

английском языке: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1987. – 182 с. *Серякова И. И.* Прагматические характеристики языковых единиц, описывающих невербальное средство коммуникации "голос" // Высказывание и дискурс в прагмалингвистическом аспекте: сб. науч. тр. – К.: КГПИИЯ, 1989. – С. 83–85. *Экман П.* Психология лжи. – СПб.: Питер, 2001. – 267 с. *Feinberg D. R.* Manipulations of Fundamental and Formant Frequencies Influence the Attractiveness of Human Male Voices // *Animal Behavior*. – 2005. – N 69. – P. 561–568. *Krauss R.M.* Social Psychological Models of Interpersonal Communication [online]. – URL: http://www.andrew.cmu.edu/user/sfussell/Manuscripts_Folder/Comm_Model.pdf. *Scherer K. R.* How Emotion is Expressed in Speech and Singing // *Proceedings of the XIIIth International Congress of Phonetic Sciences*. – Stockholm: 1995. – Vol. 3. – Session 43.2. – P. 90–97.

Список ілюстративного матеріалу

Adebayo D.: *New Writing 12* / [ed. by Diran Adebayo, Blake Morrison and Jane Rogers]. – L.: Picador in association with British Council, 2003. – 380 p. *Hearn L.* *Across the Nightingale Floor*. – L.: Picador, 2003. – 320 p. *James P.D.* *A Taste for Death*. – L.: Penguin Books, 1989. – 512 p. *James P.D.* *Cover Her Face*. – L.: Penguin Books, 2002. – 217 p. *James P.D.* *Death in Holy Orders*. – L.: Penguin Books, 2002. – 547 p. *James P.D.* *The Murder Room*. – L.: Penguin Books, 2002. – 540 p. *O'Farrell J.* *The Best a Man Can Get*. – L.: Black Swan, 2001. – 304 p. *Rowling J. K.* *Harry Potter and the Goblet of Fire*. – L.: Bloomsbury Publishing Plc, 2000. – 669 p. *Rowling J.K.* *Harry Potter and the Half-Blood Prince*. – L.: Bloomsbury Publishing Plc, 2005. – 607 p. *Thorne M.* *Dreaming of Strangers*. – L.: Phoenix, 2001. – 215 p. *Townsend S.* *The Secret Diary of Adrian Mole Aged 13 ¾*. – Oxford: Heinemann, New Windmills, 1992. – 190 p.

РОМАНЕНКО О.В., МАРЧУК А.С.

(Запорізький нац. ун-т)

ТЕСТОТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКОМОВНОГО ЖУРНАЛЬНОГО ГОРОСКОПУ

The article deals with the problem of complex typological analyses of «mass-media-horoscope» in modern German language. The specific features of the linguistic construing of this text-type on the cognitive and discourse level are settled out.

Key words: *type of text, mass-media-horoscope, (dominant) function, type of situation, speech strategies, speech tactics, prototype of construing of discourse.*

Актуальність представленої наукової розвідки зумовлена тим, що на сучасному етапі розвитку мовознавства здійснюється активний пошук базової одиниці, яка б поєднала такі комплементарні поняття, як текст і дискурс. Такою одиницею вважається текстотип, який є проміжною єднальною ланкою, що можна унаочнити тріадою «текст – текстотип – дискурс». У зв'язку з цим **об'єктом** представленої розвідки став текстотип «німецькомовний журнальний гороскоп» у німецькомовному мас-медійному дискурсі, а

предметом – основні характеристики його лінгвістичного моделювання, зокрема глибинні фактори його породження і мовленнєві ознаки його ідентифікації.

У наш час гороскоп заповнив усі засоби мас-медіа: пресу, радіо, телебачення та Інтернет. Спектр варіантів гороскопів у німецькомовній журнальній пресі простягається від лаконічних та простеньких колонок у щоденних газетах до розгорнутих та барвистих у жіночих журналах. Увазі німецьких читачів пропонується безмежне розмаїття варіантів гороскопів, наприклад: Promihoroskope (гороскоп відомих особистостей), Blumenhoroskope (квітковий гороскоп), chinesische und keltische Horoskope (китайський та кельтський гороскопи), Reisehoroskope (гороскоп для подорожуючих), Autohoroskope (гороскопи для автомобілістів) або, навіть, Tierhoroskope (гороскопи для тварин) тощо. За даними соціологічних опитувань майже дві третини німців регулярно читають гороскопи, що публікуються у газетах та журналах.

Однак, не зважаючи на широку розповсюдженість цього типу тексту як лінгвокультурного феномену, його текстотипологічні ознаки залишаються практично не вивченими. Лише в окремих працях [Köster 1997, Bergerová 2008] пропонується використовувати текст гороскопу в процесі навчання іноземної мови. Матеріалом для нашого аналізу стали рубрики, присвячені гороскопу, розміщені в німецькомовних журналах „Stern“, „Brigitte“, „Bild der Frau“, „Bravo“, „Vitamin.de“, „Jolie“, „Max“, „Frau von heute“, „Das Beste für die Frau“. Загальний обсяг матеріалу складає понад 200 текстів журнальних гороскопів.

Журнальний гороскоп визначається як завершений текст, який є результатом мовотворчого процесу та об'єднаний різноманітними типами лексичного, граматичного та стилістичного зв'язку, що має певну цілеспрямованість та прагматичну установку. Як інваріант різноманітних під варіантів цей текстотип акумулює у собі найбільш суттєві, домінуючі ознаки, що забезпечує не лише їхню регулярну відтворюваність, але й закріплює відмінності цього типу тексту від іншого [Богодєрова 2009, с. 828].

В даній статті «текстотип» розуміється як модель, дискурсивний інваріант, зразок ідеальної природи, що характеризується певним тематичним змістом, особливою композиційною структурою та специфічними прагматичними особливостями, які реалізуються шляхом відбору фонетичних, лексико-фразеологічних, граматичних і стилістичних засобів [Гвенцадзе 1986, с. 37]. Взагалі основною проблемою лінгвістів при розробці типології текстів є відбір критеріїв класифікації, виділення тієї ознаки, яка може бути покладена в основу класифікації. В існуючих типологіях спостерігаються розбіжності вихідних текстотипологічних ознак, що пояснюється складною природою самого тексту, його багатоаспектністю та багатофакторністю [Провоторов 2001, с. 4].

При цьому типологічні ознаки, на думку багатьох дослідників, можуть бути 1) *екстралінгвістичними*, коли характеризуються умови протікання комунікації, 2) *функціональними*, коли типи тексту класифікуються за їхніми комунікативними цілями, та 3) *власне мовними*, тобто граматичними та лексичними [Rolf 1993, с. 16]. У відповідності до різновиду ознак, існуючі

типологізації можна поділити на три групи: 1) *лінгвістичні типологізації*, 2) *функціонально-стилістичні*, 3) *комунікативно-мовленнєві* [Брандес 1994, с. 16].

Дослідження особливостей текстотипу «журнальний гороскоп», запропоноване у цьому науковому доробку, ґрунтується на інтегративній концепції В. Хайнеманна та Д. Фівегера, автори якої пропонують ідентифікувати певний тип тексту за п'ятьма ознаками: 1) типи функцій (*Funktionstypen*), 2) типи ситуації (*Situationstypen*), 3) типи комунікативних стратегій (*Verfahrenstypen*), 4) типи структурування тексту (*Text-Strukturierungstypen*) та 5) прототипові зразки формулювання (*prototypische Formulierungstypen*) [Heinemann 1991, с. 147-155].

Першим і найважливішим критерієм є **типи домінантних функцій**, які виконує текст. Журнальний гороскоп виконує декілька функцій, які, поєднуючись одна з одною, впливають на побудову текстових екземплярів. Будучи текстотипом, який функціонує у публіцистиці, він виконує наступні комунікативні функції: сугестивну, соціальну, інформативну та гармонізуючу.

1. **Сугестивна** (або регулятивна) функція полягає в імпліцитній регуляції людської поведінки, у наданні персуазивних установок у вигляді певних порад. Саме реалізації цієї функції підпорядковані й інші функції, які виконує гороскоп. Для реалізації сугестивної функції у текстах гороскопів використовується зокрема наступні мовні засоби: 1) імператив та модальні дієслова: *Stellen Sie sich auf Stress und Hektik am Sonntag ein; Nehmen Sie sich mehr Zeit zum Ausruhen!; Bleiben Sie cool; Was Herzensdinge betrifft, sollten Sie voll und ganz auf Ihre Kosten kommen; Da sollten Sie natürlich nicht lange fackeln;* 2) конструкції з інфінітивом: *In dieser Woche sind Sie in der Firma kaum zu bremsen; Momentan fällt ei Ihnen ziemlich leicht, auf andere zuzugehen;* 3) окличні конструкції: *Vorsicht! Zu viel Schokolade könnte Ihr Diät-Erfolg zunichte machen; Geduld! Ihr derzeitiger Liebesfrust geht bald schon vorbei;* 4) риторичні запитання: *„Ich liebe dich“ – Hand aufs Herz: Wann haben Sie ihm diese Worte zuletzt gesagt? Tun Sie es doch mal schnell, besser heute als morgen!; Haben Sie ein Geheimnis? Nicht jeder, der Sie beglückwünscht, meint es auch so.; Ihr Einfluss ist groß. Warum machen Sie eigentlich nicht mehr Gebrauch davon?; Es ist ein erhebendes Gefühl, geliebt zu werden. Warum öffnen Sie nicht einfach mal Ihr Herz?;* 5) прислів'я та афоризми: *Die goldene Regel lautet: Erst nachdenken, dann ausgeben!; Wenn zwei sich streiten, freut sich der Dritte;* 6) речення з причинно-наслідковим зв'язком: *Wenn Sie Impulse, Ideen und Wünsche unmittelbar ausleben, kann Sie das in gefährlichen Treibsand führen;* 7) «розмиті» асиндетичні конструкції: *Die Partnerkrise kann sich zuspitzen – Trennungsgedanken! Vorsicht, Verletzungsgefahr!; Mond im Steinbock. Stark. Sie beeinflussen Menschen.*

2. **Соціальна** функція реалізується як порада щодо поведінки представника певного зодіакального знаку у відповідності з розташуванням планет. Вона спрямована на покращення комунікативних контактів та відносин особистостей у суспільстві, наприклад, у наступних сферах: 1) сім'я (*Paare leben jetzt nach dem Motto: „Was sich neckt, das liebt sich“ und haben auch sonst jede Menge Spaß miteinander; Allerdings sollten Sie das nicht aus eigenem Faust tun, sondern in Zusammenarbeit mit dem Partner; Mit einem offenen Ohr für die*

Sorgen Ihres Partners werden sich viele Streitpunkte bald als Missverständnis aufklären); 2) робота (*Fragen Sie also besser zweimal nach, schreiben eine E-Mail zu viel oder führen ein Telefonat mehr; Die Kollegen nehmen auf Sie alle erdenkliche Rücksichte. Dadurch brauchen Sie sich aber zu nichts verpflichtet zu fühlen; Die Konkurrenz schläft. Deshalb können Sie jetzt einmal so richtig absahnen*); 3) здоров'я (*Es wäre bestimmt nicht falsch, mal wieder Ihre Augen gründlich überprüfen zu lassen; Allergische Reaktionen haben eine Ursache, die ein Arzt bestimmt herausfinden kann; Sollte das Wetter nicht mitmachen, tut es auch ein bisschen Powergymnastik zu Hause*).

3. **Інформативна** функція передбачає повідомлення інформації про розташування планет і його благополучність для кожного знаку зодіаку. Ця функція у текстах гороскопів майже не виражена, вона реалізується лише в зазначенні тих планет, які мають вплив на життя представників певних зодіакальних знаків у певний період часу: *Mars, Venus und Merkur sind jetzt an Ihrer Seite; Doch dank Merkur und Mars sind Sie ab Mittwoch sehr motiviert und überzeugend; Saturn hilft Ihnen dabei, sich klar zu werden* і т.д.

4. Реалізація **гармонізуючої** функції спрямована на створення сприятливих умов комунікативного акту, налагодженню стосунків між адресатом та адресантом. У текстах журнальних гороскопів ця функція досягається переш за все тим, що адресат повідомляє тільки позитивне та створює впевненість у безхмарному майбутньому. Якщо мова йде про певні негаразди, то вони або вже мали місце у минулому, або наводиться порада про те як їх подолати: *Am Montag lässt es sich am ehesten sachlich reden und wichtigste Punkte klären; Am Freitag und Samstag kehrt dann langsam wieder die Harmonie ein; Sie nehmen sich jetzt zu viel vor und ärgern sich, wenn Sie die selbst gesteckten Ziele nicht erreichen; Es wäre klüger, erst mal nur Teilerfolge anzusteuern und die eigene Leistungen zu würdigen*.

Другим релевантним для нашого об'єкту критерієм текстової типології є **типи ситуацій**, які характеризують обставини протікання комунікативного акту. Журнальний гороскоп – це комунікативна подія, яка відбувається між адресантом та адресатом. При цьому адресат виступає у ролі (псевдо)науковця, який передає «повідомлення від зірок», що тільки підвищує його авторитетність. В образі адресату постає широка аудиторія читачів, на яку й спрямовані видання, в яких публікується гороскоп. В дослідженні були проаналізовані тексти гороскопів, що спрямовані на середньостатистичну групу читачів – жінок/чоловіків і молодь.

До цього критерію відноситься також тематична спрямованість журнального гороскопу. При цьому тематика гороскопів у більшості німецькомовних журналів є однаковою: їх теми пов'язані з загальнолюдськими цінностями: коханням, сімейними стосунками, здоров'ям, почуттями, роботою та фінансами. Хоча визначення теми в різних варіантах гороскопів певною мірою залежить від цільової аудиторії, на яку спрямовані дані тексти. Так, наприклад, в гороскопах для молоді в окрему тему виділяється сфера шкільного життя.

Третій критерій типології текстів гороскопів передбачає **визначення типів комунікативних стратегій**, які використовуються продуцентом для досягнення комунікативної мети. У журнальному гороскопі спостерігається збіг комунікативної стратегії та інтенції адресанта: автор тексту ставить перед собою такі цілі, що співпадають з функціями, які даний текст виконує журнальний гороскоп. Комунікативна інтенція зумовлює мотиви здійснення на адресата вербального впливу, спрямованого не на мовленнєву дію у відповідь, а на відповідну посткомунікативну поведінку та дії адресата як результат комунікативного акту. Таким чином, основною інтенцією автора журнального гороскопу можна вважати сугестивний вплив на читача, який визначає комунікативну стратегію, що складається у більшості текстів даного типу з двох мовленнєвих тактик: 1) тактики, які передбачають аргументацію наданої інформації та 2) тактики, які забезпечують безпосередній вплив на адресата. Дані тактики зумовлені подвійною інтенцією адресанта, одна з яких містить мету, яку адресат не повинен розгадати (сугестивна), а інша – «псевдомету», яку адресат повинен виділити й діяти у відповідності з нею (рекомендаційна).

Аргументаційна тактика реалізується в поясненні причин, які є основою для відповідної поведінки особистостей у певних життєвих ситуаціях. Оскільки дана аргументація є «рекомендацією зірок», дана тактика нерідко несе прихований зміст: *Im Job zeigt sich, dass Köche den Brei verderben. Merkur und Sonne sorgen jedoch dafür, dass Sie jetzt den Überblick behalten!; Da Jupiter Sie in letzter Zeit mit viel Glück verwöhnt hat, sind Sie nicht mehr leicht zufrieden zu steilen. Gut, dass sich ab sofort Uranus um aufregende Ereignisse kümmert. Falsch wäre es allerdings, darauf nur zu reagieren statt zu handeln; Starke Nerven sind jetzt nicht schlecht – jemand stellt deine Geduld nämlich ganz schön auf die Probe. Ruhig bleiben, raten die Sterne.*

Четвертий компонент – **типи структурування тексту** досліджуються з метою встановлення послідовності розгортання змісту тексту з метою реалізації прагматичного наміру автора тексту. Цей критерій передбачає виділення композиційних та структурних особливостей журнального гороскопу. Як вже зазначалось, на композиційному структуруванні тексту позначаються мовленнєві тактики, з яких власне й складається комунікативна стратегія відправника. В залежності від потреб та інтересів адресата тексти гороскопів відрізняються за тематичною спрямованістю. Тематика журнального гороскопу і цільова група впливають на композицію тексту та на вибір інтратекстових факторів.

Так, рубрика „Horoskop“ в журналі „Stern“, розрахована на середньостатистичного читача, відрізняється лаконічністю текстів гороскопів, які поділяються на три частини у відповідність з трьома декадами кожного знаку зодіаку. Особливістю текстів даного журналу є відсутність посилань на розташування планет. Спрямованість на масову аудиторію без соціальної диференціації забезпечується універсальністю повідомлень: *Sie kümmern sich ach um die Dinge anderer. Hoffentlich wird das nicht zu viel; Der Kreis der Ehemaligen wird immer kleiner. Um so mehr zählt die Teilnahme am Wiedersehen.*

Композиція текстів гороскопів, спрямованих на жіночу аудиторію, залежить від тематики, яка у більшості журнальних гороскопів є схожою: Love & Friends, Job & Cash, Fitness & Feeling («Jolie!»); Liebe, Beruf («Das Beste für die Frau»); Liebe, Gesundheit, Geld («Frau von heute»). Аналогічно структуровані також тексти гороскопів для чоловіків та молоді. В журналі для чоловіків «Мах» структура тексту гороскопу складається з трьох частини, розподілених за темами: Liebe, Beruf, Gesundheit. Гороскопи для молоді в журналі „Bravo“ складаються з чотирьох частин: Liebe, Schule & Job, Freunde & Familie, Dein Top-Tag.

П'ятим критерієм запропонованої в статті текстової типології є **виявлення прототипових зразків формулювань**, тобто аналіз власне мовних аспектів оформлення тексту, метою якого є виявлення мовних особливостей журнального гороскопу як специфічного текстотипу, а також їх варіювання у його підтипах. Даний критерій передбачає опис таких особливостей, як синтаксичні параметри, добір лексичних одиниць, лексичні кліше, певні типові незалежні лексеми, стереотипність, образність, знаки членування тексту, темарематичний розподіл, дейктичність, перевага певних граматичних категорій.

В процесі конструювання журнальних гороскопів використовується декілька модифікацій простих речень, які можуть бути або простими нерозповсюдженими: *Deine Augen blühen auf*, або простими розповсюдженими (які зустрічаються набагато частіше), в яких використовуються доповнення, різноманітні обставини (способу дії, місця, часу): *Der Kosmos rät jetzt zur Vorsicht; Streit beginnt oft nur mit Kleinigkeiten*. До збільшення обсягу простого речення призводить використання вставних конструкцій, які привносять в текст елементи колоквиальності (розмовності): *Sprich das deutlich (aber fair!) an*. Зменшенню обсягу простого речення сприяють також ізольовані конструкції: *Sie brauchen Entspannung. Musik hören, lesen; Seien Sie etwas skeptischer. Und dankbar*. Використання повних синтаксичних конструкцій, які використовуються по чергово із згорнутими синтаксичними конструкціями дозволяє уникнути монотонності у викладенні змісту тексту.

Широке використання у гороскопах прикметників з яскраво вираженою оцінкою відповідає тенденції до мовної економії: *Sie erleben in der Liebe traumhafte Tage; Toben Sie Ihre überschüssigen Energien beim Sport aus*. Скоротити обсяг тексту також дозволяють складнопідрядні речення з безприйменниковим зв'язком: *Essen ist dabei kein Trost, das weißt du hoffentlich*. Крім того, в процесі створення журнальних гороскопів часто використовують безприйменникові речення з двокрапкою: *Aktivieren Sie Ihren inneren Kompass, um etwas Ordnung in das Ideen-Chaos zu bringen: Mit dieser Power können Sie Veränderungsprozesse ins Rollen bringen*. Використання прийому сегментації дозволяє зменшити довжину речення, що сприяє досягненню ясності, простоти та лаконічності повідомлення.

Використання в побудові тексту складнопідрядних речень дозволяє раціоналістично, повно та всебічно охарактеризувати предмет об'єктивної реальності та виразити складні операції мислення: *Finanziell sieht es prima aus, denn Venus verleiht Ihnen ein untrügliches Gefühl für Gelegenheiten und lohnende*

Investitionen. В текстах проаналізованих журнальних гороскопів складнопідрядні речення пов'язані найчастіше прийменниками *dass, was, welches, ob, damit, weil, wenn.* У той же час між собою речення пов'язані зазвичай прийменниками *und* і *aber: Ihr Partner lässt nicht locker. Aber auch Sie haben Ihren Stolz und geben nicht gern nach!*. Завдяки використанню цих прийменників в журнальних гороскопах імітується природне розмовне мовлення, що сприяє гармонізації дискурсу.

Для досягнення більшої виразності та образності автори гороскопів часто використовують прислів'я та фразеологізми: *Was sich neckt, das liebt sich!; Macht auch den Kopf freier.* Використання одиниць фразеологічного фонду та паремій спрямоване на реалізацію прагматичних функцій тексту журнального гороскопу.

Таким чином, досліджений нами матеріал дозволяє зробити висновок, що журнальний гороскоп – це утилітарний, споживацький текстотип, який як вища комунікативна одиниця призначений для специфічних цілей соціального спілкування і виконує в соціумі сугестивну, соціальну, інформативну та гармонізуючі функції. Залежно від типу комунікативної ситуації, дані функції обумовлюють вибір певних комунікативних стратегій і тактик, а також особливості їх мовленнєвої реалізації.

Література

Bergerová H. Überlegung zum Einsatz von Horoskopen bei der Vermittlung von Phraseologismen im DaF-Unterricht bei jugendlichen Lernern. – Latvijas Universitātes Raksti, 2008. – S. 182-187.; *Köster L.* Phraseologismen im Sprachunterricht. Kontrastives Vorgehen mit Hilfe der Textsorte 'Horoskop'. – Moskau/Bonn: Das Wort. Germanistisches Jahrbuch, 1997. – S. 283-308. *Богодерова М.В.* Особенности использования паралингвистических средств в текстах гороскопов // Вестник Башкирского университета. – Т. 14. – № 3. – 2009. – Уфа: Башкирский государственный университет. – С. 828-831.; *Брандес М.Н.* Стилистический анализ (на материале немецкого языка). – М.: Наука, 1990. – 190 с.; *Гвенцадзе М.А.* Коммуникативная лингвистика и типология текста. – Тбилиси: ТГУ, 1986. – 164 с.; *Провоторов В.И.* Очерки по жанровой стилистике текста (на материале немецкого языка). – Курск: Изд-во РОСИ, 2001. – 140 с.; *Heinemann W., Viehweger D.* Textlinguistik: Eine Einführung. – Tübingen: Niemeyer, 1991. – 310 S.; *Rolf E.* Die Funktionen der Gebrauchstextsorten. – Berlin, New York: de Gruyter. – 1993. – 399 S.