

6. Нгуэн Тхи Хуэ. О некоторых приемах экспресивного синтаксиса в современном газетном тексте / О. Тхи Хуэ Нгуэн // *Личность – Слово – социум: материалы VII международной научно-практической конференции в Минске, 11-12 апреля 2007 г.* – Минск : Паркус плюс, 2007. – С. 44 – 47.
7. Рубацкая В. Ю. Содержательно-смысловые средства популяризации научного знания в англоязычном научном тексте / В. Ю. Рубацкая // *Личность – Слово – Социум : материалы VII международной научно-практической конференции в Минске, 11-12 апреля 2007 г.* – Минск : Паркус плюс, 2007. – 261 с.
8. Скиба С. М. Запобігання буквалізму при відтворенні комунікативного завдання заголовка інформаційного повідомлення у трансліті / С. М. Скиба, О. С. Чичкан // *Мовознавство: Вісник СумДУ.* – Суми, 2006. випуск 11 (95). – Том 1. – С. 192 – 194.
9. Тищенко О. О. Дієслівні заголовки інформаційних жанрів грецьких газет [Електронний ресурс] / О. О. Тищенко. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/13.DNI\\_2007/Philologia/21395.doc.htm](http://www.rusnauka.com/13.DNI_2007/Philologia/21395.doc.htm).
10. Ходаковская И. В. О некоторых фигурах уточнения мысли в газетном тексте (парантеза, парэмбола, вставочный эпифаз) / И. В. Ходаковская // *Личность – Слово – Социум : материалы VII международной научно-практической конференции в Минске, 11-12 апреля 2007 г.* – Минск : Паркус плюс, 2007. – С. 61 – 64.

*В. В. Тарасова  
(Київ)*

## **КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АВІАЦІЙНОГО НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОГО ДИСКУРСУ**

*Досліджено комунікативно-прагматичні особливості авіаційного науково-популярного дискурсу. Розглядаються підходи до вивчення дискурсу, визначаються конститутивні ознаки авіаційного науково-популярного дискурсу.*

**Ключові слова:** *дискурс, науково-популярний дискурс, аналіз дискурсу, інтертекстуальність.*

*Исследованы коммуникативно-прагматические особенности авиационного научно-популярного дискурса. Рассматриваются подходы к изучению дискурса, определяются конститутивные признаки авиационного научно-популярного дискурса.*

**Ключевые слова:** *дискурс, научно-популярный дискурс, анализ дискурса, интертекстуальность.*

*The article deals with the communicative and pragmatic peculiarities of the aviation popular scientific discourse. The approaches to the study of discourse, the constitutive features of aviation popular scientific discourse are analysed.*

**Key words:** *discourse, popular science discourse, discourse analysis, intertextuality.*

**Актуальність дослідження.** У сучасному інформаційному суспільстві велика увага приділяється вивченню не тільки процедур отримання та переробки, але і технологіям адекватної передачі знання. У зв'язку з цим підвищується інтерес до науково-популярного дискурсу як прагматично орієнтованого способу вербалізації наукового знання. Якісне ускладнення наукового й технічного знання викликало проблему популяризації цього знання, яка набула в наші дні особливого значення, і науково-популярний текст став забезпечувати зв'язок не лише між наукою і суспільством, але й між різними царинами науки і техніки. Питання про те, як зробити наукову інформацію популярною, тобто доступною і зрозумілою для читача-нефахівця, давно цікавило дослідників. У працях Е. В. Будассі, М. Д. Городникової, Р. А. Матвеева, В. І. Провоторова розглядаються нові форми і способи передачі складної науково-технічної інформації масовому читачеві [3; 4; 5; 6]. Інтегрувати результати досліджень різних наук, які займаються питаннями популяризації, дає можливість когнітивний підхід. Він дозволяє представити популяризацію у вигляді системи певних дій, спрямованих на когнітивну обробку науково-технічної інформації.

**Об'єктом** дослідження виступає науково-популярний дискурс англомовних періодичних видань з авіації, репрезентований у вигляді ієрархії текстів, когнітивно-комунікативним завданням яких є популяризація наукового технічного знання в залежності від професійної та комунікативної компетенції суб'єктів дискурсу.

Матеріалом даного дослідження послужили статті та повідомлення, опубліковані в англomовних журналах з авіації „Plane and Pilot Magazine”, „Air Facts”, „Rotor and Wing”, „Helicopters”, „Flight International” та інших, виданих за 2002-2012 роки.

Термін „дискурс” давній, але водночас і найскладніший у новітній лінгвістиці. Сучасні лінгвісти фокусують свою увагу на дискурсі як 1) на зв'язному тексті в сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; 2) тексті, взятому в аспекті подій; 3) мовленні, що розглядається як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії людей і механізмах їх свідомості. На думку Н. Д. Арутюнової, дискурс – це мовлення, “занурене в життя” [2, с. 136-137]. Оскільки в основі розуміння дискурсу як інтегральної сукупності текстів, пов'язаних семантичними (змістово-тематичними) відношеннями та/чи поєднаних у комунікативному і функціонально-цільовому цілому, лежить ідея дискурсивної формації [7], то критеріями відбору текстів, які беруться за емпіричну основу вивчення дискурсу того чи іншого типу, виступають сфери людського спілкування, практики, галузі знань, типології тексту. У даному дослідженні *науково-популярний авіаційний дискурс* розуміємо як клішований (забезпечений єдиним термінологічним апаратом, що характеризується схожими правилами побудови і стилістичними особливостями) різновид спілкування між людьми різного віку і національностей, але однієї професійної корпорації (а саме пілоти, авіамеханіки, авіадиспетчери, розробники, виробники авіаційної техніки та обладнання), відповідно до законів і на мові даної корпорації.

**Метою** нашої розвідки є аналіз функціонально-комунікативного аспекту авіаційного науково-популярного дискурсу, аналіз співвідношення структурних характеристик дискурсу зі специфічними умовами його створення, а також дослідження проблеми організації науково-технічної інформації.

В основі науково-популярного дискурсу лежать ситуаційні моделі, які характеризуються певною структурою й особливостями, зумовленими основним принципом створення дискурсу – принципом його внутрішньої діалогічності. Формуючи текстову базу, автор постійно орієнтується на можливу реакцію читача. Умовність подібної орієнтації знаходить своє відображення у ви-

користанні особливих прийомів організації інформації, в певному співвідношенні логічного та аксіологічного при формуванні мовної бази тексту, в чому і проявляється своєрідність науково-популярного дискурсу. Порушення принципу внутрішньої діалогічності може призвести до комунікативної невдачі [7, с. 140].

Враховуючи особливості реципієнта, адресант формує семантичну текстову базу, здійснює якісний і кількісний відбір мовних одиниць, невербальних і змішаних компонентів, а також визначає характер асоціативних зв'язків. Мовна текстова база науково-популярного дискурсу включає в себе великий „репертуар” наукових, художньо-белетристичних і розмовних мовних засобів. Об'єднання різних елементів мови надає цим елементам якісно нової функціональної своєрідності. Ця своєрідність є конструктивним типом такого дискурсу, сприяє поєднанню науковості з доступністю у науково-популярному викладі і є умовою успішної реалізації дискурсом двох його основних функцій – повідомлення та впливу. За своїм призначенням мовні засоби досліджуваного типу дискурсу можна поділити на три основні функціональні групи:

- засоби безпосередньої передачі наукової інформації;
- засоби роз'яснення наукового змісту та створення контакту між автором і читачем;
- засоби активного впливу на читача з метою переконання, спонукання до дії, формування у нього оцінної орієнтації.

Вибір того чи іншого мовного засобу контролюється певною стратегією популяризації на кожній локальній ділянці дискурсу і спрямований на оптимальне досягнення цілей цієї стратегії. Аналіз науково-популярного дискурсу дозволяє виділити такі дискурсивні стратегії популяризації: тематична редукція, зменшення щільності інформативності, використання наочності, оцінності й динамічності.

Автори статей використовують пряме звернення до читача або постійно згадують про нього. У рамках розглянутого нами науково-популярного авіаційного дискурсу, читач – це потенційний покупець (customer), представник зацікавленої в товарі компанії (manager), пілот (pilot) або просто пасажир (passenger).

В авіаційній науково-популярній періодиці містяться численні посилання на думки тих, хто використовує авіаційну техніку на практиці:

*In fact, business seems to be blooming, at least in North America, and there is real optimism in the helicopter support market. Many operators say they're looking forward to the future („New World Orders”, R&W, May 2010).*

Полілогічність науково-популярного авіаційного дискурсу досягається й іншими способами. Автори часто використовують стратегії встановлення контакту, наприклад, ініціюють мовні акти, які вимагають реакції адресата. Такими мовними актами є різні види запитань.

1) Питання, які носять характер прямого звернення до читача: *Do you have comments on the rotorcraft industry or recent articles and viewpoints we've published?* (R&W, September 2004).

2) Питання, в яких автор статті виступає як суб'єкт питання і відповіді: *Why a two-man crew, though? What many people forget is that manpower is extremely expensive* („Australia's Super Seasprite Moves Forward”, R&W, May 2010).

3) Автор ставить запитання і наводить відповідь від фахівця в даній галузі, оскільки думка фахівця-експерта особливо важливо в авіації: *What would it take to modernize US military rotorcraft for the 21st century? According to Thompson, funding for aviation procurement, research and development needs to be „more than doubled every year for the foreseeable future.” The entire military, but the Army in particular, has accumulated a deficit of technology that will take a generation to reverse, he says* („Battlefield Intelligence”, R&W, Jan. 2002).

4) Питання, що зустрічаються безпосередньо в заголовках статей або в підзаголовках. Автори, таким чином, позначають проблему, розв'язання якої пропонується в самій статті. Тут питання відіграє роль композиційного зачину: *A sudden loss of power with dense forest below is a pilot's worst nightmare. You've survived the crash, but how will you survive the night?* („Prepared to Survive”, R&W, Feb. 2010).

Постійна апеляція до співрозмовника виражається також у використанні спонукальних речень: *Let us not forget that right now, over half of our branch is serving overseas in Iraq* (Despite War, Army Aviation Carries On, R&W, May 2002).

Отже, адресованість є однією з важливих категорій полілогічності англomовного науково-популярного авіаційного дискурсу.

Дана категорія виражається, зокрема, в прямому зверненні до читача у вигляді питальних і спонукальних речень, які залучають адресатів до процесу спілкування.

Головним актуалізатором тієї чи іншої дискурсивної категорії виступає автор тексту. Багато що в характері тексту залежить від авторської установки, що складається з об'єктивної мети повідомлення та інтенції автора (суб'єктивних намірів автора справити певне враження, що проявляється у виборі відповідного стилю викладу – наукового, розмовного і т.д.). Використовуючи займенники 2-ї особи, автор подає інформацію ніби з точки зору читача. Цей прийом служить для максимального наближення реципієнта до предмета викладу, і водночас підкреслюються переваги використання того чи іншого виду техніки, обладнання, методу, прийому, ідеї: *Wind induced hover power reductions are a benefit unless you rely on the wind to get into a confined landing zone, then lose that wind prior to departure or are forced to hover with a side or tail wind.*

Суб'єктивна оцінка є засобом створення експресивності тексту. Ключові слова для науково-популярної статті з авіації – *safe, reliable* і *successful*, оскільки описувати й рекомендувати іншим слід тільки те, що, безпечно, надійно і успішно працює: *However, I feel better knowing that the MH-60S is much more reliable in terms of engine survivability and reduces much of the workload in terms of airframes and powerplants* („MH-60 Sierra Training”, R&W, July 2004).

Науково-популярний авіаційний дискурс характеризується інтертекстуальністю. „Під інтертекстуальністю розуміється включення до тексту цілих інших текстів з іншим суб'єктом мовлення або їх фрагментів у вигляді цитат, ремінісценції та алюзій” [1, с. 351]. У наступному прикладі питання в заголовку статті „***Out of sight and out of range?***” (Helicopters, April 2003) „відсилає” читача до відомої англійській приказки „*Out of sight – out of mind*” (укр: “З очей геть – із серця геть”). У заголовку статті „***All that glitters is not business jet***” (Plane and Pilot Magazine, November 2012) автор використовує алюзію на англійську приказку „*All that glitters is not gold*” (укр: „Не все те золото, що блищить”).

Як свідчить матеріал дослідження, найчастіше подібні алюзії використовуються авторами саме в заголовках, а також у вступній або в заключній частині статті з метою привернення уваги читачів.

Вплив технічного науково-популярного дискурсу здійснюється в основному за допомогою інформування та шляхом формування ціннісної орієнтації читача. Інформування є однією з основних задач досліджуваного типу дискурсу. Впливаючи на адресата шляхом інформування, автор обирає відповідні форми організації – такі як аргументація, твердження, констатація, порівняння, узагальнення, доказ та ін. [7, с. 137].

Науково-популярний дискурс не лише передає інформацію про факт дійсності, але й формує його оцінку шляхом оцінювання явищ, що описуються, їх образного та експресивного зображення. Виділення необхідних фактів дає можливість виразити оцінку не прямо, а опосередковано, імпліцитно.

Отже, всі прагматичні категорії (полілогічність, інформативність) технічного дискурсу знаходять своє відображення в характеристиках науково-популярних журнальних публікацій з авіації. Характерними особливостями авіаційного науково-популярного дискурсу є: оцінність, експресивність, наявність термінологічного апарату, авторська суб'єктивність та індивідуальність. Усі елементи структури авіаційного науково-технічного дискурсу використовуються для того, щоб зробити складний науковий або технічний зміст доступним читачеві. Це досягається тематикою, відбором інформації, внутрішньою організацією тексту. Завдання зацікавити читача реалізується за допомогою одиниць усіх рівнів тексту.

Напрямок подальших розвідок полягає у дослідженні стратегій популяризації наукового знання в авіаційному науково-популярному дискурсі.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность / И. В. Арнольд. – СПб. : Изд-во С.Петербург. ун-та, 1999. – 444 с.
2. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 136–137.
3. Будасси Э. И. Популяризация как форма обработки научно-технической информации / Э. И. Будасси. – М. : Высшая школа, 1993. – 110 с.
4. Городникова М. Д. Научно-популярная статья как тип текста // Филологические науки. – М., 1995. – № 5. – С. 79–88.

5. Матвеев Р. А. Речевой жанр “публицистическая полемика” / Р. А. Матвеев. – М. : Высшая школа, 2000. – 142 с.
6. Провоторов В. И. Очерки по жанровой стилистике текста / В. И. Провоторов. – М. : НВИ-Тезаурус, 2003. – 140 с.
7. Строева Ю. Ю. Образ автора в англоязычном научно-популярном авиационном дискурсе / Ю. Ю. Строева // Современные проблемы науки и образования. – 2008. – № 3 – С. 134–142
8. Plane and Pilot Magazine [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.planeandpilotmag.com/>.
9. R&R = Rotor & Wing [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rotorandwing.co.nz>.

*В. Б. Великорода, В. В. Морикім  
(Івано-Франківськ)*

## **СОЦІОЛІНГВАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (на матеріалі президентських дебатів у США 2012 року)**

*У статті досліджується феномен презентації конкретних політичних ідентичностей через фрейми. За допомогою аналізу фреймів самопрезентації виявляються особливості представлення політичної ідентичності, описується здатність фреймів самопредставлення розгорнуто, але імпліцитно, передавати конкретну ідентичність, з використанням цілого набору мовних засобів, характерних для фрейму.*

**Ключові слова:** *фрейм, самопрезентація, політичний дискурс, ідентичність.*

*В статье изучается феномен презентации политических идентичностей с помощью фреймов. С помощью анализа фреймов самопрезентации исследуются особенности политической идентичности, описывается возможность фреймов самопрезентации детально, но имплицитно, передавать идентичность через данный фрейм, используя целый ряд языковых средств, свойственных для данного фрейма.*

**Ключевые слова:** *фрейм, самопрезентация, политический дискурс, идентичность.*