

до прецедентної ситуації. Перспективами подальшого дослідження вважаємо детальний розгляд ВІ у постмодерністській парадигмі та когнітивно-комунікативний підхід до аналізу їх функціонування в сучасному англomовному авторському дискурсі.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бока О.В. (Назаренко О.В.) Власні імена як компресовані тексти-носії когнітивної інформації (на матеріалі казки Дж. Роулінг «Гаррі Поттер і орден Фенікса») // Вісник Сумського державного університету. – 2008. – №1. – С.15–19.
2. Бока О.В. (Назаренко О.В.) Комунікативно-когнітивна спрямованість казкового дискурсу // Вісник Сумського державного університету. – 2006. – № 3(87). – С.151–156.
3. Переломова О.С. Лінгвокультурні коди інтертекстуальності українського художнього дискурсу: діахронічний аспект – Суми: Видавництво Сумського державного університету, 2008. – 208с.
4. Ситенька О.В. Міфологічна інтертекстуальність у сучасних англomовних постмодерністських творах // Культура народів Причорномор'я. Научный журнал. – Том 2. – Межвузовский центр «Крым», 2008. – № 142. – С.333–335.
5. Солодова Е.С. Лингвокогнитивные характеристики композиции текста английских сказок Дж. К. Роулинг: Дис. ... канд. филол. наук. – Харьков, 2007. – 197 с.
6. Солодова О.С. Лингвокогнитивные характеристики композиции текста английских сказок Дж. К. Роулинг: Автореферат дис. ... канд. филол. наук. – Харьков, 2008. – 20 с.
7. Rowling J.K. Harry Potter and the Sorcerer's Stone - New York: Scholastic Inc., 1998 – 312p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Олена Назаренко – аспірант кафедри перекладу Сумського державного університету.
Наукові інтереси: ономастичні дослідження.

КОГНІТИВНИЙ ПРОСТІР АДРЕСАТА ЯК СКЛАДОВА КОГНІТИВНОГО ПРОСТОРУ СИТУАЦІЇ ПОРАДИ

Ольга НАУМУК (Луцьк, Україна)

У статті розглянуто когнітивний простір адресата поради в сучасній англійській мові. Когнітивний простір адресата як складова частина когнітивного простору ситуації поради аналізується автором з точки зору акціонального фрейму з поступовим розгортанням останнього у предметно-центричний фрейм.

The present paper deals with problem of conceptual space of advice in modern English. The constituent part of conceptual advice space – the conceptual space of listener is highlighted from the perspective of doing frame and being frame.

Домінування когнітивної наукової парадигми визначає основний спектр сучасних лінгвістичних досліджень Когнітивна модель націлена на вивчення „людського інтелекту, на визначенні мови як головної ментальної складової всієї інфраструктури мозку, інструменту мисленнєво-мовленнєвих процесів, засобу пізнання довкілля і позагенетичної передачі людського досвіду” [7: 36]. На особливу увагу в межах когнітивної моделі заслуговує питання когнітивного простору. Під когнітивним простором розуміємо простір поведінки і розумової діяльності мовця та слухача [2: 91].

Відсутність аналізу когнітивного простору адресата як складової когнітивного простору ситуації поради в сучасній англійській мові зумовлює *актуальність* нашого дослідження.

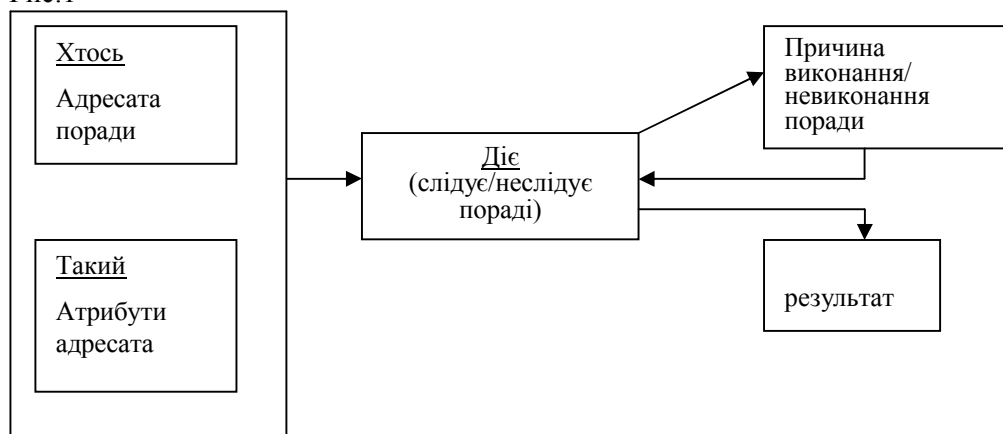
Метою цього дослідження є ідентифікація когнітивного простору об'єкта поради. Досягнення мети планується за рахунок розв'язання таких завдань: встановлення когнітивного простору слухача за допомогою побудови відповідних фреймів.

Когнітивний простір ситуації поради сучасної англійської мови окреслюється когнітивним простором мовця/радника й когнітивним простором адресата. Дослідження останніх уможливується через розгляд фреймів мовця та адресата. Такий аналіз дозволяє прослідкувати закономірність співпадання когнітивного простору комунікантів, що сприяє успішній комунікації. Фрейми визначаються з функціональної точки зору як послідовність процедур, а з конструктивної – як структури ознак, котрі характеризують учасників і їх дії в конкретних ситуаціях. Сукупність перерахованих вимірів відображає спеціальну роботу людської свідомості по виділенню елементів дійсності, розподіл предметної ситуації на складові елементи, що рефлектує безпосередньо в ілокуції висловлювання. Окрім того, ілокутивний аспект відображає також світ дій мислення адресанта [6: 26], який передбачає синхронізацію і проведення у відповідність своїх думок і думок співрозмовника. Фрейми допомагають виявити мотивацію вживання тої чи іншої одиниці, адже при заповненні слотів, складових фрейма, маємо справу не з ситуацією-типом вживання поради, а із ситуацією-екземпляром, яка інтерпретується людиною як представник деякої узагальненої ситуації-

типу. У нашому дослідженні при описі концептуального поля поради ми будемо керуватися класифікацією С.А.Жаботинської [4: 20] і пропонуємо розглянути когнітивний простір ситуації поради через призму акціонального фрейму із його розгортанням у предметний фрейм. В акціональному фреймі складовими частинами є декілька предметів ХТОСЬ/ЩОСЬ, які наділяються семантичними ролями та взаємодіють між собою [4: 19], тоді як у предметному фреймі одна й та сама сутність (ЩОСЬ чи ХТОСЬ характеризується за своїми кількісними, якісними, буттєвими і локальними параметрами [5: 118]. Адресат є активним учасником комунікації і виступає "споживачем" повідомлення, створеного мовцем, від нього значною мірою залежить успіх спілкування, зокрема успіх того чи іншого мовленнєвого акту, оскільки, інтерпретуючи повідомлення, адресат може сприйняти його адекватно, знайти той смисл, який вкладав у нього мовець, або ж неадекватно – знайти протилежний закладеному смисл. Відтак правомірним вважаємо в цій статті розглянути фрейм адресата. Услід за Ф.С. Бацевичем, кваліфікуємо адресата як особу, котра сприймає повідомлення й відповідно до своїх когнітивних стратегій і конкретних ситуативних умов інтерпретує повідомлення адресанта [1: 318].

Когнітивний простір слухача може бути окреслений у вигляді акціонального фрейму із його розгортанням у предметний фрейм (за С.А. Жаботинською) наступним чином:

Рис.1



Як бачимо, поряд із визначенням конкретної якісної та кількісної наповненості суб'єктного слоту, що відповідає категоріальному типу адресата поради, аналіз концептуального поля об'єкта рекомендованої дії передбачає також розгляд наповненості його означувальними слотами, тобто зонами атрибутів, функцій, мотивів та результатів.

Слот *Хтось*

Апеляція до фактичного матеріалу (3600 прикладів-100%) дає підстави стверджувати, що суб'єктний слот фрейма слухача формується здебільшого наступними концептами:

представник родинного кола (54%):

- син / дочка; племінниця / племінник; батько / мати; тітка / дядько і т.п.

представник будь-якого прошарку суспільства, який перебуває у дружніх стосунках із адресантом спонукання, що долає між ними двома соціальною дистанцією у спілкуванні; а також особи, комунікативний та соціальний статус яких нижчий ніж в адресанта (36%):

- подруга / друг; пацієнт; учень/учениця; прихожанин храму; підсудний, присутня особа у залі суду, присяжний, адвокат, прокурор; злочинець, особа, яка мала намір порушити закон; клієнт детектива; натурниця і т.п.

представник середнього класу (5%):

- лікар; суддя; детектив; капітан і т.п.

представник вищого класу (3%):

- керівник держави.

простолюдін (представники нижчих прошарків суспільства) (2%):

- раб / служниця і т.п.

Відтак, найбільш типовим адресатом висловлювання поради є член родинного кола або ж друг (подруга). Такий феномен частотності обумовлюється тим, що родинні та дружні

стосунки дозволяють мовцеві швидше подолати існуючу дистанцію між ним та адресатом, а значить, без будь-яких на те перешкод, висловити своє спонукання. Зважаючи на те, що менші за віком у родині є відповідно не досить досвідченими аби впоратися належним чином із проблемою, то й очевидним стає природність того, що адресатами у більшості випадків є діти, а не батьки (тобто молодші, а не старші особи). Враховуючи роль соціального фактора у феномені адресата слід підкреслити, що об'єктом поради може бути з однаковим успіхом як людина середнього, так і вищого прошарку суспільства.

Слот Такий (атрибути адресата)

На основі проаналізованого матеріалу до атрибутів адресата, до моменту надання йому поради, відносимо наступні: життєву некомпетентність (25%); недосвідченість (19%); необізнаність (16%); нерозсудливість вирішувати складні життєві ситуації (10%); відчуття потреби сторонньої допомоги (9%); неспроможність самому впоратися із існуючими проблемами (8%); нерозуміння наближення реально існуючої небезпеки (7%); професійна некомпетентність (6%); байдуже ставлення до подій, що відбуваються навколо (до власного стану здоров'я, зовнішності, і т.п.) (5%); нездатність пригадати важливі події, речі і т.п. (4%); розгубленість у вирішенні існуючої проблеми (1%).

Після надання поради мовцем, адресат отримавши спонукувану дію, набуває нових атрибутів, котрі можуть бути описані наступними характеристиками: збільшення життєвої компетенції щодо вирішення існуючого питання; досвідченість як впоратися із проблемою, яка виникла; краща обізнаність, котрої раніше бракувало; відчуття отриманої допомоги у вигляді поради; збільшення професійної компетентності; усвідомлення свого байдужого ставлення до подій, які відбуваються навколо, до свого стану здоров'я, зовнішності і т.п.; відтворення у пам'яті забутих подій, речей і т.п.; поява відчуття впевненості у спроможності вирішити існуючу проблему; формування особистої розсудливості, як краще діяти за умов, що склалися і вимагають рішучих кроків.

Слот Діє

Діяльність і поведінка адресата рекомендованої дії до того часу, як він отримає від свого співрозмовника пораду, обумовлюється наступною низкою вчинків: пошук сторонньої допомоги (20%); повне ігнорування подій, які мають місце (19%); аналіз існуючої проблеми (15%); прагнення детального розгляду можливих альтернатив (14%); нерозуміння існування потенціальної небезпеки (11%) (через діяльність інших, власну поведінку, майбутні вчинки і т.п.); аморальне поведіння адресата (9%); незнання прийнятих суспільних, законодавчих і т.п. норм (6%); усвідомлення необхідності і бажаності надання мовцем поради (5%); неусвідомлення можливого розвитку подій у майбутньому (1%).

Отримавши пораду, адресат змінює свою діяльність, котра, як це засвідчує проаналізований фактичний матеріал, окреслюється такими вчинками/діями: розуміння існування проблеми (у вигляді небезпеки і т.п.); розуміння своїх неадекватних, аморальних, незаконних вчинків у ситуаціях, де вимагається протилежне; аналіз запропонованих альтернатив; вибір кращої із можливих альтернатив; обмірковування доцільності, корисності, щирості наданої йому поради; обмірковування чи варто слідувати пораді; обмірковування наслідку/результату виконання поради.

Слот Причина

Очевидним стає, що у цьому слоті, так же само як і в попередньому, велику роль відіграє поділ діяльності адресата на: „до” і „після” отримання рекомендованої дії. Відтак, вчинки і вся поведінка об'єкта поради, зважаючи на вищевказаний чинник, зумовлюється двома різними типами причин. Спочатку розглянемо ті мотиви, які визначають діяльність адресата до того як він отримає пораду від мовця: намір вирішити існуючу проблему (43%); незнання про буття потенційних проблем (38%); намір знайти найбільш релевантний спосіб вирішення ситуації (7%); не прагнення і лінощі дізнатися про закони, норми, правила (встановлені державою і суспільством) (5%); самовпевненість (4%); велика надія на власні сили, розум, розсудливість (3%);

До причин, котрі найкраще експлікують наміри, мотиви, причини, що лежать в основі поведінки адресата після надання йому мовцем рекомендованої дії, відносимо наступні: аналіз отриманої поради; співставлення і знайдення „точок дотику” між почутою порадою та

його діями; розуміння того, що надана йому порада є релевантною до тої ситуації, в якій він опинився; аналіз ставлення суб'єкта спонукуваної дії до адресата; розуміння доцільності виконання поради; розуміння, що надана порада є єдиним виходом за обставин, які склалися.

Слот *Результат*

Отримавши пораду, адресат, як правило, роздумує над тим чи варто йому виконувати рекомендовану дію. Досліджуваний матеріал дає підстави стверджувати, що реакція адресата на рекомендовану дію може бути двоюкою: він виконує надану йому пораду або в силу різних обставин ігнорує почуте спонукання. Власне слідування адресатом поради визначається наступною низкою наслідків: аналіз отриманої поради як такої, що варто до неї прислухатися (18%); аналіз ставлення співрозмовника, як дійсно безкорисливого і щирого (15%); передбачення можливого наслідку виконання поради (14%); розуміння доцільності сторонньої допомоги (13%); розуміння власної неспроможності у вирішенні існуючої проблеми (11%); усвідомлення небезпеки (10%); усвідомлення переваги запропонованої альтернативи (9%); розуміння доцільності повчання адресата (6%); розуміння існуючої нестачі знань та її подолання наданою йому порадою (3%).

Подекуди вищеідентифіковані наслідки стають причинами, котрі зумовлюють слідування адресатом спонукуваної дії.

Невиконання поради адресатом засвідчує про те, що його поведінка визначається наступними результатами: самовпевненість, гордість (51%); відсутність змоги слідувати поради (в силу об'єктивних причин) (28%); небажання прислухатись до поради (12%); неповага до суб'єкта спонукуваної дії (6%); розуміння того, що адресат у своїх статусах (соціальному та комунікативному) є нижчим за нього (адресата) (5%); небажання прийняти сторонню допомогу (5%); надмірна надія на власні сили, розум, розсудливість (3%).

Як бачимо, названі характеристики також можна вважати тими мотивами, які лежать в основі ігнорування та невиконання адресатом наданої йому поради.

Відтак, говорячи про прояв причинності, який простежується у ідентифікованих наслідках, можна припустити про перехід слоту *результат* у слот *причина*.

Отже, аналіз фрейму адресата підводить нас до висновку, що типовим адресатом поради у сучасній англійській мові є дуже близька людина для суб'єкта висловлювання, здебільшого хтось із родинного або кола друзів. Відчутною є зміна атрибутів адресата до і після отримання поради. Відтак, із недосвідченого, беспорядного, безпомічного адресат трансформується у досвідченого, обізнаного та людину, яка вбачає у поради свій порятунок та вирішення існуючої проблеми. Поведінка адресата, як і причини (мотиви), що її обумовлюють цілком залежить від того чи вже адресат отримав пораду. Результат діяльності адресата передбачає виконання спонукуваної дії або її ігнорування в силу різних і не завжди об'єктивних причин. Отже, адресат виконує надану йому рекомендовану дію, бо усвідомлює її доцільність, корисність для себе та бачить щире ставлення співрозмовника. Невиконання поради здебільшого обумовлюється самовпевненістю та гордістю об'єкта спонукуваної дії. *Перспективою* подальшого дослідження видається питання розбіжностей когнітивних просторів комунікантів ситуації поради.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. – К.: Видавничий центр "Академія", 2004. – 344 с.
2. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 288 с.
3. Жаботинская С.А. Концептуальный анализ: Типы фреймов // Вісн. Черкаськ. ун-ту. – 1999. Вип. 11. – С.12-25.
4. Жаботинская С.А. Ономазиологические модели в свете современных школ когнитивной лингвистики // С любовью к языку: Сб. науч. тр. – М.; Воронеж: ИЯ РАН; Воронеж. гос. ун-т, 2002. – С. 115-123.
5. Наумук О.В. Когнітивний простір мовця як складова когнітивного простору ситуації поради // Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки. – Житомир: ЖДУ, – 2008. – Вип. 38. – С. 202-206.
6. Рябцева Н.К. Ментальные перформативы в научном дискурсе // Вопр. языкознания. – 1993. – №4. – С. 12-28.
7. Schwarz M. Einführung in die Kognitive Linguistik. – Tübingen / Basel: Francke, 1996. – 238 S.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ольга Наумук – асистент кафедри іноземних мов природничо-математичних спеціальностей Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Наукові інтереси: когнітивна лінгвістика.