

конституируют связный текст и организуют его в смысловые блоки. В свою очередь, конотативные фразеологические единицы применяются в главных новостях, колонке редактора, дебатах, эссе для повышения прагматического воздействия текста на реципиента, отвечают за экспрессивные и оценочные элементы коммуникативного сообщения, в частности помогают моделировать положительные и отрицательные взгляды относительно концептов и проблем, затронутых в газетной статье. Конотативные слова и словосочетания помогают привлечь внимание читателя к ключевым идеям текста и в некоторых случаях даже убедить в истинности точки зрения его автора.

Ключевые слова: газетно-публицистический стиль, прагматическое воздействие, «The Economist», фразеологизм.

Liaschenko O. The Role of Phraseology in the Implementation of Pragmatic Function in a Publicistic Text.

The article analyzes the specific usage of phraseology in a newspaper style. It was found that a general ideological orientation of periodical along with genres of texts determine a selection of phraseological units. Stylistically neutral (standard cliché) phraseological units are commonly used in Brief News in order to implement an informative function of communicative message. They help constitute a coherent text and arrange it into conceptual blocks. In their turn, connotative phraseological units are mainly used in Headlines articles, Editor's column, Debates, Essays in order to increase a pragmatic impact of text on its recipient, they are responsible for expressive and evaluative components of communicative message and help shape different, either negative or positive, views concerning the key concepts and problems raised in a newspaper article. The connotative words and word combinations help attract the recipients' attention to the key points in a text and sometimes even convince a reader of the truth of the author's views.

Key words: newspaper style, pragmatic impact, «The Economist», phraseologism.

Ірина Місягіна
(Івано-Франківськ)

УДК 811.111'42:316.77

СПІВВІДНОШЕННЯ УХИЛЬНОСТІ ТА СУМІЖНИХ ПОНЯТЬ

У статті здійснено спробу уточнити лінгвістичне визначення поняття «ухильність» шляхом його протиставлення іншим суміжним явищам. На основі порівняння понять «ухильність» та геджсинг було визначено, що термін „ухильність” є ширшим поняттям відносно геджсингу, оскільки охоплює також спосіб демонстративної ухильності. Поняття некатегоричності та ухильності були протиставлені на основі їх прагматичної спрямованості. Поля гіпотетичності й ухильності були ототоженені на основі операції верифікації гіпотетичного судження. Визначено, що межі поля ухильності та мітигації перехрещуються при необхідності уникнення критики співрозмовника та збереження його комунікативного статусу. Дистанціювання може слугувати одним із способів реалізації ухильності як стратегії. Толерантність та ухильність співвідносяться у тих аспектах, коли остання орієнтована на адресата і реалізується з метою підтримання його комунікативного статусу і як складові входять до гіперкатегорії ввічливості.

Ключові слова: ухильність, стратегія, категорія, геджсинг, невпевненість, толерантність, ввічливість, мітигація, гіпотетичність, дистанціювання, некатегоричність.

Постановка проблеми. Незважаючи на те, що термін «ухильність» отримав своє висвітлення у вітчизняних лінгвістичних розвідках, можна стверджувати про факт неоднозначного трактування цього поняття різними науковцями та відносну неоднорідність класифікації суміжних із ухильністю понять: деякі з них трактуються в межах лінгвопрагматичної, комунікативної, етнокультурної або функціонально-семантичної категорії (некатегоричність [9], евіденційність [2], пом'якшення [15]), гіперкатегорії (ввічливість [15]),

стратегії (невпевненість [18], мітигація [17], ввічливість [11], дистанціювання [7]). Одним і тим самим поняттям приписується приналежність як до категорій, так і до стратегій, іншим – до категорій або стратегій, а деякі розглядаються лише як стилістичний прийом або засіб експресії [16]. Таким чином, для уточнення понятійних меж явища “ухильність” актуально співвіднести його із суміжними поняттями гіпотетичності, некатегоричності, мітигації, ввічливості, толерантності, дистанціювання, невпевненості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Явище ухильності вітчизняними лінгвістами досліджувалось мало: здебільшого розглядалися споріднені з ухильністю явища – некатегоричність [6], апроксимація [1], мітигація [12], хезитація [4], девіація [3], категорія визначеності-невизначеності [13], багатозначність [5] тощо.

Зарубіжними науковцями також досліджувались суміжні з ухильністю категорії ввічливості (politeness) [20], евіденційності (evidentiality) [24], непрямоти (indirectness) [21], неточності (imprecision) [25], невизначеності (vagueness) [26], двозначності (ambiguity) [27], мітигації [23].

Мета статті. Метою статті є уточнити визначення терміну “ухильність” шляхом його протиставлення із такими суміжними явищами як некатегоричність, геджинг, дистанціювання, гіпотетичність, толерантність та ввічливість.

Виклад основного матеріалу дослідження. Лексема „ухильність” є абстрактним іменником до прикметника „ухильний”, тобто такий, який не висловлює своїх думок, переконань відверто; який не виражає відвертості, щирості [14, с. 527-528]. Оскільки утворення з суфіксом -ість українською мовою опредмечують абстрактну ознаку, виражену прикметником, термін „ухильність” у роботі вважається ключовим. На позначення явища ухильності англійськими науковцями переважно використовується термін „геджинг”. Вперше термін „гедж” (hedge) застосований Дж. Лакоффом для позначення слів, завдання яких полягає робити речі більш або менш чіткими [28, с. 195]. „Геджинг” означає намагання мовця ухилитися від повідомлення інформації за допомогою вживання обережних, непрямих, невизначених та двозначних висловлень, які дають можливість уникнути відповідальності за твердження та залишити шлях для відступу. У деяких випадках „ухильність” та „геджинг” можна вважати взаємозамінними, коли йдеться про намагання уникнути надання інформації через непряме недемонстративне ухилення, реалізоване вербально.

Термін „ухильність” трактується значно ширше, оскільки охоплює не лише випадки недемонстративної ухильності, а й такі, коли мовець прямо відмовляється надавати інформацію або ухиляється невербально за допомогою екстралінгвістичних чи кінестетичних засобів.

Некатегоричність висловлення трактують як лінгвопрагматичну категорію, що реалізує комунікативно-мовленнєву тактику мовця, у рамках якої він експліцитно / імпліцитно інформує адресата мовлення про те, що представлена ним думка не є єдиною можливою, кінцевою, беззаперечною [8].

Зіставити поняття некатегоричності та ухильності можна на основі протиставлення їхньої прагматичної спрямованості. Прагматична ціль некатегоричності полягає у стриманому, обережному, некритичному представленні інформації, а ухильності – уникненні представлення інформації. Ухильність та категоричність співвідносяться в тому аспекті, коли йдеться про явище ухильності як уникнення надання інформації категорично або передачі її некатегорично.

Гіпотетичність як функціональна семантико-стилістична категорія виражає неверифікований на момент мовлення, але потенційно верифікований у майбутньому об’єктивний стан речей [9].

Поля гіпотетичності й ухильності перетинаються в тих аспектах, коли за допомогою гіпотетичного судження стає можливим уникнення відповідальності за ступінь достовірності певного твердження, яке на цей момент не може бути верифікованим. Гіпотетичність не передбачає варіювання ілюктивної сили висловлення (як у випадку некатегоричності).

Мітигація трактується як „комунікативна категорія, основним змістом якої є стратегії інтенціонального пом’якшення, що слугують для оптимізації мовленнєвого контакту” [15, с. 56]. Ця категорія містить у собі стратегію пом’якшення інтеракціональних конфліктів і скерована на зменшення можливих ризиків їх виникнення у процесі комунікації.

Мітигація також описується як стратегія скерована на послаблення ілокутивної сили мовленнєвого акту [17]. Вона використовується адресантом для пом'якшення потенційно негативного перлокутивного ефекту на адресата і зниження „загрози” вторгнення в межі його „особистого простору” [17].

Межі поля ухильності та мітигації перехрещуються, коли виникає необхідність уникнути критики співрозмовника, зберегти його комунікативний статус, пом'якшити перлокутивний ефект висловлень.

Дистанціювання мовця можна визначити як комунікативну стратегію (КС), спрямовану на „зменшення ступеня його включення до комунікативної ситуації” [10, с. 28].

Дистанціювання мовця від інформації трактується, передусім, як спосіб ухилення від відповідальності за сказане. Дистанціюючись від інформації, мовець виключає можливість притягнення себе до відповідальності у тому випадку, якщо повідомлення виявиться недостовірним, неправильним або неправдивим.

Оскільки уникнення відповідальності за надану інформацію належить до основних цілей ухильності, поряд із уникненням надання інформації та наданням її в імпліцитній формі, вважаємо, що дистанціювання може слугувати одним із способів реалізації ухильності як стратегії.

Невпевненість [19] є КС скерованою на мітигацію ілокутивної сили або пропозиційного змісту висловлення. А.В. Ярхо ухильність поряд з іншими стратегіями розглядає як субстратегію стратегії невпевненості [19].

На нашу думку, ухильність не є субстратегією глобальної стратегії невпевненості. Якщо протиставити ці стратегії на основі способу вираження інтенції уникнення відповідальності за сказане, то виявиться, що невпевненість зумовлена інтенцією мовця уникнути відповідальності за надання інформації, продемонструвавши відсутність впевненості у її достовірності. Ухильність зумовлена інтенцією мовця уникнути відповідальності за надання інформації, і відсутність впевненості у її достовірності не обов'язково демонструється мовцем. Таким чином, на основі визначеної інтенції, невпевненість можна вважати субстратегією стратегії ухильності тоді, коли мовець ухиляється від відповідальності за інформацію, подаючи її невпевнено і демонструючи незнання.

Толерантність є категорією, що охоплює стратегії використання мовцем засобів у процесі комунікації, що найбільш співвідносяться із особою співрозмовника. Потребою толерантної комунікації є намагання отримання взаєморозуміння, згоди. Толерантність означає ставлення з увагою, доброзичливістю та розумінням до співрозмовника, відсутність критики та вербальної агресії.

Очевидно, толерантність та ухильність співвідносяться у тих аспектах, коли остання орієнтована на адресата і реалізується з метою підтримання його комунікативного статусу (щоб уникнути критики адресата, не образити його, поставитись із розумінням та терплячістю до його слів тощо). У такому випадку ухильність та толерантність як складові входять до гіперкатегорії ввічливості.

Ввічливість трактується як принцип поведінки, спрямований на збереження позитивного / негативного „обличчя” учасників комунікативної взаємодії [11]. Ввічливість передбачає співвіднесення поведінки із ситуацією спілкування та уважне ставлення до співрозмовників.

Ввічливість як категорія охоплює систему КС, що спрямовані на те, щоб не осоромити, не зганьбити репутації співрозмовників (збереження позитивного / негативного „обличчя” та нейтралізація потенційної загрози „обличчю”). Стратегії позитивної ввічливості слугують зближенню з адресатом та вираженню з ним солідарності. Стратегії негативної ввічливості полягають у наданні свободи дій та збереженню дистанції між співрозмовниками [22].

Ухильність як КС належить до негативних стратегій гіперкатегорії ввічливості і реалізується задля збереження репутації співрозмовника. У такому аспекті ухильність вживається для уникнення образи та критики адресата та підтримання його комунікативного статусу (йдеться лише про недемонстративну ухильність).

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, ухильність можна трактувати як комунікативну категорію, основним утіленням якої є

комунікативна стратегія ухильності, що слугує для уникнення надання інформації. Понятійні межі комунікативної категорії ухильності перехрещуються із категоріями гіпотетичності, некатегоричності, мітигації, ввічливості, толерантності, а стратегія ухильності охоплює субстратегії дистанціювання, мітигації та невпевненості.

Перспективою подальших досліджень могла б стати побудова моделі, що відображатиме гіперо-гіпонімічні зв'язки феномену ухильності та суміжних із ним понять.

ЛІТЕРАТУРА

1. Акуленко Л.Г. Выражение определенно большого и неопределенно малого количества в немецком языке : автореф. дис. на соискание учен. Степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 „Германские языки” / Л.Г. Акуленко. – К., 1984. – 25 с.
2. Алиева Э.Н. Категория эвиденциальности в русском, английском и лезгинском языках / Э.Н. Алиева // Филологические науки. – 2008. – №1. – С. 78–84.
3. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної девіації / Ф.С. Бацевич. – Львів : ЛНУ ім. І.Франка, 2000. – 236 с.
4. Бубнова Г.И. Речевая хезитация / Г.И. Бубнова // Грамматические явления в ракурсе семантики и прагматики (на материале французского языка). – М. : МГПИИЯ им. М. Тореца, 1988. – Вып.314. – С.120–128.
5. Дребет В. Багатозначність та морфологічний статус іменника / В. Дребет // Науковий вісник Чернівецького університету. Серія : германська філологія. – Чернівці : Рута, 2001. – Вип. 114. – С. 7–11.
6. Жуковець Г.Л. Елементи категоричності в ідіостилі Прем'єр – міністра Великої Британії Тоні Блера (на матеріалі промов з 1996 по 2001 роки) / Г.Л. Жуковець // Проблеми семантики слова. – 2002. – № 8. – С.115–119.
7. Кузьменкова Ю.Б. Стратегии речевого поведения в англоязычной прессе : курс лекций / Ю.Б. Кузьменкова // Педагогический университет „Первое сентября”. – 2006. – 44 с.
8. Лукашенко Н. Стратегії ввічливості іспаномовного Інтернет–дискурсу / Н. Лукашенко // Мовні і концептуальні картини світу. – К., 2004. – № 11, ч. 1. – С. 276–280.
9. Миянчук Н.С. Лингвопрагматическая категория некатегоричности высказывания в научном стиле современного русского языка : дис. канд. филолог. наук : 10.02.01 / Миянчук Наталья Сергеевна. – Владивосток, 2005. – 214 с.
10. Морозова Е.И. О знаковой функции высказываний, дистанцирующих говорящего субъекта / Е.И. Морозова // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – Х. : Константа, 2005. – № 649. – С. 27–30.
11. Морозова И.И. Коммуникативные стратеги вежливости в стереотипном речевом поведении викторианской женщины : дис... канд. филол. наук : 10.02.04 / Морозова Ирина Игоревна – Х., 2004. – 208 с.
12. Поспелова А.Г. О средствах смягчения коммуникативного намерения в современном английском языке / А.Г. Поспелова // Вестник ЛГУ. Серия : история, язык и литература. – Л., 1985. – Вып. 3. – № 16. – С. 67–71.
13. Ревзина О.Г. Функциональный подход к языку и категория определенности – неопределенности / О.Г. Ревзина // Категория определенности – неопределенности в славянских и балканских языках / [отв. ред. Т.М. Николаева.] – М. : Наука, 1978. – С. 64–89.
14. Словник української мови. [У 11 т.] – Київ : Наукова думка, 1979. – Т. 10. – 658с.
15. Тахтарова С.С. Этнокультурная категория смягчения в коммуникативном аспекте / С.С.Тахтарова // Филологические науки. – 2008. – №4. – С. 55 – 61.
16. Щукарева Н.С. Способы выражения некатегоричности высказывания в английском языке (на материале научной дискуссии) / Н.С.Щукарева // Функциональный стиль научной прозы. – М.: Наука, 1980. – С. 198–206.
17. Ярхо А.В. Смягчение (митигация) как когнитивный компонент модели реализации неуверенности в речи / А.В.Ярхо // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна., 2000. – №500. – С. 140–145.
18. Ярхо А.В. Стратегия неуверенности и динамика статуса в ассиметричных коммуникативных ситуациях / А.В. Ярхо // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія: романо–германська філологія. Комунікативні та когнітивні проблеми дискурсу. – Х.: Константа, 2001. – №537. –С. 116–121.
19. Ярхо А.В. Коммуникативная стратегия неуверенности в современном англоязычном диалогическом дискурсе: дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / Ярхо Алина Викторовна – Х., 2004. – 249 с.
20. Bargiela–Chiappini F. Face and politeness: new (insights) forold (concepts) / Francesca Bargiela–Chiappini // Journal of Pragmatics. – 2003. – V.35, issue 10–11. – P. 1453–1469.
21. Blum-Kulka S. Indirectness and Politeness in requests : same or different? / Shoshana Blum-Kulka // Journal of Pragmatics. – 1987. – V. 11, # 2. – P. 131–146.
22. Brown P. Politeness. Some universals in language usage / Penelope Brown, Stephen Levinson. – Cambridge: CUP, 1987. – 345 p.
23. Caffi C. On mitigation / Claudia Caffi // Journal of Pragmatics. – 1999. – V. 31. – P. 881–909.
24. Chafe W. Evidentiality in English conversation and academic writing / William Chafe // Evidentiality: The Linguistic Coding of Epistemology. – Norwood, N.J.:Ablex, 1986. – P. 261–272.

25. Dines E. Variation in discourse – „and stuff like that” / Elizabeth Dines // University of Melbourne, Australia ; Language Society 9 / Cambridge University Press; printed in the United States of America. – 1980. – P.13–31.
26. Jucker A. Interactive aspects of vagueness in conversation / Andreas Jucker, Sara Smith, Tanja Lüdge // Journal of Pragmatics. – 2003. – № 35. – P. 1737–1769.
27. Kjellmer G. Polysemy and Ambiguity / Göran Kjellmer // Proceedings from the 8th Nordic Conference on English studies. – Goteborg, Sweden, 2003. – 345 p.
28. Lakoff G. Hedges: a study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts / George Lakoff // Chicago Linguistic Society Papers. – Chicago : Chicago Linguistic Society, 1972. – P. 183–228.

Мисягина И. Соотношение уклончивости и смежных понятий.

В статье осуществлена попытка уточнить лингвистическое определение понятия «уклончивость» путем его противопоставления другим смежным явлениям. На основе сравнения понятий «уклончивость» и хеджинг было определено, что термин „уклончивость” является более широким понятием относительно хеджинга, поскольку охватывает также способ демонстративной уклончивости. Понятия некатегоричности и уклончивости противопоставлены на основе их прагматичной направленности. Поля гипотетичности и уклончивости были отождествлены на основе операции верификации гипотетического суждения. Определено, что границы поля уклончивости и митигации перекрещиваются при необходимости избегания критики собеседника и сохранения его коммуникативного статуса. Дистанционирование может служить одним из способов реализации уклончивости как стратегии. Толерантность и уклончивость соотносятся в тех аспектах, когда последняя ориентирована на адресата и реализуется с целью поддержания его коммуникативного статуса и как составляющая входят в гиперкатегорию вежливости.

Ключевые слова: уклончивость, стратегия, категория, хеджинг, неуверенность, толерантность, вежливость, митигация, гипотетичность, дистанционирование, некатегоричность.

Misiagina I. Correlation of hedging and other related notions.

An effort is made to provide linguistic definition of evasion by opposing it to other correlating phenomena. On the basis of comparison of evasion and hedging the latter was defined as a wider concept than hedging since it covers demonstrative evasion from reply. Non-categoricity and hedging (evasion) are opposed on the basis of their pragmatic orientation. Hypothesis and hedging are compared on the basis of verification of hypothetical statement. The limits of the fields of evasion and mitigation are crossed when it is necessary to avoid a communicator’s criticism and save his communicative status. Distancing can serve as a means of hedging. Tolerance and evasion (hedging) correlate when the latter is directed to the addressee and realized with the aim of saving his communicative status and belongs to the category of politeness as components.

Key words: evasion, strategy, category, hedging, uncertainty, tolerance, politeness, mitigation, hypothesis, distancing, non-categoricity.

Катерина Никитченко
(Київ)

УДК 811.111’373.611’42

**СПОСОБИ ОКАЗІОНАЛЬНОГО СЛОВОТВОРЕННЯ
КРІЗЬ ПРИЗМУ КОГНІТИВНОЇ СЕМАНТИКИ**

Стаття присвячена систематизації наукових розвідок про okazіональне словотворення у рамках когнітивної парадигми (теорія іконічності, концептуальної інтеграції та фреймової пропозиційно-семантичної організації). Проаналізовано відмінності між традиційним словотвором та когнітивним та запропоноване власне трактування когнітивного словотвору. Виявлено, що семантика okazіональних одиниць у традиційному розумінні протиставляється кванту знання у когнітивній лінгвістиці. У праці розглянуто основні підходи до тлумачення когнітивного словотворення загалом та okazіонального зокрема. Доведено необхідність звернення до когнітивної