill 2009, 9]. Експлікація особи адресанта відбувається через використання займенника першої особи однини (*I*). Цей прийом покликаний зменшити психологічну відстань між адресатом та адресантом і має на меті сформувати довірливе ставлення читача [Крижанівська 2011, 6].

Як бачимо, ця структурна частина, виконуючи роль інтродукції, покликана ще більше заінтригувати читача та спонукає його звернутись до основного тексту, тоді як метою її ретроспективного аспекту є довести дієвість формули успіху.

Структурна модель *основного тексту* передбачає такі частини, як розділи, підрозділи та висновки до кожного розділу. Назва розділу реалізується здебільшого через іменникові фрази, інколи з розширенням, метою якого є передати зміст у лаконічній формі, резюмувати його. Ця функція підкріплюється і назвою підрозділів (*Chapter 6 IMAGINATION* (розділ): *THE WORKSHOP OF THE MIND* (розширення); *The fifth step towards Riches, Two Forms of Imagination, How to Make Practical Use of Imagination, The Enchanted Kettle, What Would I Do If I Had a Million Dollars* (підрозділи) [Hill 2009]; *Chapter 3 Self-Talk* (розділ), *Programming Yourself for Success, "Just My Luck"* (підрозділи) [Kehoe 1991].

Текстовий структурний компонент "висновки" як елемент смислової структури основного тексту відіграє суттєву роль у закріпленні та запам'ятовуванні викладеної інформації і є важливим для підтримки та утвердження нових цінностей, стереотипів поведінки в сучасному суспільстві. Обсяг блоку може варіюватися від 1-2 речень до 1-2 сторінок. Це зумовлено не девіаціями у жанровій структурі, а індивідуальним стилем автора. Так, у Дж. Клейсона висновки реалізуються одним реченням, яке надруковано жирним шрифтом і взято у рамку в кінці

розділу; у Дж. Кехо – це теж речення, прагматичний потенціал якого посилюється словом "remember" ("*Remember, first you fuel the desire then the desire fuels you*", з розділу *Desire*) [Kehoe 1991]; у Ф. Бетджера – це 1-2 сторінки систематизованих, пронумерованих, тезових висновків, які він називає *Pocket Reminders* (кишенькові пам'ятки).

Отже, чітка послідовність усіх зазначених жанрово-структурних елементів допомагає адресату спрогнозувати організацію текстів жанру "мистецтво успіху". Вона відіграє роль своєрідного маніпулятивного механізму, спрямованого на формування у реципієнта певних очікувань, навіювання виразного комунікативного смислу. У цьому сенсі, на наш погляд, дослідження прагматики синтаксичних структур та лексичних елементів у назвах розділів та підрозділів текстів жанру "мистецтво успіху" могло б стати цікавим предметом подальших розвідок.

1. *Анисимова Е. Е.* Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов)/ Е.Е. Анисимова// *Вопр. языкознания.* – М., 1992. – №1. – С. 71–78. 2. *Апалат Г. П.* Структура, семантика і прагматика текстів-інтерв'ю (на матеріалі сучасної англомовної преси): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. "Германські мови"/ Апалат Г. П.; Київський національний лінгвістичний ун-т. – К., 2003. – 19 с. 3. *Белова А. Д.* Лингвистические аспекты аргументации./ А.Д. Белова. – К.: Информационно издательское агенство "Астрей", 1997. – 130 с. 4. *Коваленко А. М.* Заголовок англомовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневика *Newsweek*): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. "Германські мови"/ А.М. Коваленко; Київський національний лінгвістичний університет. – К., 2002. – 19 с. 5. *Колегаева И.* Текст как единица научной и художественной коммуникации/ И. Колегаева. – Одесса, Редакционно издательский отдел областного управления по печати, 1991. – 120с. 6. *Крижанівська Г. Т.* Комунікативно-прагматичні та семантико-стилістичні особливості медіа-жанру «інтерв'ю-монолог» (на матеріалі сучасних англомовних жіночих журналів): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. "Германські мови"/ Г.Т. Крижанівська; Львівський національний ун-т імені Івана Франка. – Л., 2011. – 19 с. 7. *Минаева Л. В.* Мультимодусность текстов печатных СМИ и рекламы/ Л.В. Минаева// *Вестник МГУ. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация.* – 2002. – №4. – С. 26–28. 8. *Потапенко С. І.* Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти: монографія / С.І. Потапенко. – Ніжин: Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. – 391с. 9. *Потятиник Б. В.* Медіа: ключі до розуміння:

монографія/ Б.В. Потятиник. – Львів: ПАІС, 2004. – 312 с. 10. *Сорокин Ю. А. Тарасов Е. Ф.* Креолизованные тексты и их коммуникативная функция/ Сорокин Ю.А. // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – С. 180–186. 11. *Яхонтова Т. В.* Лінгвістична генологія наукової комунікації: монографія/ Т. В. Яхонтова. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. – 420с. 12. *F. Bettger* How I raised Myself from Failure to Success in Selling. – New York: Prentice Hall Press, 1986. – 192p. 13. *G. C. Clayson* The Richest Man In Babylon. – A Signet Book: New American Library, a division of Penguin Group (USA) Inc., 1988. – 194p. 14. *N. Hill* Think and Grow Rich. – Success Co. Books, 2009. – 218p. 15. *J. Kehoe* Money Success & You. – Zoetic Inc., 1991. – 142p. 16. *R. Kiyosaki* Rich Dad Poor Dad. – Warner Books Inc., 2000. – 208p. 17. *B. Tracy* Maximum Achievement. – Simon & Schuster, Inc., 1993. – 344p.

*Гриценко С.П.*, к.філол.н., доц.,  
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

## **ІСТОРІЯ ПОХОДЖЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ НАЗВ ОДЯГУ (КОЖУХ, КАПТАН, ЖУПАН, СВИТА, ПЛАЩ)**

*Лексика на позначення верхнього одягу у писемних пам'ятках є дуже давньою, що зумовлює розгалуження її семантичної структури; більшість лексем на сучасному етапі збережено в літературній мові та діалектах.*

**Ключові слова:** запозичення, літературна мова, діалект.

*Лексика, обозначающая верхнюю одежду, в письменных источниках фиксируется давно, что способствует разветвленности её семантической структуры; большинство лексем на современном этапе сохранились в литературном языке и диалектах.*

**Ключевые слова:** заимствования, литературный язык, диалект.

*Lexics, that is used for denoting of outdoor clothes, was fixed for a long time in the literal sources, so it causes the branching of its semantical structure. Most of the lexemes in present period are contained in the literature language and dialects.*

**Keywords:** adoption, literature language, dialect.

Лексика, яка номінує одяг та взуття, є однією з найдавніших і водночас динамічних тематичних груп, у якій закумуляовано всі зміни у традиціях та побуті мовців. Фіксація цієї ТГЛ "у писемних