

поненти, встановлено інтенціонал і диференціал термінологічних значень в межах СПГ 'речові правовідносини'.

Ключові слова: юридичний термін, термінологічне значення, семантична підгрупа, латинізм, інтеграційний компонент, диференційний компонент.

Summary. The article envisages the structural semantic description of terms denoting the concepts of the right for using another's property. Forming such paradigmatic group as semantic subgroup, such terms as servitude, emphyteusis and superficies form the object of scientific investigation.

Great interest in these terms is caused by their appearance in the Civil Code of Ukraine, adopted in 2003 and operated from the times of independence. Since the Soviet era the Civil Code of the Ukrainian SSR "right of limited use of another's property was not recognized, not guarded or defended". In fact, these terms were descended from ancient times of Roman private law. Further content at each stage of history was produced under the influence of social factors. From the days of feudal society the terms were not obsolete, and had been actively used by the managing elite, who used the Greek and Latin in particular in all the spheres of life.

These terms ceased their functioning in the Soviet legal sphere. Therefore the terminology describing these concepts of law was absent. Today these legal terms are prevalent in the Ukrainian language, creating semantic subgroup, which is a structural element of lexical and semantic system of legal terminology of Ukrainian language in general and civil law in particular.

The verbal transmission of these conceptual essential features of the right for using another's property in forms of structural semantic components was built by generic and specific basis and was the essence for forming their values. The first component which performs the function of uniting in the general class of concepts is the integrative law component. It combines terminological formation of a class of general legal concepts. The second component, which serves as an isolation from the common class is a differential component. It is a specific trait of terminological concept. The research material allowed establishing common differential components of general usage and the usage of someone's land. It structurally expands the boundaries of hyperonym. But it is informatively insufficient to differentiate the terms of studied semantic subgroup. The specific feature of the studied terminological meanings in absence of sufficient requirements is to involve the differential concretized components. It actually performs the distinguished function, forming the modeling part of certain meaning and is an integral part of the structural terminological meanings.

Prospects for further research are envisaged in the analysis of structural composition of meanings in the Civil Code of Ukraine of semantic groups, establishing the original semantics of borrowed terms that can be served as a basis for streamlining and unification of legal terminology, and the descriptions of a coherent terminological system of Ukrainian language.

Key words: legal term, terminological meaning, semantic subgroup, latinism, integrative component and differential component.

Отримано: 18.10.2015 р.

УДК 81'42

Олексій К.Б.

ДІАЛОГІЧНА ВЗАЄМОДІЯ З АДРЕСАТОМ-ЧИТАЧЕМ У ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

Актуальність нашої наукової розвідки зумовлена потребою теоретичного обґрунтування діалогічної сутності тексту, де визначальним виступає чинник адресата-читача. Обґрунтування домінуючої ролі адресата було висвітлено у працях Т.Ю. Губаревої, Н.П. Карпчук, Т.А. Крисанової, І.М. Колегаєвої на матеріалі різних типів і жанрів тексту. Проблема діалогічності текстової взаємодії постає особливо важливою щодо сучасних українських прозових текстів, у яких яскраво виражено категорію читача.

Мета статті – узагальнити теоретичні підходи до аналізу текстової діалогічності та виявити специфіку діалогічної природи художнього тексту. Мета потребувала розв'язання таких завдань: окреслення основних тенденцій дослідження текстової діалогічності, з'ясування ролі мовця та адресата в художньому тексті, характеристика текстових категорій адресантності та адресатності.

В основному тексті художнього твору взаємодія з зовнішнім адресатом-читачем відбувається не лише імпліцитно, як загальна скерованість тексту на діалогічність та відповідне сприйняття, а й безпосередньо на рівні мовних засобів репрезентації зовнішньотекстової адресації. Згідно з

теорією діалогізму М. М. Бахтіна будь-який текст розрахований на відповідне адресатне сприйняття та розуміння, проте в художньому тексті орієнтація на адресата здебільшого виражається імпліцитно, як загальна орієнтація тексту на читача, який потенційно здатний зрозуміти авторський намір [2, 285]. У сучасній прозі спостерігаємо посилення адресатної скерованості художнього тексту, що виражається в експлікації чинника адресата-читача та вербалізації категорії адресатності як зовнішньотекстової орієнтації художнього тексту.

У такому разі категорія адресатності тісно пов'язана з реалізацією категорії адресантності, а саме чинника мовця-автора. Аналізуючи реалізацію авторської комунікативної позиції в тексті, Н. В. Кондратенко зазначає, що «в модерністському й постмодерністському художніх дискурсах автор з'являється безпосередньо в тексті, хоч і робить це через зміну комунікативних реєстрів, розмежовуючи текстову реальність та комунікативну взаємодію з читачем» [4, 141]. Уперше це явище представлено в художніх творах модерністського напрямку, напр.: *Уявіть собі, дорогий читачу, що ви сидите в кінотеатрі. Сподіваюсь, ви любите кіно. – Перед вашими очима – екран, сторони якого мають відношення три на чотири (фатальні цифри екрану, аналогія 171/2 аршинам діаметру циркової арени). Зовні екрану — чорна порожнеча. Світу нема* (Л. Скрипник. Інтелігент). У наведеному фрагменті представлено звернення до реального читача з використанням звертання та живання опосередкованих мовних форм вираження адресатності – займенників на позначення 2-ої особи. Проте такі форми адресації, як діалогічна взаємодія з потенційним читачем становлять поодинокі випадки в художньому тексті.

У постмодерністській прозі звернення до потенційних читачів також здійснюється через безпосередню адресацію з використанням звертання, напр.: *Отже, шановний читачу, на тебе чекає зібрана мною на сьогодні колекція пристрастей* (Н. Сняданко. Колекція пристрастей). Такі звернення «розривають» оповідь, створюють ефект виходу поза межі художнього тексту. Конкретна адресація належить до рідкісних явищ у художньому тексті, проте є й інші форми вираження категорії адресатності. Якщо в допоміжних елементах мегатексту безпосереднє звернення до читачів є природним з огляду на зовнішньотекстову орієнтацію передмови, анотації, післямови та коментарів, то в основному тексті, що поєднує обидва типи адресатності (зовнішню і внутрішню), звернення до читача представлено імпліцитно, як глобальний комунікативний намір автора, тому і не потребує додаткових засобів вираження.

У художній комунікації адресація до читача тісно пов'язана з реалізацією авторської позиції. Насамперед мовець-автор використовує репрезентацію чинника адресантності як авторського «Я», відмежовуючи себе від нарративу, напр.: *Тепер настає пора явити їх усіх. В одній з відомих мені книжок подібне місце називається «Прихід героїв». Утім, не знаю, чи таких уже й героїв. І чи такий вже це прихід* (Ю. Андрухович. 12 обручів). Виконуючи комунікативну роль мовця, автор одночасно задає й комунікативний вектор орієнтації на адресата-читача, який розмежовує позицію мовця-оповідача та мовця-автора.

За таких умов автор виконує метатекстову функцію, описуючи та оцінюючи події текстової квазіреальності, вживаючи граматичні форми 3-ої особи та обираючи комунікативну позицію не оповідача, а відстороненого спостерігача, напр.: *Усі персонажі і події є овочами авторської уяви. Автор не відповідальний за випадкові збіги та подібності. (...) Дехто вважає, що великі за обсягом тексти корисно починати епіграфом. Він виникає, здебільшого, як кокетливий свідок досвіду, ерудиції, питатоловної, енциклопедійної начитаності автора* (В. Єшкілев. Пафос). У цьому прикладі немає звернення до читача, проте вербалізація комунікативної позиції автора передбачає актуалізацію інтерперсональної налаштованості художнього тексту. Мовець-автор визначає свою комунікативну роль, що полягає в креативній діяльності та відстороненості від створеної квазіреальності, тобто автор дистанціюється від тексту. Вербалізація позиції адресата здійснена в узагальненій формі «дехто вважає», що одночасно маніфестує комунікативну роль адресата-спостерігача та реального адресата-співрозмовника.

Н. С. Бабенко зазначає, що «пізнавальна діяльність читача скерована не просто на сприйняття інформації, наявної в тексті, та досягнення інтенції суб'єкта мовлення (автора), а й на «співтворчість», про що писав В. В. Виноградов (1959), на те, щоб продукувати текст згідно зі своїми можливостями та здібностями, тобто виступати, фігурально говорячи, у ролі «співавтора» [1, 170]. Зважаючи на це, орієнтація на реального адресата-читача в художньому тесті переважно реалізована у формі узагальнення, мовець об'єднує себе з потенційними адресатами, використовуючи форми 1-ої особи множини, напр.: *А зараз змінимо ракурс візії, аби оповідь була зрозумілою* (Ю. Іздрік. АМ^{ГМ}); *І тоді Стіна перестала бути стіною, а стала Світляними Сходами, і вони провадили – як це не дивно – вгору. (Уявімо собі, що все сталося саме так. Бо що залишається нам? Тіло на докупі зсунутих письмових столах?)* (Ю. Андрухович. 12 обручів). З одного боку, мовець звертається до адресата, скеровуючи мовлення на потенційних читачів, а з іншого – об'єднує себе з адресатами, використовуючи форми множини майбутнього часу доконаного виду.

Така форма узагальнення, що передбачає охоплення адресата і мовця, створює відсторонення автора-мовця, який умовно «переходить» на бік читача. У такому разі в межах однієї комунікативної одиниці поєднують мовні засоби вираження чинника мовця і чинника адресата, напр.: *А тепер прошу вибачити мені розлогий вступ та нуднуватий відступ і перейдімо до поступу несуті* (Ю. Іздрик. Таке). Спочатку в тексті вжито форму 1-ої особи однини, що вказує на комунікативну роль мовця, а потім форму 1-ої особи множини узагальненого типу, що об'єднує мовця з адресатами-читачами. Мовець підкреслює в такий спосіб свою відмінність від персонажів, він виступає або як оповідач, або як автор у створеній квазіреальності.

Саме такий спосіб оповіди обрано в романі Ю. Андруховича «12 обручів», де автор поєднує комунікативну роль оповідача з комунікативною роллю потенційного читача, напр.: *А нам потрібні йти слідом, якщо ми справді хочемо побачити цю місцевість. Отже, позаду – хребет і трансильванський кордон, а попереду, себто внизу – весна, якої з кожною сотнею метрів робиться все більше й ось вона вже дихає з лискухих каменів на старій військовій дорозі, а потім нагадує про себе запахом нагрітого ялівцю. (...) Ми залишимо праворуч на схилі, метрів за двісті, карячкувату споруду недобудованого трампліну, що її Карл-Йозеф Цумбруннен запише в пам'яті як об'єкт для майбутнього мазохістичного альбому: поржавілі й через один повиламувані східці на естакаду і жолоб для спуску з цілковито знищеним покриттям* (Ю. Андрухович. 12 обручів). Займенниково-дієслівна вербалізація спільної комунікативної позиції мовця та адресата зумовлює домінування ролі адресата: мовець виконує роль адресата, паралельно залишаючись на позиції оповідача. Проте нівелювання комунікативної дистанції, що зумовлена специфікою художньої комунікації (спілкування, опосередковане текстом, відбувається на відстані і в часовій віддаленості), створює ефект комунікативної взаємодії «тепер» і «зараз» та наближає текстову комунікацію до спонтанної безпосередньої взаємодії співрозмовників. У таких випадках вважаємо доречним говорити про «співтворчість» автора і читача, реалізовану через текстопородження: текст одночасно створюється в авторському наративі та увявленні реального читача, причому ці процеси відбуваються одночасно. Зважаючи на це, тексту «до» читачького сприйняття не існує, він народжується лише в акті «співтворчості» автора з читачем.

Як і чинник мовця, чинник адресата в художньому тексті має гетерогенний характер. Орієнтація тексту на читача потребує й розроблення типології читачів, що насамперед передбачає поділ адресатів-читачів на потенційних (уявних) та реальних. Мовні засоби реалізації **реального читача** зумовлені таким поняттям, як горизонт очікування, тобто відповідність комунікативних намірів читача і реальної текстової комунікації. Автор орієнтується на читача, здатного зрозуміти авторський намір, проте не завжди є відповідність між намірами мовця та комунікативною компетенцією адресата, так само і навпаки: очікування адресата не завжди відповідають тому, що представлено в тексті.

Реальний адресат-читач вербалізований у художньому тексті за допомогою займенників 2-ої особи та відповідних дієслівних форм, серед яких домінують форми наказового способу та минулого і майбутнього часів дійсного способу, напр.: *А хохма, як ви помітили, зовсім в іншому* (Л. Дереш. Намір!); *Може, ти так і не допер, про що йшлося. Мене це не обходить. Однак, може, ти застановився, кажу я правду чи брешу? Знаєш, якщо ти вже дочитав до цього місця, тебе це також не повинно обходити. Спи* (Ю. Іздрик. Таке); *Уявіть собі рулезну ратаманську байку про хлопчика, який виріс, став просвітленим, згодом – гуру, а після смерті – буддою* (Ю. Іздрик. Таке). Складність вираження комунікативної позиції адресата полягає в такому разі в його синкретичності: відсутність безпосереднього звернення до читача уможливорює витлумачення адресата одночасно і як внутрішнього, і як зовнішнього. Вживання наведених граматичних форм у наративному мовленні актуалізує активну позицію мовця-оповідача, якому необхідний реальний співрозмовник. Відсутність такого співрозмовника (і загалом комунікативної позиції адресата) в оповідному монологічному тексті потребує залучення зовнішньотекстової позиції адресата, яку займає читач художнього твору. Такий адресат є реальним читачем, навіть якщо виступає потенційно, тобто актуалізується під час кожного прочитання художнього тексту.

Зважаючи на це, домінантними граматичними формами вираження реального адресата-читача є форми наказового способу, напр.: *Відстань, на яку людині за життя вдається наблизитися до Бога, залежить зокрема й від рівня опанування людиною мовою (розумійте як завгодно)* (Ю. Іздрик. Таке); *Уявіть собі, що вам чотирнадцять років, і ви опиняєтесь в біді, яка прийшла на Волинь у тридцять дев'ятому, коли всі сподівались звільнення від польського тиску на українців* (Ю. Покальчук. Безмежність). Використання форм наказового способу привертає увагу реальних читачів, до яких власне і звертається автор у тексті. Ця форма є маркером зовнішньотекстової художньої комунікації: автор безпосередньо звертається до реального читача як до «співавтора» та інтерпретатора тексту.

Крім реального читача, на якого розраховує автор та маніфестує це через відповідні мовні засоби, у художньому тексті представлений *уявний читач*. Уявний читач одночасно належить внутрішньотекстовому простору та об'єктивній реальності, він існує як реальна особа та є співрозмовником автора в тексті. Така позиція має певну умовність, оскільки адресат подвійно орієнтований – назовні та в середину тексту.

Яскравим прикладом уявної адресації вважаємо роман Ю. Андруховича «Таємниця», створений як текст-діалог, інтерв'ю з німецьким журналістом Егоном Альтом. Реальність особи журналіста викликає сумніви, його здебільшого вважають художнім прийомом автора, що уможливив діалогічну структуру роману як реалізацію жанрової форми інтерв'ю: *Ми вибрали останній тиждень березня, сім днів. Щоранку він приходив до мого тимчасового африканського помешкання на Штуттгартер Пляци, 22 і щовечора повертався до себе на схід Берліну. Щодня ми проговорювали по 8 – 10 годин і між нами був його диктофон. Звичайно, сказати «проговорювали» буде неточністю: говорив переважно я, а він переважно ставив запитання* (Ю. Андрухович. Таємниця). Реальність існування журналіста ставить під сумнів його комунікативну позицію реального адресата-читача, проте «письменник на запитання щодо існування журналіста відповідає впевнено: так, був. Але якщо б його і не було, це треба було вгадати. (...) По-перше, він розмовляє німецькою, по-друге, він уже пішов з життя, по-третє, його справжнє ім'я невідоме (адже підписувався різними найменнями). Четверте – він ставить авторі запитання, які ніколи б не поставив собі письменник сам. П'яте – він, виявляється, знає не лише те, що йому розповідає автор, але й те, що письменник забув згадати (...) Важко сказати точно, це є однією з авторських таємниць, але... заперечувати існування Егона Альта безглуздо – він існує вже тому, що приверзвся» [3]. Адресат, представлений у романі Ю. Андруховича одночасно презентує комунікативні позиції зовнішнього і внутрішнього адресата: з одного боку, це журналіст – безпосередній співрозмовник головного героя, який ставить запитання та значною мірою коментує діалогічну взаємодію, зокрема репліки іншого комуніканта, а з іншого боку – реальний журналіст, із яким спілкувався автор, наслідком цих розмов і стала поява книжки біографічного характеру, напр.:

Тобі було добре чи зле?

Ніяк. Не хочу нічого домальовувати, додумувати, додавати якісь деталі. Все одно вони будуть вгадані.

Але ти, звісно, пам'ятаєш моменти, коли було насправду добре?

Багато років пізніше, улітку 1970-го.

Мушу нагадати моє запитання: чи пам'ятаєш ти моменти, коли тобі було добре?

Зараз я до цього дійду, не поспішай (Ю. Андрухович. Таємниця).

Формат інтерв'ю з журналістом зумовив і діалогічний тип викладу в романі, що репрезентований як питання-відповідь, причому питання лише окреслюють тему розмови, задають напрям комунікативної взаємодії, орієнтують адресата в проблемних питаннях, а відповіді становлять розгорнуті повідомлення, перетворюючи текст на діалогічний монолог.

Проте чинник зовнішнього адресата, який нас, власне, і цікавить, у цьому разі належить не стільки об'єктивній реальності, скільки авторській уяві, тобто схожий на містифікацію. Реальність журналіста, з яким розмовляв автор, і який став основою для створення внутрішнього співрозмовника (він почергово виконує функції мовця та адресата), сумнівна, тому ми вважаємо зовнішнього адресата уявним. В окремих репліках позиція мовця-адресата, презентована комунікативною діяльністю Егона Альта, майже збігається з позицією його співрозмовника, значною мірою спілкування перетворюється на автокомунікацію, напр.:

Те, що ти трохи заголосо пропонуєш назвати десятиліттям романів, я назвав би якось інакше. Для мене це перші усього десятиліття мандрів або, романтичніше – десятиліття блукань. Якщо можеш, вислухай ні про що не запитуючи, добре?

Сьогодні мені здається, ніби увесь той час, усі 90-ті з додатком кількох перших років нового століття, я тільки й робив, що звідкись повертався і знову пакував речі в дорогу. Насправді це далеко не так, на дев'ять десятих я просидів цей час удома, нерухомо і зосереджено, як пересиджують по кухнях різкі арктичні похолодання чи вечірні вимкнення електричного струму... (Ю. Андрухович. Таємниця).

Егон Альт формулює запитання, відповідаючи на попередню репліку співрозмовника та коментуючи її, він поєднує комунікативну діяльність мовця та адресата, як і в реальній діалогічній взаємодії. Незважаючи, що його комунікативна позиція інтерв'юера має бути активною та відповідати позиції мовця, він здебільшого вислуховує розширені монологи свого співрозмовника, провокуючи їх сигнальними репліками, тобто виконує функцію адресата.

Внутрішній діалог є відзеркаленням квазіреального діалогу, що сприймається читачами як змодельований мовленнєвий акт. Головний герой роману розповідає про своє життя, формулює свої принципи та прагнення, проте звертається до уявного адресата, насамперед уявного в реаль-

ності, але реального у внутрішньотекстовому художньому просторі. Головний герой презентує й авторську позицію, стає вираженням його внутрішнього «Я», так само як внутрішнє «Я» автора виражає й адресат – журналіст Егон Альт, напр.:

Ти вважаєш себе європейцем?

Я вважаю себе мешканцем Центрально-Східної Європи, тобто справді європейцем, але інакшим, з досвідом, суттєво відмінним від того, що прийнято вважати європейським досвідом. Мій досвід є досвідом європейця окупованого, я маю на увазі не тільки ті танки у Празі 68-го, хоч і їх теж.

Але що це таке, ця твоя Центрально-Східна Європа? Я розумію, все це мало певний сенс років тому двадцять і більше – Мілош, Кундера, Гавел, Конрад. Навіщо це сьогодні тобі?

Ти маєш рацію. Це одна з моїх примар. Останньою я тільки те й роблю, що відбиваюся від настирливого запитання а що це таке. Ще трохи – і я при слові «Центрально-Східна Європа» почну хапатися за пістолет. Знаєш, тут в оцих околицях Савіньїпल्याц для мене починався Берлін. «Терцо Мондо», повії в ботфортах. Описано в «Перверзії», якої ти не знаєш. Я люблю цю станцію. Але знаєш, про що я часом думаю? (Ю. Андрухович. Таємниця).

Маркування реплік мовця має достатньо умовний характер, оскільки уподібнене до автотекстової взаємодії. Мовець нібито сам ставить собі запитання і сам на них відповідає, але підтримання позиції зовнішнього адресата виводить текстову комунікацію на рівень реальної діалогічної взаємодії. Саме тому потрібно погодитися з тим, що Егона Альта, якщо його і не було, потрібно було вигадати, щоб створити ілюзію подвійної адресації й комунікації одночасно в тексті та в реальності. Уявний адресат може бути представлений у художній прозі і не настільки характерно, коли мовець адресує читачам текст, проте розраховує на не потенційного адресата-читача, а на такого реципієнта, який існує в авторській уяві. За таких умов автор орієнтується на конкретні параметри адресата, зокрема на його горизонт очікування, інтелектуальний рівень, комунікативні прагнення тощо.

Отже, зовнішньотекстова адресація в художній прозі представлена двома типами адресата – реальним та уявним. Перший тип виражається за допомогою звертання і граматичних форм 2-ої особи однини та множини, а другий тип адресації виражається описово, за допомогою окреслення комунікативної позиції адресата в тексті.

Список використаних джерел

1. Бабенко Л. Г. Филологический анализ текста. Основы теории, принципы и аспекты анализа : [учебник] / Л. Г. Бабенко. – М. : Академический Проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2004. – 464 с.
2. Бахтін М. М. Проблема тексту в лінгвістиці, філології та інших гуманітарних науках / М. М. Бахтин // Антологія світової літературно-критичної думки ХХ століття / [за ред. М. Зубрицької]. – [2-ге вид.]. – Львів : Літопис, 2002. – С. 216–321.
3. Владимірова К. Нариси на берегах візонерської книги: Егон Альт розмовляє німецькою, або Ангелологія Андруховича [Електронний ресурс] / Ксенія Владимірова // kut.org.ua. Інтернет часопис про культуру. – 04.05.2007. – Режим доступу до журн. : http://kut.org.ua/books_a0170.php.
4. Кондратенко Н. В. Синтаксис українського модерністського і постмодерністського художнього дискурсу : [монографія] / Н. В. Кондратенко; [за ред. К. Г. Городенської]. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. – 328 с.

Анотація. У статті аналізується зовнішня адресація художнього тексту, що представлена двома типами адресатів – реальним (потенційним читачем, які будуть читати й інтерпретувати текст) та уявним (конкретним читачем, якого представляє автор, створюючи текст). Обидва читачі представлені імпліцитно, але в сучасній прозі мають і вербальну маркованість в основному тексті.

Ключові слова: адресатність, зовнішньотекстова адресація, уявний читач, реальний читач, маркери зовнішньотекстової комунікації.

Summary. The external addressing of the literary text that is represented by two types of recipients – real (potential readers who will read and interpret the text) and imaginary (specific reader, represented by the author of the text) is analyzed in the article. Both readers are implicit, but in modern prose they also have verbal markers in the main text.

In the main text the interaction with the external recipient-reader is not only implicit, as a general text orientation on the dialogism and the appropriate perception, but also directly at the language tools level of non-textual addresses representation. In modern prose we observe the strengthening of address orientation of the literary text, resulting in a factor of explication of recipient-reader and verbalization

of category of addressee. In this case category of addressee is closely associated with the implementation of category of addresser, namely the factor of the speaker-author.

In the literary communication the reader addressing is closely connected with the implementation of the author's position. First speaker-author uses the representation of addresser factor as the author's «I», separating himself from the narrative.

The recipient factor in fiction is heterogeneous in nature. Orientation of the text on the reader requires the development of readers' typology that primarily involves the separation of readers into potential (imaginary) and real. Verbal means of realization of the real reader are caused by a term – horizon of expectations that is adequacy of communicative intentions of the reader and real textual communication. The author focuses on the reader, able to understand the author's intention, but not always correspondence between the intentions of the speaker and communicative competence of the recipient is available, as well on the contrary: the recipient's expectations do not always correspond to what is presented in the text.

Besides the real reader, who the author counts on and manifests this through the relevant language means, the imaginary reader is represented in the literary text. Imaginary readers simultaneously belong to intratextual space and objective reality, they exist as a real persona and are talking to the author in the text. This position has a certain convention, as addressee is double oriented – outside and inside the text.

Key words: *addressability, non-textual addressing, imaginary reader, real reader, markers of non-textual communication.*

Отримано: 11.10.2015 р.

УДК 398.98

Павлова А.К.

ТРИАДА ПРАВДА – ДОБРО – СПРАВЕДЛИВІСТЬ У НАЙМИТСЬКИХ ТА ЗАРОБІТЧАНСЬКИХ ПІСНЯХ

В українській епічній пісні оригінальним чином реалізується людинотворча функція культури. Особистість як джерело і носій культури постає в центрі нарації відповідних фольклорних зразків. Зміни ментальності, які відбуваються в ході соціалізації індивіда, під впливом викликів історії стають найактивнішою рушійною силою суспільства, породжуючи сучасні форми міжособистісної взаємодії, концепції конструювання реальної дійсності. Оскільки епічна пісня є відображенням історії народу, то коло моральних проблем, у свою чергу, пов'язане з трансформаційними процесами.

Серед ментальних рис українців виокремлюють кмітливість, щедрість, відкритість, волелюбність, гостинність, доброзичливість тощо. Серед концептів, які моделюють мовну картину світу, – «добро», «правда», «справедливість», «доля» тощо. Українці віддавна вірили в долю, розмірковуючи про суще і належне в своєму бутті. Асоціативно лексема доля пов'язана в традиційній культурі із поняттям щастя. Аналіз культурологічного контексту засвідчує, що в українському соціумі сам концепт доля сприймався позитивно: Степ та воля – козацька доля; То божа воля, чи щаслива, чи нещасна доля; Своєї долі і конем не об'їдеш; Кому щастя, тому й доля [7, 56].

Морально-етичні проблеми українського фольклору досліджували Я. Гарасим, В. Давидюк, М. Дмитренко, Л. Дунаєвська, Г. Разумцева та інші. Зокрема, Я. Гарасим зосереджує увагу на аксіологічних вимірах етноестетики пісенних жанрів традиційної культури. До основних моральних імперативів українського етносу дослідник відносить благородність міжособистісних взаємин і чистоту дошлюбних стосунків молоді, відданість предківським звичаям і національним традиціям, ушляхетнення вірної дружби та побратимства, пошану до праці та освітньо-розумове вдосконалення, засудження вбивства, зради та відступництва у всіх його проявах [1].

Однак численні наукові праці не вичерпують кола питань, пов'язаного з філософським осмисленням триади правда – добро – справедливість у епічній народній поезії, що є *метою нашої публікації*.

Тлумачення поняття долі нерозривно пов'язане з осмисленням діалектики добра і зла. Християнський мислитель Лактанцій розвиває думку, що Бог розмістив рівні добра і зла таким чином, щоб якість добра люди пізнавали зі зла, а якість зла – з добра. Без зла і пороку, на думку теолога, добродієність не могла б мати свого значення і ціни. Добро вдосконалюється і зміцнюється