

ЛУТ К.А.  
(Запорізький нац. ун-т)

## ОСОБЛИВОСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ЕКСПРЕСІВНОСТІ В АНГЛІЙСЬКОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ДИСКУРСІ

*This article sets out to describe the notion of expressiveness. The peculiarities of its representation in economic discourse are studied. And it is argued that expressive means are different in various types of economic discourse.*

**Key words:** *scientific discourse, economic discourse, expressiveness, expressive means.*

Дана стаття присвячена дослідженню особливостей репрезентації експресивності в різних типах економічного дискурсу. Ця проблема є актуальною на сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки, оскільки прояв виразності у різних типах дискурсу є ще недостатньо вивченим. Об'єктом дослідження є виразність економічного дискурсу. Предметом дослідження є засоби виразності, властиві різним типам економічного дискурсу.

Економічний дискурс, як різновид наукового, поділяє властиві йому характеристики. Відомо, що наука прагне виявити об'єктивну природу предмета, показати, яким він є, незалежно від людини, її почуттів та емоцій. Тому дослідники наукової літератури визначають такі її ознаки: інформативність, логічність, точність та об'єктивність, ясність та зрозумілість [Паршин], абстрагованість, безособовість, відсутність емоційності, (С.І.Кауфман [Троянская 1975, с. 30]), послідовність (Н.М.Разинкіна [пос.по Троянская 1975, с. 28]). Деякі науковці, спираючись на положення І.Р.Гальперина про те, що кожен стиль мовлення визначається однією провідною екстралінгвістичною ознакою, визначають лише одну ознаку наукових текстів - «логічність викладу» [Швецова 1975, с. 5]. У зв'язку з цим, існує думка, що науковому дискурсові не властиві образність, емоційність та експресивність.

Однак з появою нових досліджень наукової літератури у минулому столітті з'явилася думка, що науковий текст взагалі не позбавлений емоційного забарвлення, а творчі елементи є можливими у науковому викладі. До того ж, мовлення не може бути «абстрактно правильним. У реальному спілкуванні воно обов'язково повинно бути виразним» [Магідова 1985, с. 122]. Звісно, найбільш насиченими виражальними засобами є тексти, що належать до суспільно-гуманітарних дискурсів, в яких емоції органічно входять до академічного викладу.

Економічний дискурс дещо відрізняється від інших типів наукового дискурсу. Однією із його визначних рис є спрямованість на масового реципієнта, як спеціалістів, так і неспеціалістів. Така спрямованість сприяє популяризації економічної науки та визначає таку особливість економічного дискурсу, яка виокремлює цей тип із різноманіття наукової літератури – гармонійне поєднання термінів та розмовної лексики. Лексичні номінації в розкритті економічної теми різноманітні та не обмежуються лише спеціальними позначеннями. У певних текстових умовах можуть використовуватись і неспецифічні номінації, а також різноманітні засоби інших стилів, вибір яких є комунікативно зумовленим [Томашевская 1998, с. 9]. Різноманітність лексичних засобів пояснюється тим, що кожна група адресатів шукає в економічних статтях те, що її цікавить. Спеціалісти шукають необхідну та корисну інформацію, а неспеціалісти знайомляться із станом

економіки та цікавляться наслідками тих чи інших подій.

Дослідження економічного дискурсу показало, що його специфіка визначає такий набір властивостей: інформативність, оцінність, аргументативність та виразність.

Поняття виразності здавна цікавить лінгвістів, оскільки вона пов'язана з проявом суб'єктивності, що супроводжує пізнання об'єктивної дійсності та відображає зміст індивідуальної свідомості носіїв тієї чи іншої мови. На сьогоднішній день у мовознавстві вже накопичений багатий досвід вивчення виразності тексту, детально описані різні способи та засоби її вираження. Але, треба зазначити, що залишаються невирішеними деякі питання щодо виразності саме наукових текстів та щодо проблеми вираження внутрішньої (або прихованої) експресії тощо.

На сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки ще не існує однозначного підходу до цієї проблеми. Виразність пояснюється вченими по-різному: «властивість мовлення привертати до себе увагу, а також утримувати його» [Хазагеров 2002, с. 85]; «особливості його [мовлення] структури, які дозволяють посилити враження від висловленого (написаного), викликати та підтримувати увагу та інтерес у адресата, впливати не тільки на його розум, але й на почуття» [Плещенко 2001, с. 417]; «здатність тексту привертати увагу своєю мовленнєвою організацією» [Хазагеров Т.Г., Ширина Л.С. 1999, с. 215]; «сукупність таких якостей (перш за все – точності, логічності, ясності, експресивності), які забезпечують його [мовлення] повноцінне (максимально наближене до розуміння інформації, що передається) сприймання адресатом» [Сковородников, Копнина 2003, с. 37]; «сукупність семантико-стилістичних ознак одиниці мови, які забезпечують її здатність виступати у комунікативному акті як засіб суб'єктивного вираження відношення мовця до змісту або адресату мовлення» [Гридин 2002, с. 591]. Деякі вчені вважають, що виразність – це синонім експресивності (О.С.Ахманова [Ахманова 1966, с. 94], Матвеева Т.В. [Матвеева 2007, с. 132], Рогава М.Д. [Рогава 1989, с. 59]). Інші розмежовують ці поняття (Смелкова З.С., Ассуірова Л.В., Савова М.Р., Сальникова О.А [Смеркова, Ассуірова, Савова, Сальникова 2009, с. 106]; Сковородников О.П., Копнина Г.О. [Сковородников, Копнина 2003, с. 37]). Ми дотримуємося думки про тотожність цих термінів.

Під виразністю (експресивністю), у широкому значенні цього слова, ми розуміємо «будь-яке посилення змісту тексту, виділення та акцентування інформації, яку він передає, що здійснюється найрізноманітнішими способами та засобами» [Горбунова 2005, с. 7]. У більш вузькому значенні виразність розглядається як властивість певної сукупності мовних одиниць привертати увагу читача, акцентувати висловлювання.

Виразність – це така властивість, яка притаманна цілому текстові, а не окремим його частинам. Отже, експресивна функція тексту, в свою чергу, реалізується лише при включенні тексту до процесу спілкування, тобто при наявності реципієнта, здатного сприйняти повідомлення у текстовій формі. А ступінь виразності повідомлення оцінюється «конкретними слухачами або читачами у конкретних умовах спілкування» [Смелкова 2009, с. 107].

Виразність може бути двох видів: інформаційною (поняттєвою), що досягається логічністю та фактологічністю викладу, і чуттєвого впливу - такою, що має вплив на почуття. Обидва види виразності бувають відкритими (експресивними або зовнішніми) та прихованими (імпресивними або внутрішніми) [Валіна, 1998]. Внутрішня експресивність пояснюється тим, що зміст тексту являє собою модель

деякого фрагменту дійсності, реальної чи абстрактної (вигаданої автором, яка існує тільки в його уяві). Такі факти дійсності можуть викликати експресивний ефект. Експресивність такого роду фактично не залежить від мовних одиниць, що складають зовнішню форму тексту [Горбунова 2005, с. 9].

Ступінь прояву виразності у текстах варіюється в залежності від типів дискурсу. Проведене дослідження економічного дискурсу показало, що економічні тексти є досить експресивними. При чому йому властива як зовнішня, так і внутрішня експресія. Це пояснюється тим, що економічні тексти мають справи із такими явищами дійсності, які хвилюють людину у повсякденному житті, викликаючи у неї різноманітні переживання. Таким чином, економічний дискурс є експресивним за своєю внутрішньою природою.

Зважаючи на те, що економічний дискурс не є однорідним, його типи мають різні рівні виразності, що зумовлюється їхніми специфічними особливостями. Так, наприклад, виразність науково-довідкового економічного дискурсу досягається найбільш доцільним з логічної точки зору розміщенням слів, словосполучень, речень та цілих частин висловлення та завдяки чіткості, ясності синтаксичних конструкцій, точності, логічності та послідовності викладу матеріалу. Це пов'язано із функціями такого типу дискурсу: надавати стисло, чітку, доступну та зрозумілу інформацію з економічних питань.

Науково-академічний та науково-дидактичний економічні дискурси також не позбавлені виразності, а разом з нею образності та емоційності, бо, по-перше, економічна термінологія сама по собі є образною, а, по-друге, в таких текстах авторська індивідуальність також може проявлятися. Метою використання виразності є полегшення сприймання наукової інформації, економія лексичних засобів або створення певного ставлення реципієнтів до повідомлюваної інформації. Виразність науково-академічного, як і науково-довідкового, дискурсу пов'язана з «інтелектуальною експресивністю» (Кожина М.Н. [Кожина 1993, с. 168]), тобто з точністю вживання слів та логічністю викладу. Але у цьому типі дискурсу перелічені властивості сприяють його переконливості, чого позбавлений науково-довідковий дискурс.

Науково-дидактичний дискурс має на меті навчити адресатів, тому виразність є необхідною умовою для створення сприятливих умов для сприймання та запам'ятовування. Автори підручників та викладачі використовують всі можливі мовні засоби для досягнення своєї мети. В цьому в значній мірі при нагоді стають засоби виразності, експресивні та образні елементи, в яких закладена певна оцінка предмету, що описується. Як тип наукового дискурсу, науково-дидактичний тип тяжіє до максимальної об'єктивності, послідовності та логічності викладення. Саме на такому фоні дуже ефективною стає експресивність, яка дозволяє апелювати не тільки до інтелектуальної, але й до емоційної сфери адресатів.

Науково-академічний та науково-дидактичний дискурси можуть мати різні ступені прояву виразності, як інформаційної, так і чуттєвої. Відповідно до цього використовують і різні засоби виразності: інформаційні або стилістичні. Це залежить від цілей мовця, його мовної компетенції та фахових знань.

Науково-популярний тип економічного дискурсу відрізняється найбільшою виразністю, емоційністю та образністю. Він характеризується створенням наочної образності. Автори повідомлень використовують такі мовні одиниці, які дозволяють не тільки називати предмет, його дію, властивість, але й передати певне ставлення до цього предмету або явища. Численні способи та засоби виразності науково-

популярного дискурсу спрямовані на створення необхідних умов для привертання та утримання уваги реципієнтів, полегшення сприймання, для створення певної думки, для аргументації основних положень та спонукання до певної реакції. Таким чином, експресивна функція такого типу дискурсу зумовлюється спрямованістю на адресата, тим самим вона сприяє створенню «неприхованої оцінності» [Кожина 1993, с. 185] мовлення.

Виразність ділового тексту науково-фахового типу полягає в акцентуванні імперативності, вольових моментів, бо головною комунікативною настановою цього типу дискурсу є залучення адресата на свій бік, переконання його в перевагах співробітництва з адресантом [Наумова 2000, с. 257]. Або, якщо спілкування відбувається в межах однієї установи, то основною метою є передача наказів, доручень, обмін службовою інформацією. Отже, варто звернути увагу, що для цього типу економічного дискурсу характерним є відсутність чуттєвої виразності, тобто текстам властиві офіційність та безпристрасність, точність, яка не дозволяє різноманітних тлумачень, а також лаконічність та стислість, що дозволяють економити мовні ресурси, а таким чином, і час спілкування.

Зважаючи на те, що виразність може проявлятися по-різному (від точності та логічності до образності та оцінності), то і засоби виразності для стимуляції суб'єктивного ставлення до висловлюваного можуть бути різними. Вибір засобів залежить від мети та ситуації спілкування, а також від особистості автора. Традиційно виділяють фонетичні, синтаксичні, лексичні, морфологічні засоби виразності. В англо-американських економічних текстах найчастіше вживаються лексичні (метафори, метонімії, епітети, персоніфікація, евфемізми, гіперболи, стилістичні синоніми, фразеологізми тощо) та синтаксичні (риторичні питання, стилістична інверсія, еліпси та ін.) засоби виразності.

Підсумовуючи все вищезазначене, можна зробити висновок, що економічний дискурс, поділяючи властивості наукового, має свої специфічні риси. Науковці-економісти, досліджуючи взаємозв'язки матеріального світу та пояснюючи явища суспільного життя, не лише констатують факти, але й привносять свою особисту суб'єктивно-чуттєву оцінку, нерозривно пов'язану із емотивністю, образністю та експресією. Психологічні дослідження показують, що наукове мислення та його мовне вираження не можуть бути повністю позбавлені уяви, інтуїції та експресії. Це проявляється у мові. Саме тому засоби виразності є невід'ємною частиною наукового викладу матеріалу. Звичайно, набір засобів та інтенсивність їх використання варіюється в залежності від типу дискурсу. Але у будь-якому випадку експресивні засоби збагачують тексти економічного дискурсу, доповнюючи та уточнюючи існуючі поняття, збуджуючи розумову діяльність та уяву реципієнтів.

Треба зазначити, що дослідження експресивності на цьому не завершується. Подальша робота передбачає детальне вивчення засобів виразності, властивих окремим типам економічного дискурсу.

### *Література*

*Ахманова О.С.* Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская энциклопедия, - 1966. – 608с. *Валгина Н.С.* Теория текста: Учебное пособие Москва: Изд-во МГУП «Мир книги», 1998. - 210с.// Ел. ресурс: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook029/01/index.html?part-026.htm>. *Горбунова А.В.* Формирование навыков использования средств речевой выразительности у будущих журналистов : Дисс. ... канд. пед. наук: 13.00.02. - Нижний Новгород, 2005. - 318с. *Гридин В.Н.*

Экспрессивность// Лингвистический энциклопедический словарь/ ред. Ярцева В.Н. - М.: «Большая Российская Энциклопедия», 2002. - С.591. *Кожина М.Н.* Стилистика русского языка.- М.: Просвещение, 1993. - 224с. *Магидова И.М., Долецкая Е.С.* Прагмалингвистика и проблема выразительности научной речи// Теория и практика изучения современного английского языка. - М., 1985. - С.119-126. *Матвеева Т.В.* Риторический практикум журналиста: Учебн. Пособие/ Т.В.Матвеева. - М.: Флинта: Наука, 2007. - 312с. *Наумова Н.Г.* Реалізація комунікативно-прагматичних настанов ділового дискурсу// Мовні і концептуальні картини світу. - К.: КНУ, 2000. - С.255-261. *Паришин А.* Теория и практика перевода// Ел. ресурс: <[http://poliglotus.narod.ru/book03\\_06.html](http://poliglotus.narod.ru/book03_06.html)>. *Плещенко Т.П.* Стилистика и культуры речи: Учеб. Пособие / Под ред. П.П. Шубы. — Мн.: «ТетраСистемс», 2001. — 544 с. *Рогова М.Д.* О некоторых языковых средствах выражения экспрессивности и эмоциональности в учебной литературе (на материале учебников гуманитарного профиля Великобритании и США)// Разновидности и жанры научной прозы. - М., 1989. - С.59-69. *Сковородников А.П., Копнина Г.А.* Выразительность речи// Стилистический энциклопедический словарь русского языка/ Под ред. Кожиной М.Н. - М.: Флинта: Наука, 2003. - С.37. *Смелкова З.С., Ассуирова Л.В., Савова М.Р., Сальникова О.А.* Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты. - 6-е изд. - М.: Флинта: Наука, 2009. - 320с. *Томашевская К.В.* Лексическое представление языковой личности в современном экономическом дискурсе. - СПб: Изд-во СПб гос. ун-та экономики и финансов, 1998. - 134с. *Троянская Е.С.* К вопросу о технико-стилистических приемах в научной речи// Язык научной литературы. - М.: «Наука», 1975. - стр. 27-86. *Хаззагеров Г.Г.* Политическая риторика. - М.: Николо-Медиа, 2002. - 313с. *Хаззагеров Т.Г., Ширина Л.С.* Общая риторика: Курс лекций. Словарь риторических приемов. — Ростов н/Д : Феникс, 1999. — 320с. *Швецова О.А.* К проблеме становления научного стиля в английском языке (прием интимизации повествования)// Язык научной литературы (ред. М.К.Пигальская, Н.М.Разинкина, Е.С.Троянская, В.Е.Шевякова). - М.: «Наука», 1975. - стр. 3-26.

**МІСЯГІНА І.М.**

(Національний ун-т 'Львівська політехніка')

### **РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ УХИЛЬНОСТІ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ**

*The article addresses tactics of hedging strategy. The attempt is made to distinguish communicative tactics within the hedging strategy and classify them on the basis of breaking the Principle of Cooperation or its postulates. Frequency analysis of the tactics in modern English fiction discourse is conducted.*

**Key words:** *hedging, communicative strategy, communicative tactics, full blocking, partial blocking.*

Мовленнєве спілкування є варіативним, що означає можливість досягнення результату за допомогою різних комунікативних способів, засобів, методів та ходів. Найефективнішим є таке спілкування, в результаті якого досягнення цілі вимагає мінімальної кількості комунікативних зусиль мовця за умови отримання