

Тамара Пивоварчик
(Гродно, Республіка Беларусь)

УДК 070:81'38

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПРИТЯЖАТЕЛЬНОГО МЕСТОИМЕНИЯ *НАШ* В ЯЗЫКЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ГАЗЕТЫ

В статье анализируется притяжательное местоимение наш в его вторичных прагматических функциях инклюзивного и эксклюзивного значений. Описаны регулярные в языке региональной газеты адъективно-субстантивные сочетания, в структуру которых входит местоимение наш. Выделены тематические группы существительных, с которыми чаще всего употребляется местоимение наш в языке региональных газет. Исследование подтвердило значимость притяжательного местоимения наш как дискурсивного маркера, усиливающего важные для медиадискурса социальные смыслы, в том числе идентичности, ответственности, идейной солидарности, эмпатии. Местоимение наш имеет коммуникативную нагрузку: выступает одним из средств организации и фактором успешности социального взаимодействия и взаимопонимания журналиста и его читательской аудитории. Притяжательные местоимения как средства, входящие в поля двух категорий – личной персональности и атрибутивной посессивности, участвуют в формировании картины мира читателя газеты.

Ключові слова: притяжательное местоимение, персональность, посессивность, дискурсивный маркер, язык региональной газеты.

Постановка проблемы. Интерес к функционированию притяжательных местоимений в языке газеты объясняется, с одной стороны, дуалистическим характером семантики притяжательных местоимений, позволяющим рассматривать их одновременно в связи с двумя универсальными понятийными категориями – персональности и посессивности [9, с. 192-195], обладающими значительным текстообразующим и коммуникативно-риторическим потенциалом, а с другой стороны, способностью местоимений выступать в качестве дискурсивных маркеров, реализующих свое значение через употребление, усиливающих важные для дискурса социальные (в том числе идеологические) смыслы, актуализирующих соотношение коммуникативных и социальных ролей и позиций всех участников описываемой ситуации [3; 7]. В последнем случае можно говорить о притяжательных местоимениях как средствах актуализации в текстах «прагматических связей между лингвистическими структурами и социальными действиями» [4, с. 119], как средствах прагматического измерения лингвосомиотических категорий «свой – чужой», «много – мало» и др.

Анализ последних исследований и публикаций. В лингвистике категории посессивности посвящены многочисленные исследования, однако до сих пор объём и содержание категории, как и статус притяжательных местоимений, трактуются неоднозначно. В последние годы особое внимание исследователей уделяется конструкциям с притяжательными местоимениями как средствам концептуализации и репрезентации различных взаимоотношений субъекта с окружающим миром (см. работах А.Е. Кибрика, Н.Н. Болдырева, М.В. Миловановой, Е.А. Селивановой, О.С. Горицкой и др.). Дейктическая сущность местоимения *наш* обуславливает такие его характеристики, как ситуативность, эгоцентризм, субъективность, мгновенность и эфемерность актуального значения [8, с. 40-41]. В медийном дискурсе эти характеристики проявляются прежде всего в степени и характере присутствия авторского начала в тексте, где «изменчивая субъективность эгоцентрических слов» может при необходимости заменяться «нейтральными общественными терминами» [12, с. 119-120]. Значение местоимения «конкретизируется в результате сложного взаимодействия явлений разных уровней – непосредственного речевого контекста употребления, коммуникативной характеристики речевой ситуации в целом и статуса ее участников, а также механизмов его референции» [5, с. 206].

Цель статьи – установить набор основных значений и функций, в которых используется притяжательное местоимение *наш* в языке региональных газет. Особый интерес представляет рассмотрение того, как притяжательные местоимения в той или иной степени осознанно и намеренно используются журналистами для конструирования межличностного и социального пространства, для установления границ между «своей» и «чужой» территориями:

«диалогический подход возможен... даже к отдельному слову, если оно воспринимается не как безличное слово языка, а как знак чужой смысловой позиции, как представитель чужого высказывания, то есть если мы слышим в ней чужой голос» [2, с. 213]. Концептуально-методологическую основу статьи составляют лингвопрагматический и дискурсивный подходы. Материалом для наблюдений послужили номера 2007-2015 гг. двух региональных газет: газеты «Рабочий путь» (далее – РП), издаваемой в Смоленской области Российской Федерации, и газеты «Гродненская правда» (далее – ГП), издаваемой в Гродненской области Республики Беларусь. Корпус фактического материала несплошной выборки составили 897 контекстов с высказываниями, включающими в свою структуру местоимение *наш* (субстантивированные местоимения не рассматривались).

Изложение основного материала исследования. Местоимение *наш* обнаруживает прочную взаимосвязь с семантикой личного местоимения *мы*: наличие семантических различий в местоимении *мы* (в его лексико-семантических вариантах) влечет за собой тот же набор значений и в местоимении *наш*. Обзор различных научных, учебных, лексикографических источников, а также анализ языкового материала исследованных номеров газет позволяет выделить значения местоимения *наш*, актуальные для дискурса региональных газет.

Особенно важным для региональных газет, содержание которых окрашено идеей региональной идентичности, является значение расширенного (корпоративного) инклюзива: *наш* – ‘имеющий отношение к автору и его читателям и тем третьим лицам, которые объединены с ними общим отличием от иных третьих’; такими общими признаками могут быть место жительства, одинаковые убеждения и т.д.; в тексте при необходимости актуализируется идея замкнутости в пределах интересов некоторой группы, ее противопоставленности другой группе: *В нашем регионе знают противоядие от государственных реформ в образовании* (РП. 07.02.2007); *Когда же наши мастера шпаги, сабли и рапиры смогут выйти на российскую и мировую авансцену?* (РП. 01.02.2012). Именно расширенный инклюзив оказывается способным к реализации множества выводимых значений, например: ‘родной, близкий’, ‘современный’, ‘состоящий из нас’, ‘общий для нас’ и т. д. Значение обобщенного инклюзива: *наш* – ‘имеющий отношение ко всем людям, в том числе автору и его читателям’ – востребовано в дискурсе газеты в силу сентенционального и пафосного потенциала высказываний, включающих данное притяжательное местоимение: *Стыдно забывать свои культурные истоки – всегда найдется кто-то, кто обратит наше духовное невежество против нас же самих* (РП. 05.12.2011); *Рано или поздно в нашей жизни наступает момент, когда организм дает сбой, сигнализируя, что пора остановиться и заняться собственным здоровьем. А очутившись на больничной койке, испытывая панический страх за собственную жизнь, понимаешь: не так живешь, не тем живешь, мало времени уделяешь себе и близким...* (ГП. 25.06.2015). Значение корпоративного эксклюзива обычно в речи героев публикаций, в жанре интервью и цитатах: *наш* – ‘имеющий отношение к говорящему и другим, подобным ему, за исключением лиц, не подобных адресанту по данному признаку’); такое значение всегда порождается общим контекстом сопоставления или противопоставления *мы:вы*: *На региональном рынке кредитования наша доля достигла 4,9%* (РП. 17.04.2012); *В других странах нет аналогов нашему фестивалю по масштабности и красочности* (ГП. 29.05.2012).

Следует отметить случаи использования местоимения *наш* при реализации общей стратегии диалога журналистов и читателей. Во-первых, это элемент в реализации *мы* «авторского», подразумевающего и автора текста, и редакцию газеты, от имени которой как коллективного субъекта выступает журналист, например: *Так философски закончилось наше интервью с председателем Ивьевского райисполкома Михаилом Волчецким* (ГП. 13.12.2010); *С ее генеральным директором Михаилом Разживиным наш сегодняшний разговор* (РП. 28.09.2011); *Наши журналисты готовы разобраться в каждой конкретной ситуации* (ГП. 18.08.2010). Во-вторых, таким образом журналисты подчеркивают значимость взаимоотношений с читательской аудиторией, близость к ней и ее проблемам, свою готовность участвовать в улучшении жизни читателей: *Что касается директора Алины Бахарь, то представлять ее нашим читателям особо не надо* (ГП. 23.08.2010).

В языкe региональной газеты преобладают атрибутивные сочетания «подчеркнутой, окрашенной притяжательности» [11, с. 38], притяжательные местоимения развивают качественно-оценочный компонент своего значения, в результате чего возникает дополнительная, неявно выраженная информация о том, с чем адресант (журналист или герой публикации) себя идентифицирует, что он определяет для себя приоритетным, чему / кому он готов отдать часть себя, с чем / кем сравняться, соединиться: *Агитпоезд символизирует Великую Победу, которую в 1945 году принесли наши отцы, деды, прадеды* (ГП. 28.04.2015). Эта идея присоединения особенно заметна в высказываниях, где местоимение *наш* занимает синтаксическую позицию сказуемого: *44 золотые медали из 45 возможных – наши!* (РП. 24.11.2008), *Всё «золото» – наше!* (РП. 18.11.2008); *Самые отдохнувшие дети – наши* (РП. 16.08.2007). «Благодаря притяжательному местоимению *наш*, местоимению *мы*, мифологеме *народ и власть* и другим языковым средствам происходит экспликация интегративной функции, в результате актуализируется квантор всеобщности как идеологически ориентированное понятие» [1, с. 13].

Местоимение *наш* становится одним из средств организации социального взаимодействия журналиста и читателя, фактором успешности которого является «установление и поддержание социальных отношений; сигнализирование о своей принадлежности к определенной группе в обществе; утверждение о своей идентичности и личности» [6, с. 22]. Ожидаемый эффект воздействия на аудиторию связан с тем, что читатель газеты включается в личную сферу журналиста или исключается из нее по социальным, национальным, личностным и др. характеристикам. Если местоимения *я* и *мой* подчеркивают субъективность высказываемого мнения и во многих контекстах оказываются каузально связанными с высокой степенью личной ответственности журналиста или другого субъекта речи за его мнения и поступки, то местоимения *мы* и *наш* распределяют эту ответственность и на других лиц, в том числе на адресата, в роли которого выступает читатель газеты, напр.: *Где же наше уникальное образование, которым мы так гордились, начиная с 60-х годов?* (РП. 26.01.2011); *Чтобы привлечь в нашу страну иностранного туриста, нужно нам самим начать по ней путешествовать* (ГП. 05.02.2014). В результате усиливается апелляция к личной сфере адресата и к обязательствам адресата правильно исполнять свою роль по отношению к объекту посессивного отношения, что в контексте может поддерживаться эксплицитными или имплицитными алетическими, деонтическими, аксиологическими модальными значениями: *Мы, христиане, прекрасно понимаем, что самое дорогое, что у нас может быть на земле, – это наши родители, наши братья и сестры* (ГП. 05.07.2011); *Фужерами, стаканами, вазами, салатниками березовчан пользовались наши бабушки и мамы, мы сами и, уверена, будут пользоваться наши дети* (ГП. 05.12.2014). Таким образом местоимение *наш* подчеркивает принадлежность субъекта речи к группе и готовность соблюдать ее требования и предписания групповой солидарности, используется для демонстрации поддержки действий той группы лиц, с которой говорящий идентифицирует себя через идейную или эмоциональную связь.

Семантический компонент 'совместная ответственность' особенно явствен в тех случаях, когда аналогом сочетания с местоимением *наш* могло бы выступать сочетание с местоимением *мой*. На прагматические ограничения в использовании сочетаний типа *моя семья, мой отдел, мой дом* и т.п. обратил внимание Л.П. Крысин, отметив, что такие сочетания «могут нормально пониматься и употребляться при условии, что говорящий занимает главенствующее положение в той или иной группе по отношению к другим ее членам» [10, с. 315-316]. Ср. также в речи работника предприятия: *на нашем предприятии – на этом предприятии*.

Как известно, в советский период член общества часто идентифицировал себя и адресата с общей для всех властью и партией, что проявлялось в почти обязательном использовании при их наименованиях местоимения *наш*: *В нашей школе...* (хотя возможно *В моей школе...*), *В нашей деревне...* (хотя возможно *В моей деревне...*). В таких контекстах адресант представляет себя не индивидуально, а в отождествлении с социальным коллективом, что показывает значимость для него включенности в общую социальную сферу и значимость взаимных обязанностей, устанавливаемых в этом коллективе: *В нашей деревне Казимирово не было радио, поэтому мы не знали, что фашисты напали на нашу страну* (РП. 27.09.2014). В языке региональных газет замена лексических, более точных и конкретных, наименований местоимением *наш* обусловлена

чаще не его анафорической функцией, а возможностью автора одновременно актуализировать оценочно-субъективный компонент в содержании высказывания, вызвать у читателей чувство сопричастности к описываемым событиям, сравните, как меняется фокус эмпатии в следующих высказываниях: *Секрет успеха **нашей** области не случаен* (ГП. 02.07.2015) – *Секрет успеха Гродненской области не случаен; Ведь эти беззаботно порхающие летуны, как выяснилось, настоящее бедствие для **наших** лесов* (РП. 30.07.2014) – *Ведь эти беззаботно порхающие летуны, как выяснилось, настоящее бедствие для смоленских лесов*. Такое сочетание в качестве дискурсивного маркера позволяет «выразить идеологическую позицию автора статьи в отношении определенного события» [15, с. 22].

Все, что определяется как *наше* (с корпоративно-инклюзивным значением), в речи героев публикаций оценивается позитивно: *наш* – ‘хороший’, ‘правильный’, ‘такой, каким должен быть’, при этом часто качества и действия гиперболизируются, обобщаются: *Наши заставы оснащены всем необходимым для того, чтобы держать границу на замке для нарушителей* (ГП. 28.05.2014); *Наши старосты очень ответственные, талантливые, замечательные и добрые люди, – с удовольствием отметил Виктор Шайбак* (ГП. 16.04.2012). Сравните подобный оценочный компонент в оценочных речевых актах с субъектно-локативной синтаксемой у нас: *Так у нас не положено!; У нас так не делают!; А вот у нас говорят...*

Анализ языкового материала позволил выделить ряд тематических групп существительных, с которыми чаще всего употребляется местоимение *наш* в языке региональных газет:

1) административно-географические наименования: *страна, дом* (в значении ‘страна’), *государство, область, земля* (в значениях ‘страна’, ‘область’), *край* (в значении ‘область’), *родина* (в значениях ‘страна’, ‘область’), *регион* (в значении ‘область’), *город, деревня, территория, поселок* и т. д., напр.: *Сегодняшнее важное событие – пример того, как **наше** государство заботится о людях* (ГП. 02.08.2014);

2) названия учреждений, предприятий и т.п.: *департамент, банк, образовательные учреждения, театр, магазин, сырзавод, клуб, предприятие, вуз, организация, магазины, компания, клиника*: *В первую очередь **наш** клуб работает для болельщиков* (РП. 10.04.2013);

3) названия видов и сфер деятельности, действий, занятий: *работа, дело, деятельность, медицина, футбол, экономика, туристическая отрасль, служба, действия, тренировки, выступление*: *Наша «страусиная» командировка в Темкинский район была весьма рискованным предприятием* (РП. 11.08.2011);

4) наименования совокупностей лиц, объединенных каким-либо признаком – *народ, люди, человек, девушки, ребята, дети, подростки, потомки, отцы, деды, прадеды, молодежь* и т.д.;

5) наименования социальных, профессиональных и других объединений лиц – *фракция, коллектив, делегация, группа, сборная, ледовая дружина, хоккейная сборная, команда*; *На этот раз **нашей** команде удалось отчасти решить кадровые проблемы* (РП. 11.03.2015);

б) наименования лиц по их отношению к территориальным, профессиональным, производственным, родственным коллективам (сообществам) – *земляк, землячка, соотечественник, коллега*: *Наш земляк из Волковыска возглавил район на ханты-мансийской земле* (ГП. 27.04.2011);

7) наименования лиц по их социальной, функциональной роли: *читатели, потребители, клиенты, производители, слушатели, эксперты, активисты, гостя, гид, партнер, болельщики, собеседник, оппонент*;

8) наименования лиц по профессии и роду занятий: *президент, строители, рабочие, артисты, студенты, депутат, спортсмены, гонимые, пилоты, вратарь, борцы, легкоатлеты, игроки*.

Следует отметить, что в сочетаниях с местоимением *наш* преобладает позитивная лексика, что полностью отвечает выстраиваемой в текстах стратегии поляризации «своих» и «чужих». Благодаря сочетаемости с притяжательным местоимением *наш* в семантике большей части указанных лексем актуализируется идеологический компонент, они начинают функционировать как значимые для данного текста идеологемы.

Притяжательные местоимения реализуют квалификативно-поссесивное значение, понятное читателям в контексте использования адъективно-субстантивного сочетания. Так, регулярные сочетания местоимения *наш* со словом *время* чаще актуализируют одинаковые поколенческие оценки установки, в основном это структурно-семантические модели с имплицатурой противопоставления, которая может быть выведена читателем: *К счастью, нашлись в наше время люди, проникнувшиеся пониманием ценности всего того, что осталось в Королино от прошлого* (ГП. 17.10.2012) – имплицатура ‘наше время – это время, когда не ценят прошлое’; *Поэтому и в наше время проведение балов – это продолжение доброй традиции* (ГП. 21.01.2012) – имплицатура ‘наше время – это время, когда не проводят балы’. В высказываниях с данным сочетанием явно прочитывается апелляция к норме, эталону, стандарту (как должно быть), что соответствует задаче публицистики в распространении убеждений и мнений: *Жанр в наше время довольно редкий на театральной сцене* (ГП. 11.10.2010); *В наше время нечасто встретишь такие добрые отношения между родственниками* (ГП. 19.11.2009); *В наше время люди забыли о чуде. Почти все считают, что это сказки* (ГП. 18.01.2011). В ряде случаев в таком атрибутивном сочетании используется дополнительно в качестве конкретизатора прилагательное, а сами сочетания представляют собой публицистические клише и штампы, например: *Для них труд – реальная возможность не выпасть из социума и выжить в наше непростое время* (ГП. 25.08.2014); *В наше нелегкое время вы совершаете подвиг* (РП. 08.07.2013); *И отрадно, что в наше экономически непростое время власти нашли средства на его возведение* (ГП. 09.07.2012).

Сочетание «местоимение *наш* + прилагательное + существительное» нередко используется как структурный компонент высказываний лозунгового характера, при этом прилагательное выражает высокую степень какого-либо признака, выделяет определяемый предмет из ряда подобных: *Надежное теплоснабжение – наша главная задача* (РП. 14.05.2015), *Работа с детскими, юношескими и молодежными командами – наше приоритетное направление* (РП. 14.12.2014); *В канун праздника хотелось бы поблагодарить за труд весь наш дружный коллектив* (РП. 08.10.2014), *Быть в Смоленске – наша святая обязанность* (РП. 29.05.2007). *Огромное спасибо за ваш труд, за прославление нашей замечательной Смоленской области* (РП. 18.03.2014).

Нередкими в языке региональной газеты являются прецедентные тексты с местоимением *наш*, используемые без изменений, с частичной или полной трансформацией и размещаемые в том числе в сильной позиции заголовка: *Это наша с тобой биография* (ГП. 08.01.2014); *Почтальон нашего времени* (РП. 25.11.2014); *Вот настоящие герои нашего времени, для которых человеческая жизнь – самое главное* (ГП. 26.12.2012); *Наши люди в Голливуде* (РП. 15.03.2012); *Не всё так мрачно в нашем королевстве!* (РП. 05.06.2007); *Наша служба и опасна, и ... ха-ха* (РП. 29.04.2015); *Казна тревоги нашей* (РП. 11.11.2013); *Что наш детсад? Театр!* (ГП. 08.10.2012); *Наш огурец испанскому не товарищ* (ГП. 09.06.2011). В таком случае несомненную силу имеет изобразительно-выразительный потенциал местоименно-поссесивных сочетаний, позволяющий выполнять рекламную функцию «выдвинутым» элементам текста – заголовкам, лидам, врезкам и т.п.

Высокой частотностью отличается местоимение *наш* в текстах спортивной тематики, где соответствующие атрибутивные сочетания выступают в качестве элемента общего текстового фрейма-метафоры сражения «своих» и «чужих» и подчеркивают эмпатию автора по отношению к «своим», например: *Наша* (‘смоленская’) *паралимпийская делегация привезла домой десять медалей* (РП. 02.11.2007); *Впервые наши* (‘российские’) *спортсмены завоевали такое количество наград* (РП. 27.09.2008); *Очередная победа наших* (‘смоленских’) *борцов* (РП. 04.05.2008); *А в финале наши* (‘гродненские’) *баскетболисты не смогли ничего противопоставить такому сильному сопернику, как «Цмокі-Мінск»* (ГП. 26.12.2013). При этом противоположная сторона спортсменов «обычно именуется «по национальности» – для обозначения их географической чуждости, ср.: “наши” – “французы”» [13, с. 191].

Особенность региональной и местной прессы в «привязке» любого события к потребностям территории и территориального сообщества: даже если журналисты пишут не о местных событиях, а о событиях общегосударственного или мирового масштаба, все равно

придають им местное измерение или рассматривают в местных координатах. Не случайно такие атрибутивные сочетания выступают в качестве названий региональных и местных общественно-политических газет: белорусских «*Наши час*», «*Наши край*», «*Наши Магілёў*», «*Наша Талачаншчына*» и т.д., российских «*Наши Краснодарский край*», «*Наша Вологда*», «*Наша жизнь*», «*Наши Мытищи*», «*Наше время*», «*Наше слово*» и т.д., а также названий ведущих рубрик в газетах: «*Наши консультации*», «*Наши семинары*», «*Наши знаменитые земляки*», «*Наши современники*», «*Наши дети*», «*Наши люди*», «*Наши интервью*», «*Наши новости*», «*Наши край*» и т.д.

Выводы исследования и перспективы дальнейших научных разработок. Благодаря местоимению *наши* может устанавливаться в соответствии с интенцией журналиста фокус эмпатии воспринимающего информацию читателя, поскольку читателю таким образом предлагается роль не стороннего наблюдателя, а вовлеченного участника, неким образом причастного к описываемому событию или явлению. При этом событие маркируется по принципу принадлежности к системе ценностей определенной социальной группы, и именно с ценностями связан эффект идентификации как автора, так и читательской аудитории. В том числе и по этой причине притяжательные местоимения в языке региональных газет демонстрируют избирательность в сочетаемости с существительными. Активное использование притяжательного местоимения *наш* в языке региональной и местной прессы связано с такой особенностью данного типа изданий, как «привязка» события любого масштаба к потребностям территории и территориального сообщества. Появление местоимения *наши* в заголовке часто сигнализирует о доминантной роли этой лексико-грамматической единицы в тексте и ее влиянии на восприятие содержания текста и на интерпретацию его отдельных элементов. **Перспективы дальнейших исследований** видятся в выявлении особенностей реализации лингвопрагматического и дискурсивного потенциала притяжательных местоимений от таких факторов, как тип издания, жанр текста, логика дискурса и т.д. Можно предположить, что частотность употребления местоимения и актуализация тех или иных значений связаны как с индивидуальными характеристиками языковой личности автора, так и с особенностями социально и этнокультурно обусловленной картины мира редакционного коллектива и читательской аудитории.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барбашов В.П. «Останови вторжение!» Мифологема «враг» и коллективная интенциональность (на примере информационной войны против М.С. Евдокимова) / В.П. Барбашов // Речевая коммуникация в средствах массовой информации: матер. II Междунар. науч.-практич. семинара, Санкт-Петербург, 17–19 апреля 2013 г. / под ред. В.В. Васильевой, В.И. Конькова. – СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, 2013. – С. 13-15.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин / Сост. С.Г. Бочаров. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.
3. Болдырев Н.Н. Семантика притяжательности в когнитивном аспекте / Н.Н. Болдырев // Английский лексикон в когнитивно-дискурсивной парадигме. Вып. 457. – М.: Изд-во МГЛУ, 2001. – С. 10-19.
4. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. / Сост. В.В. Петрова; Под ред. В.И. Герасимова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
5. Гранева И.Ю. О референтном и нереферентном употреблении местоимения *мы* / И.Ю. Гранева // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2008. – № 4. – С. 206-209.
6. Демьянков В.З. Тайна диалога / В.З. Демьянков // Диалог: теоретические проблемы и методы исследования. – М., 1992. – С. 10-44.
7. Карамова А.А. Грамматические средства идеологичности политического дискурса / А.А. Карамова // Политическая лингвистика. – 2014. – № 2 (48). – С. 143-148.
8. Кацнельсон Р.Д. Содержание слова, значение и обозначение / Р.Д. Кацнельсон. – Л.: Наука, 1965. – 186 с.
9. Киклевич А.К. Персональность и другие семантические категории / А.К. Киклевич // Personalität und Person / Unter Mitarbeit von Sabine Donninghaus. – Wiesbaden: Harrassowitz Verlag, 1999. – P. 173-202.
10. Крысин Л.П. Социальные ограничения в семантике и сочетаемости языковых единиц / Л.П. Крысин // Семиотика и информатика. – М., 1997. – Вып. 35. – С. 299-318.
11. Николаева Т.М. «Скрытая память» языка: попытка постановки проблемы / Т.М. Николаева // Вопросы языкознания. – 2002. – № 4. – С. 25-41.
12. Рассел Б. Человеческое познание. Его сферы и границы. Пер. с англ./ Б. Рассел. – М.: Иностранная литература, 1957. – 234 с.
13. Снятков, К.В. Телевизионный спортивный дискурс: аспекты коммуникативно-прагматического анализа / К.В. Снятков // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2007. – № 37. – Т. 14. – С. 189-194.
14. Ученова В.В. У истоков публицистики / В.В. Ученова. – М., 1989. – 227 с.

15. Шевченко А.Ю. Дискурс-анализ политических медиа-текстов / А.Ю. Шевченко // Политические исследования. – 2002. – № 6. – С. 18-23.

Pivavarchyk T. The Functioning of the Possessive Pronoun OUR in the Language of Regional Newspapers.

The article analyzes the possessive pronoun OUR in its secondary functions, inclusive and exclusive values. Described regular adjective-substantive combination with pronoun OUR in language of regional newspaper. Allocated thematic groups of nouns, which often combines the pronoun OUR. The study confirmed the significance of possessive pronoun OUR as a discourse marker, reinforcing the important social meaning in the media discourse (identity, responsibility, ideological solidarity, empathy). The pronoun OUR has a communicative meaning: is one of the resources of the organization, and factor in the success of social interaction and understanding of the journalist and his audience. Possessive pronouns as a means of entering into the field of two categories - personality and attributive possessive – are involved in shaping the world view of the reader of the newspaper.

Key words: *possessive pronoun, personality, possessive, discourse marker, language of regional newspaper.*

Інна Редька
(Київ)

УДК 811.111+81'38

**ПОЛІЖАНРОВА АНГЛОМОВНА БАЛАДА
(НА ПЕРЕХРЕСТІ ЛІНГВОПОЕТИЧНОГО ТА ЛІНГВОКОГНІТИВНОГО ПІДХОДІВ)**

У статті розглядаються особливості формування поліжанрової балади, поетичного тексту, який фіксує взаємодію домінант двох жанрових форм. З'ясовано, що поліжанрова балада характеризується специфічною композицією тексту та організацією жанрозумовленої образності, яка на вербальному рівні твору маркується стилістично забарвленими засобами. В результаті аналізу поліжанрових балад виділено чотири моделі їх формування: модель позиціонування-приховування жанрових ознак, модель жанрової добудови, модель реверсивного подвоєння жанрових ознак та модель жанрового бленду. Виявлено, що спільним композиційним прийомом для кожної з моделей є прийом антитези, який структурує поетичну образність тексту, яка є виявом лінгвокогнітивних механізмів творчого мислення автора (аналогових та контрастивних мапувань) і несе інформацію про особливості осмислення ним поняття трагедійності. Крім того, з'ясовано, що процеси жанрового зближення балади з іншими поетичними формами уможливорюються усталеними художніми засобами або універсальними концептуальними метафорами типу ARGUMENT IS WAR, що набувають в текстах рис авторської інтерпретації.

Ключові слова: *поліжанрова балада, жанрова домінанта, жанрові зближення, жанрозумовлений поетичний мовленнєвий засіб, мапування.*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень і публікацій: поліжанровий поетичний текст, у якому поєднуються ознаки двох і більше жанрів (наприклад, *елегійний сонет, сонет-балада, лімерик-хайку* тощо), є малодослідженим явищем у поезії. Сучасна вітчизняна філологія, а точніше її літературознавча парадигма, лише констатує існування такого феномену (Копистянська Н.Х., Тихолоз Н.Б.), у той час, як у зарубіжній філології зафіксовані поодинокі дослідження концептуальних особливостей поліжанрового тексту (Robinson D.). Втім з'ясування закономірностей формування та функціонування поліжанрових поетичних текстів дозволяє виявити приховані особливості жанрового мислення автора (у напрямі зближення жанрових форм), розкрити специфічні механізми конструювання текстової емотивності та окреслити способи її втілення у вербальній тканині поетичного твору. Розв'язання вищезгаданих завдань видається можливим за поєднання сучасних методик лінгвопоетики (Неборсіна Н.П.) та лінгвокогнітології (Белехова Л.І., Воробйова О.П., Цур Р., Стен Г.).

Об'єктом дослідження цієї статті є поліжанрова балада, а **предметом** – особливості формування поліжанрового баладного конструкту. Дослідження поліжанрового баладного тексту проводиться у площині *жанрове мислення – жанрове мовлення* і має на **меті** виявити моделі