

Місцевий поділ реалій: у площині однієї мови слід розглядати свої і чужі реалії, які, в свою чергу поділяються на національні (відомі всім жителям держави, всьому народу), локальні (належать говірці або діалекту), мікролокальні (характерні для певної місцевості) [3, с. 57].

В площині двох мов реалії поділяють на зовнішні, які не притаманні цій парі мов, як, наприклад «какаду», «кімоно» для української та німецької мов, і реалії, які не властиві одній мові, але існують в іншій («рада» для української та російської мов). Die Drogerie є реалією з точки зору української мови, але для пари англійської та німецької це слово не є реалією. Das Reihnhaus – будинок, що складається з секцій, кожна з яких має свій вхід і номер. В Україні такого роду архітектура не прийнята, але в інших країнах такі будинки існують, для них це не буде реалією.

Розглядаючи декілька мов, можна виділити регіональні реалії («євро» для країн, що прийняли цю валюту як національну) і інтернаціональні, присутні в лексиці багатьох мов, що ввійшли в їх словник, але зберегли вихідне забарвлення (ранчо, текіла) [3, с. 59–65].

Відносно аксіологічного аспекту реалій, ми вважаємо доцільним є розглядати ті реалії, які мають потенціал, тобто виражають ціннісні орієнтації народу-носія мови, сприяють формуванню уявлень про істину, справедливість, свободу. Варто зазначити, що далеко не всі реалії відображають аксіологічну значущість, поняття про цінності категорій, притаманних тому чи іншому народу. Найбільш аксіологічними є власні назви, тобто антропоніми та топоніми. Слушно зауважує Р. П. Зорівчак, що «антропоніми та топоніми сприяють створенню місцевого колориту. Для філолога вони – прекрасний матеріал для пізнання та вивчення структури мови» [4, с. 66]. Антропоніми – це імена історичних осіб, суспільних діячів, письменників, вчених, персонажів художньої літератури, історичні факти, події у житті країни, назви творів літератури та мистецтва, назви суспільних та державних закладів тощо. Так, наприклад: «Aber das änderte wenig daran, daß kaum jemand die Huzulen von ihren Nachbarn, den Ruthenen oder Bojken, unterscheiden konnte oder zur Kenntnis genommen hätte, wo das geographische Zentrum Europas liegt: am Rand nämlich, seit Jahrhunderten am Rand» [7].

Такі реалії виступають не тільки носіями національного колориту певного народу, а й містять в собі аксіологічну ознаку.

Топоніми – це географічні назви, в яких, як у дзеркалі, відображається історія народу, історія заселення території, становлення нації. Це реалії, які пов'язані з певними подіями в житті народу – носіями мови та культури. Їх аналіз дає також цінний матеріал для розуміння ролі даного об'єкту у суспільному житті народу – носія мови, в його історії, культурі, суспільно-політичному житті та господарсько-практичній діяльності. Наприклад: Angesichts der separatistischen Bedrohung und der russischen Aggression haben Dnipropetrowsk, Odessa, Charkiw und andere größere und kleinere Städte ihren ukrainischen Charakter in verschiedener Weise wiederentdeckt und geben dem deutlich Ausdruck [9].

Слова-реалії є невід'ємною частиною лексики будь-якої мови і відображають специфічну картину світу людей, що говорять цією мовою. Важливо не тільки через слово пізнавати культуру, а навпаки, використовувати знання культури, так звані фонові знання для більш повного розкриття значень реалій і забезпечення їх адекватного розуміння.

Кількість реалій, кожна з яких характеризується певною формою, лексичними, фонетичними та морфологічними особливостями, в мові будь-якого народу досить значна, що й зумовило питання щодо їх класифікації. Проаналізувавши різні види класифікацій визначних вчених-дослідників в цій сфері, ми прийшли до висновку, що всі реалії можуть бути об'єднані за денотативною ознакою (тобто визначенням предмету чи факту); за лінгвістичною природою (слова, словосполучення, фразеологізми, речення, комунікативні одиниці); за приналежністю до лексико-семантичної групи; за часовою ознакою (сучасні, історичні); за локальною ознакою (національні, регіональні, локальні, мікролокальні).

Проаналізувавши різні класифікації вчених-дослідників реалій, ми прийшли до висновку, що більшість класифікацій реалій здійснюється за тематичним принципом. Доцільність такого угруповання ґрунтується на традиції загальної та навчальної лексикографії, практиці складання різного роду розмовників, навчальних тематичних словників і словникових розробок (вокабуляр) з окремих тем.

Також нами було виявлено, що найбільшим аксіологічним потенціалом наділені антропоніми та топоніми як частина слів-реалій, оскільки вони сприяють створенню місцевого колориту та несуть в собі аксіологічну ознаку. Аксіологізація мовних реалій як звертання до цінностей культури певної мови та народу є процесом ціннісної орієнтації, що передбачає збагачення знань, розвиток ціннісного становлення і вироблення професійних умінь викладача.

Література:

1. Верещагин Е. М. Язык и культура / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М. : Русский язык, 2000. – 387 с.
2. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. – М. : Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
3. Влахов С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М. : Международные отношения, 2009. – 360 с.
4. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад / Р. П. Зорівчак. – Л., 1989. – 216 с.
5. Мосиенко Л. В. Лингвокультурологическая проблема классификации реалий / Л. В. Мосиенко. – Вестник ОГУ 11 (2005). – С. 155–161.
6. Томахин Г. Д. Реалии-американизмы / Г. Д. Томахин. – М. : Высшая школа, 1988. – 239 с.
7. Frankfurter Allgemeine Der Mond ist ein Punkt in den Karpaten. <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/rezensionen/belletristik/der-mond-ist-ein-punkt-in-den-karpaten-1214806.html>
8. Tatsachen über Deutschland. – F. a. M. : Societäts-Verlag, 2005. – 184 S.
9. Zhurzhenko T. Im Osten nichts Neues? http://www.eurozine.com/articles/article_2014-09-19-zhurzhenko-de.html

УДК 811:133.1:81'38:005.571

Ю. Ю. Третьак,

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

ПОРТРЕТУВАННЯ РЕСПОНДЕНТА ЯК ЗАСІБ ЙОГО ЛЕГІТИМАЦІЇ В ЖАНРІ ФРАНЦУЗЬКОГО ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНОГО ІНТЕРВ'Ю

Статтю присвячено дослідженню портретування як однієї з легітимізаційних стратегій в жанрі французького газетно-журнального інтерв'ю. Розглянуто співвідношення понять «портретування» і «легітимізація». Доводиться, що обсяг поняття «портретування» є ширшим за легітимізацію, так само, як і легітимізація не обмежується портретуван-

ням. Встановлено, що актуалізовані в інтерв'ю портретні риси респондента, якщо вони імплікують його обізнаність, непересічність чи відповідальність, автоматично набувають легітимаційного значення у досліджуваному нами жанрі.

Ключові слова: жанр газетно-журнального інтерв'ю, респондент, стратегія, портретування, легітимація.

PORTRAYING A RESPONDENT AS A MEANS OF LEGITIMATING A PERSON IN THE GENRE OF FRENCH NEWSPAPER AND MAGAZINE INTERVIEW

The article deals with the researching of portrayal as one of legitimation strategies in the genre of French newspaper and magazine interview. The correlation of terms «portrayal» and «legitimation» has been analyzed. It is singled out that the depth of term «portrayal» is wider than legitimation, the same as legitimation is not limited by portrayal. It was found out that the respondent's features that are updated in the interview automatically receive legitimizing value in the studied genre if they imply awareness, uniqueness or responsibility.

Key words: genre of newspaper and magazine interview, respondent, strategy, portrayal, legitimation.

ПОРТРЕТИРОВАНИЕ РЕСПОНДЕНТА КАК СПОСОБ ЕГО ЛЕГИТИМИЗАЦИИ В ЖАНРЕ ФРАНЦУЗСКОГО ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНОГО ИНТЕРВЬЮ

Статья посвящена исследованию портретирования как одной из легитимационных стратегий в жанре французского газетно-журнального интервью. Рассмотрено соотношение понятий «портретирование» и «легитимизация». Доказано, что объем понятия «портретирование» шире легитимизации, равно, как легитимизация не ограничивается портретированием. Установлено, что актуализированные в интервью портретные черты респондента, если они имплицитно его осведомленность, незаурядность или ответственность, автоматически получают легитимизирующее значение в исследуемом нами жанре.

Ключевые слова: жанр газетно-журнального интервью, респондент, стратегия, портретирование, легитимизация.

Лінгвістичне дослідження портрета і легітимації респондента французького газетно-журнального інтерв'ю як одного з суб'єктів впливу на мислення масової аудиторії, формування її мовної картини світу, загальної когнітивної бази, ціннісних орієнтирів уявляється доцільним і відповідає загальному спрямуванню сучасних мовознавчих розвідок на вивчення особливостей функціонування медійного дискурсу.

На відміну від портретного інтерв'ю, в якому портрет є основою жанру, визначаючи його лінгвопрагматичну будову, в інших жанрових різновидах інтерв'ю портретування респондента набуває специфічного спрямування, а саме – переважно легітимаційного. Актуалізація усталених характеристик респондента та динамічних компонентів його портрету, релевантних для певної комунікативної мети, забезпечує респондента необхідними комунікативними повноваженнями, гарантує його право інформувати, висловлювати чи транслювати думки. Отже, портретування розглядається нами як одна з легітимаційних стратегій. Проте, слід зауважити, що обсяг поняття «портретування» є дещо ширшим за легітимацію, так само, як і легітимація не обмежується портретуванням, що ми і спробуємо довести у цій статті.

У загальному розумінні, легітимність – це правовий стан, що характеризує особу по відношенню до ситуації. Дії особи вважаються легітимними (або ні), а саму особу – уповноваженою (або ні) діяти певним чином. У дискурсивному аналізі легітимність розглядається як зовнішня по відношенню до суб'єкта мовлення категорія, вона залежить від більш менш інституційного статусу мовця і не може бути об'єктом обговорення, оцінки чи градації: вона або існує, або ні. П. Шародо визначає легітимність як позицію або статус особи, уповноваженої діяти так, як вона діє, і уточнює, що стан легітимності є результатом визнання іншими того, що надає будь-кому право діяти або говорити з позицій, що він займає [3, с. 52].

Легітимність зумовлюється:

1) загальноновизнаними інституційними нормами та приписами, що організують та регламентують кожну сферу суспільної практики, визначаючи статуси, позиції та ролі (йдеться про певні аспекти особистості та відповідні їм моделі поведінки) фігурантів цих сфер;

2) фактом визнання членами спільноти вминь, досягнень, здобутків або досвіду одного з них. Це легітимність, яку надають отримання премій, почесних звань, вступ до наукових академій, перемоги в конкурсах та спортивних змаганнях, особистісна ангажованість (*je suis du parti communiste, je sais de quoi je parle*), пережитий досвід (*ça m'est arrivé, j'y étais, je peux en témoigner...*).

Ми вважаємо, що загальні статусно-рольові характеристики респондента, зумовлені інтерв'ю, як жанром медійного (а отже – інституційного) дискурсу, та його (інтерв'ю) жанровим різновидом, становлять легітимність респондента, його «інституційне алібі». Вже сам факт запрошення до участі в інтерв'ю у певній ролі та поставлені журналістами запитання надають респонденту право слова. Щоб пояснити читачеві вибір респондента, виключити можливі сумніви щодо його легітимності, або у разі ситуативної потреби, суб'єкти названого жанру взаємодії вдаються до використання стратегій легітимації, тобто до актуалізації релевантних характеристик (у широкому сенсі) респондента, а отже – до портретування.

За дефініцією П. Шародо, стратегії легітимації націлені на визначення позиції авторитету, яка дозволяє суб'єкту взяти слово [1, с. 340]. Стратегії легітимації покликані гарантувати право на вступ до комунікації, тобто забезпечувати адекватність між актом мовлення, ситуацією і статусом мовця. На думку французького лінгвіста, суб'єкт мовлення застосовує ці стратегії, (ре)активуючи (*je vous parle en tant qu'expert*) або змінюючи (*ce n'est pas le médecin qui vous parle, c'est l'ami*) свій статус, апелюючи до установлюваного консенсусу (*je vous propose de traiter d'abord de cette question parce qu'elle est celle qui commande toutes les autres*) або до знання, що поділяється, (*doxa, la vox populi – n'oubliez pas que la pauvreté n'est pas vice*). Науковець розрізняє 1) інституційний авторитет, що базується на статусі суб'єкта, наділяючи його а) авторитетом знання (експерт, знавець, спеціаліст) або б) авторитетом вирішального права (відповідальна інстанція); 2) персональний авторитет, основу якого складає персуазивна та зваблююча діяльність суб'єкта мовлення, що забезпечує його фактичним авторитетом, який доповнює авторитет інституційний.

Із наведених міркувань видно, що легітимація не обмежується власне портретуванням. Водночас окремі легітимаційні сегменти нескладно інтерпретувати як непряме портретування, наприклад: *La théorie de l'argumentation sur laquelle vous travaillez depuis quinze ans a-t-elle donc des conséquences pratiques? (Le Nouvel Monde № 3/1995)* У відносній апозитивній конструкції надається додаткова інформація про респондента – протягом п'ятнадцяти років він працює над теорією аргументації. Актуалізація факту праксемічного плану, посиленого хронотопом, імплікує релевантні портретні характеристики респондента (фах, обізнаність, досвід), і, як наслідок, – його право на відповідь в окресленому тематичному колі. Легітимаційний потенціал закладено й у мовленнєві характеристики суб'єкта, які також певним (імпліцитним) чином здатні відтворювати його образ, портрет: *La problématique travail-souffrance est aussi vieille que la notion du travail. Dans la Bible, être chassé du paradis condamne à devoir travailler. Le mot travail vient d'un supplice, le tripalium, un moyen de donner de la douleur. La douleur physique et onthologique a évolué (Libération du 18/12/2009)*. Респондент інтерв'ю, що опубліковане під

заголовком *La souffrance au travail est-elle légitime?* впевнено відбудовує «експертний» етос – етос гарно освіченої, компетентної особи з широким кругозором. Потверджують наведену характеристику посилення на авторитетне першоджерело (*dans la Bible*) та його оригінальна інтерпретація, використання автентичної (*tripalium*) і науково-філософської термінології (*onthologique*), пояснення етимології слова *travail*, загальна тональність викладу – об'єктивна і досить категорична.

Враховуючи специфіку жанру газетно-журнального інтерв'ю, головною метою якого є подання суспільно значущої інформації в індивідуальному, персональному її представленні, та зумовлені цією метою функції респондента (інформування, повідомляти думку/точку зору, транслювати інформацію/думку), основу комунікативних повноважень респондента в інтерв'ю, на наш погляд, складають категорії **обізнаності, непересічності і відповідальності**. Саме ці характеристики забезпечують авторитетність позиції респондента, «повагу і довіру» [2, с. 89] до нього і мають підтверджуватись (звідси аргументативний вимір легітимації; ми навіть назвали б легітимацію «метадискурсивною аргументацією», адже *«légitimer c'est donner un argument en faveur de son droit de dire...»* [4]). Обізнаність респондента може гарантуватись (у залежності від галузі) актуалізацією його фаху, досвіду чи навіть стану здоров'я. Непересічність, унікальність потверджуються широкою відомістю, популярністю респондента, його досягненнями чи унікальним досвідом, яскравим представленням певної групи чи категорії. Актуалізується ця характеристика, насамперед, представленням респондента за власним ім'ям, використанням лексички оцінної семантики, ступенів порівняння тощо. Відповідальність, як дискурсивна (за повідомлення), яку респондент бере на себе, або делегує третім лицам різними формами переданої мови, так і екстрадискурсивна (за ситуацію або подію, що є предметом обговорення), також певним чином забезпечує комунікативні повноваження респондента. Екстралінгвістична відповідальність об'єктивується називанням респондента за високою посадою або роллю у події/ситуації. Зазначимо, що виділені нами характеристики респондента, які гарантують авторитетність його позиції в інтерв'ю, часто є взаємозумовленими.

Позицію авторитета, таким чином, ми розглядаємо як одну з можливих «інстанцій», як персональних (особистісна або суспільно детермінована, інституційна), так і зовнішніх по відношенню до мовця, яку його свідомість співвідносить з предметом мовлення. Істотно те, що «сама рефлектуюча інстанція (тобто свідомість – Ю. Т.), від якої виходить установалення відповідності, знаходить своє найближче втілення не в Я-операнді, а в деякій операції, що виражається, наприклад, дієсловом (я **кажу** це), сполучником (я і ти), чи нульовою формою (я тут) і ніколи не представлена в дискурсі окремою формою, вона завжди перебуває «за кадром», існуючи тільки у своїх похідних» [6, с. 134–135]. Підкреслимо, що «авторитетними» позиціями, актуалізація яких надає право слова, можуть бути не тільки різні авторські «Я», тобто аспекти особистості, але й інші суб'єкти інформації та дії, що вводяться мовцем. Останній стає основним джерелом дискурсивного багатоголосся, що проявляє себе як переклик різнорівневих сенсів – з позицій різних авторських дискурсивних посередників. Отже, легітимація не вичерпується портретуванням: залучаються й інші стратегії, розгляду яких плануємо присвятити наступну статтю.

Важливе методологічне значення мають міркування О. Дюкро, щодо суб'єктів висловлення. Дослідник, з одного боку, відрізняє мовця (*locuteur*) як реальність дискурсу, «дискурсивну фікцію» від суб'єкта мовлення (*sujet parlant*) як «автора», емпіричну категорію, що витікає із зовнішнього уявлення про мовлення, а з іншого, – в межах самого поняття «мовець» розрізняє «мовця як такого» (L), відповідального за висловлювання (саме він оперує лінгвістичним матеріалом), і «мовця як цілісну особистість» (λ), яка, з-поміж інших, наділена властивістю бути джерелом висловлення [5, с. 199]. L, як носій певних ораторських властивостей – «*mœurs oratoires*», – має безпосереднє відношення до категорії етоса; все, що оратор міг би сказати про себе, як про об'єкт висловлення, стосується λ (λ ми розуміємо як сукупність дериватів рефлектуючої інстанції (свідомості), або ж авторських позицій, «Я» в термінології К.Серажим). Ідентичність λ виявляє себе тільки через його появу як L. Дистанція між цими аспектами мовця особливо відчутна коли L отримує прихильність публіки за рахунок приниження λ (в разі самокритики чи самоіронії, наприклад).

Отже, мовець презентує висловлювання, за яке він бере на себе відповідальність, як таке, що надає існування певним інстанціям, голосам (і не обов'язково власним), з якими він отожднюється, або ж, навпаки, дистанціюється від них. Актуалізацію інстанції, релевантної ситуації і предмету мовлення, ми, власне, і вважаємо легітимацією. Наведені міркування, очевидно, свідчать ще й про поліфонічну (поряд із аргументативною) природу цього явища.

Легітимація респондента у кожному з виділених нами жанрових різновидів інтерв'ю (див. [7]) має свою специфіку. Так, право респондента повідомляти про себе у портретному інтерв'ю гарантується, з одного боку, його непересічністю та/або популярністю, з іншого – представленням у актуальному суспільно-подієвому контексті. Саме ці характеристики (часто у поєднанні) актуалізуються журналістом вже у заголовку чи ліді інтерв'ю: *Il a une allure de lutin et l'accent chantant du Québec, la province où il est né il y a trente trois ans, à Saint-Elie-de-Caxton. Celui qui voulait être professeur de littérature revient, du 10 novembre au 5 décembre, au Théâtre l'Européen, à Paris, avec son spectacle «l'Arracheuse de temps», qui décrit les démêlés des villageois avec la Mort (Le Nouvel Observateur № 2401, novembre 2010)*. Щодо партії респондента, вона може містити як досить лаконічні самовизначення (*je le dis en tant que gay, comme tout autodidacte, je suis un chasseur d'illusions*), так і розгорнуті самопрезентаційні, самохарактеризувальні, автобіографічні, міркувальні фрагменти. «Інституційне алібі» респондента становить саме жанровий різновид інтерв'ю – інтерв'ю-портрет.

Право респондента на слово про щось у «концептуально-аналітичному» інтерв'ю забезпечується його обізнаністю і потверджується у партії журналіста портретуванням: в інтерв'ю, присвяченому темі запахів – *Alain Garossi est parfumeur, autrement dit «nez», dans la filiale américaine de la société Quest International. Né à Grasse, la capitale mondiale des parfums, il a appris le métier dans diverses entreprises de parfumerie grassoises, avant de collaborer à plusieurs grandes firmes internationales. De passage à Grasse au cours de l'été, il a bien voulu répondre à nos questions (Le français dans le monde № 336, 2004)*. Самі респонденти потверджують свої експертні повноваження численними посиланнями, звертаннями до автентичних джерел. Зауважимо, що це єдиний із виділених нами жанрових різновидів інтерв'ю, респонденти якого частіше за все апелюють до «зовнішніх» інстанцій, відводячи самопортретуванню другорядні ролі.

Легітимація респондента в інтерв'ю-«події» та інтерв'ю-«ситуації» становить актуалізацію (пряму, непряму або імпліцитну) відповідного події/ситуації аспекту особистості і досить часто корелює з портретуванням.

Підсумовуючи сказане, зауважимо, що актуалізовані в інтерв'ю портретні риси респондента, якщо вони імплікують його обізнаність, непересічність чи відповідальність, автоматично набувають легітимаційного значення у досліджуваному нами жанрі.

Література:

1. Dictionnaire d'analyse du discours / sous la direction de P. Charaudeau, D. Maingueneau. – P. : Édition du Seuil, 2002. – 662 p.
2. Dictionnaire de la langue française. Le Micro-Robert / sous la direction de Alain Rey. – P. : Dictionnaires Le Robert, 1991. – 1376 p.

3. Charaudeau P. Le discours politique. Les masques du pouvoir / Patrick Charaudeau. – P. : Vuibert, 2005. – 256 p.
4. Charaudeau P. Grammaire du sens et de l'expression / Patrick Charaudeau. – P. : Hachette, 1992. – 852 p.
5. Ducrot O. Le dire et le dit / Oswald Ducrot. – P. : Éditions du Minuit, 1984. – 237 p.
6. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище : методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики) : [монографія] / Катерина Сергіївна Серажим ; за ред. В. Різуна. – К. : Паливода А. В., 2002. – 392 с.
7. Третьяк Ю. Ю. Концепция семантической классификации пресс-текстов интервью / Юлия Юрьевна Третьяк // Актуальні проблеми іноземної філології : лінгвістика та літературознавство : міжвуз. зб. наук. ст. / відп. ред. В. А. Зарва. – Київ : Освіта України, 2008. – Вип. II. – С. 136–141.

УДК 81'800

О. О. Черхавя,

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

ФЕНОМЕН РЕКОНСТРУКЦІЇ В АКсіОМАТИЧНОМУ Й АНТРОПОЦЕНТРИЧНОМУ ФУНКціОНАЛІЗМІ

У статті розглядається феномен реконструкції із позицій функціоналізму, під яким розуміють, з одного боку, методичну процедуру здійснення когнітивних операцій аналізу різних типів і видів діяльності людини, а з іншого, – теоретико-методологічну проблему, пов'язану з вивченням устрою мовних і концептуальних картин світу як складних архітектурних моделей (матриць) філософського смислу буття крізь призму антропоцентричної, текстолого-дискурсивної та когнітивно-лінгвокомпаративної доміант сучасної лінгвістики.

Ключові слова: феномен реконструкції, функціоналізм, архітектурні моделі (матриці), когнітивні операції.

RECONSTRUCTION PHENOMENON IN AXIOMATIC AND ANTHROPOLOGICAL FUNCTIONALISM

In the article the phenomenon of reconstruction from the positions of functionalism is examined, which is understood, on one hand as methodical procedure realization of cognitive operations analysis of different types and varieties of man activity, and on the other hand, as theoretical-methodological problem related to the study of the language mode and conceptual view of the world as difficult architectural models (matrixes) of philosophical sense of existence through the prism of anthropocentric, text-discursive and cognitive-linguistic comparative dominant of modern linguistics.

Keywords: the reconstruction phenomenon, functionalism, architectural models (matrixes), cognitive operations.

ФЕНОМЕН РЕКОНСТРУКЦИИ В АКсіОМАТИЧЕСКОМ И АНТРОПОЦЕНТРИЧЕСКОМ ФУНКЦИОНАЛИЗМЕ

В статье рассматривается феномен реконструкции с позиций функционализма, под которым понимают, с одной стороны, методическую процедуру осуществления когнитивных операций анализа разных типов и видов деятельности человека, а из другого, – теоретико-методологическую проблему, связанную с изучением уклада языковых и концептуальных картин мира как сложных архитектурных моделей (матриц) философского смысла существования сквозь призму антропоцентрической, текстолого-дискурсивной и когнитивно-лингвокомпаративной доминанты современной лингвистики.

Ключевые слова: феномен реконструкции, функционализм, архитектурные модели (матрицы), когнитивные операции.

Теорія семантичної лінгвістичної реконструкції, яка була популярною у 60-70-х роках ХХ ст. і займалась здебільшого компонентним розкладанням значення слова (іншими словами – реконструкцією значення слова) відповідно до контекстуальних, ситуативних чинників його функціонування, набуває іншого розуміння під впливом функціоналізму, розвинутого на основі женецької, празької, лондонської та голландської лінгвістичних шкіл і логічно доведеного до аксіоматичного функціоналізму (Axiomatic Functionalism) [40].

Аксіоматичний функціоналізм був сформульований на базі шести основних постулатів ядерної лінгвістичної теорії (core-linguistic theory), проголошених на 3-му Міжнародному колоквиумі у Франції (Saint-Flour) 1976 року:

1. All features in semiotic sets are functional (Усі властивості семіотичної направленості/течії – функціональні), що вказує на семіотичну єдність.

2. Semiotic systems contain simple and may contain complex unordered or complex ordered signa and figurae / Семіотична система включає прості, а також може включати комплексні неупорядковані / впорядковані надписи та непозначувана складова позначуваного – знаку) – це найвагоміша аксіома базової теорії семіотичної системи.

3. Figurae may have para-cenotactic features and signa may have para-syntactic features (Непозначувана складова позначуваного – знаку може мати пара-фонологічні властивості, а надписи – пара-синтактичні особливості).

4. All semiotic systems contain sentences (Уся семіотична система включає речення).

5. There may be a many-to-one relation between cenetic form and cenological form (allocey) and between cenological form and signum (allomorphy – alternation in the forms that realize morphological or lexical units), and vice-versa (homophony – forms which are homonyms, at least phonetically and homorphy respectively) (Між фонетичною і фонологічною формами, а також між фонологічною формою та знаком (аломорфія – чергування у формах, які реалізують морфологічні або лексичні одиниці), та навпаки (гомофонія – форми, що є гомонімами фонетично та морфемно).

6. Signa may be realized an unlimited number of times (in actual communicatio), each resulting utterance denoting a denotatum which may belong to a potentially infinite denotation class (Надпис можна сприймати необмеженою кількістю разів (у актуальній комунікації); кожне висловлювання, в якому позначуване вказує на предмет, що належить до потенційно інфінітивної денотативної групи – буквального значення символу, визнається більшістю людей у певній культурі) [40, pp. 15–46.].

Якщо в 20-40-х роках ХХ ст. **структуралізм** зорієнтував увагу мовознавців на внутрішній системний аналіз мови (як готового продукту), пошуки об'єктивного наукового методу синхронного опису мовних явищ та спроби систематизації явищ різних мовних рівнів, а його основа – структурний метод забезпечив виявлення структури як відносно стійкої сукупності відношень та визнання методологічної первинності/примату відношення над елементами в системі [26, с. 157–164], а **формалізм** доводив домінування форми над змістом (без урахування зовнішнього впливу) та необхідність лише формальної реконструкції феномену узгодження (agreement) незалежних властивостей щонайменше двох доменів (морфосинтаксичної структури і дискурсу репрезентації) та системності їх внутрішніх зв'язків [34], то у **функціоналіз-**