

9. Располова С.С. Автор как реальный человек и образ автора в медиатексте / Светлана Сергеевна Располова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2015. – Т. 4, № 2. – С. 149–158.
10. Рождественский Ю.В. Теория риторики : учеб. пособие / Ю.В. Рождественский; под. ред. В.И. Аннушкина. – 4-е изд., испр. – М. : Флинта: Наука, 2006. – 512 с.
11. Фарино Е. Введение в литературоведение: Учебное пособие / Е. Фарино. СПб. : Издательство РГПУ им. А. И. Герцена, 2004. – 639 с.
12. Albert T. How to handle authorship disputes: a guide for new researchers / T. Albert, E. Wager // The COPE Report, – 2003. – P. 32–34.
13. Detering H. Autorschaft. Positionen und Revisionen / Heinrich Detering. – Stuttgart : Metzler, 2002. – P. 258–309.
14. Diakopoulos N. Towards quality discourse in online news comments / N. Diakopoulos, M. Naaman // Proceedings of Computer Supported Cooperative Work. – 2011. – No 1. – P. 133–142.
15. Fairclough N. Media Discourse / N. Fairclough. – L. : Arnold Publishers, 1995. – 224 p.
16. Lavrusheva O. Discursive Legitimation Strategies in the Media. Case study of the UK retail planning policy / O. Lavrusheva. Master's thesis. Aalto University. School of Business, 2013. – 95 p.
17. Luhmann N. The Reality of the Mass Media / Niklas Luhmann. – Stanford : Stanford University Press, 2000. – 154 p.
18. Renkema J. Introduction to Discourse Studies / J. Renkema. – Amsterdam, Phil. : Benjamins, 2004. – 363 p.
19. Scheufele B. Frames, schemata, and news reporting / B. Scheufele // Communications. – 2006. – Vol. 31, № 1. – P. 65–83.
20. Wager E: Recognition, reward and responsibility: why the authorship of scientific papers matter. – Maturitas, 2009. – P. 109–20.

*Статтю рекомендовано до друку  
доктором філологічних наук, професором,  
завідувачем кафедри германської філології  
Ніженського державного університету імені Миколи Гоголя*

*Потапенком С.І.*

*Стаття надійшла до редакції 20 лютого 2017 року*

УДК 811.161.2'38

*Ірина Афоніна  
(м. Сєвєродонецьк, Україна)*

## **ЗАСОБИ ІНТИМІЗАЦІЇ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОГО ТЕКСТУ**

*У статті висвітлено основні засоби інтимізації науково-популярних текстів. Виявлено основні лінгвальні механізми та мовні засоби інтимізації*

тексту. Окреслено інтимізацію як важливий чинник процесу встановлення сприятливої атмосфери спілкування автор-читач. Акцентовано увагу на основних граматичних засобах, якими досягається ефект взаємодії автора і читача, зокрема виділено займенники, звертання, питальні конструкції. Розглянуто функцію розмовної лексики, а саме: сленгу, колоквиалізмів, фразеологізмів, за допомогою яких розкривається емоційно-експресивний та інтелектуальний зміст науково-популярного тексту. Проаналізовано вживання діалогізації як способу репрезентації інтимізації в англomовному науково-популярному дискурсі (на матеріалі англійської та американської літератури).

**Ключові слова:** інтимізація, граматичні засоби, автор, читач, діалогізація, питальні конструкції, стилістично «знижена» лексика, науково-популярний текст, емоційно-експресивний зміст.

В статье освещены основные способы интимизации научно-популярных текстов. Выявлены основные лингвальные механизмы и языковые средства интимизации текста. Интимизация определена как важнейший фактор процесса создания благоприятной атмосферы общения автор-читатель. Акцентировано внимание на основных грамматических средствах, с помощью которых достигается эффект взаимодействия автора и читателя, в частности выделены местоимения, обращения, вопросительные конструкции. Рассмотрена функция разговорной лексики, а именно: сленга, коллоквиализмов, фразеологизмов, с помощью которых раскрывается эмоционально-экспрессивное и интеллектуальное содержание научно-популярного текста. Проанализировано употребление диалогизации как способа репрезентации интимизации в англоязычном научно-популярном дискурсе (на материале английской и американской литературы).

**Ключевые слова:** интимизация, грамматические средства, автор, читатель, диалогизация, вопросительные конструкции, стилистически «сниженная» лексика, научно-популярный текст, эмоционально-экспрессивное содержание.

The article presents basic approaches of intimization in popular scientific texts. The basic lingual mechanisms and linguistic means of text intimization have been revealed. Intimization has been outlined as the most important factor of creating the effect of direct and friendly communication of the author and the reader through the text. Special emphasis has been laid upon the basic grammatical units which participate in creation of interaction effect between an author and a reader, namely pronouns, addressing, interrogative constructions. The function of colloquial lexicon has been considered, in particular slang, colloquialisms, phraseological units which carry out emotional expressive and intellectual content of the popular scientific text. The dialogue as a way of representation of intimization in English popular scientific discourse (based on the material of English and American literature) has been analyzed.

**Key words:** intimization, grammatical units, author, reader, dialogue,

*interrogative constructions, stylistically «cut» or «reduced» vocabulary, popular scientific text, emotionally expressive content.*

Зважаючи на антропоцентричний напрям сучасних лінгвістичних досліджень, вчені все більшу увагу приділяють вивченню художнього мовлення автора та його впливу на читача. Не можна не погодитися з твердженням представників американської лінгвістики Е. Сепіра та Б. Л. Уорфа, що світ ми сприймаємо не таким, яким він є насправді, а таким, який відкриває перед нами наша мова [2, с. 14]. Завдяки мові в кожній людині формується власна неповторна картина світу, яка репрезентується за допомогою різних мовних засобів, з-поміж яких виокремлюються засоби інтимізації мовлення.

У «Словнику сучасної лінгвістики: поняття і терміни» А. П. Загнітко зазначає, що інтимізація це мовні засоби і прийоми, які передають настрій мовця, наближають автора до читача як до співрозмовника, а також це стилістичний прийом у художньому мовленні, коли автор прагне увійти у ближчий комунікативний контакт з читачем [1, с. 78].

Інтимізація виражає емоційно-експресивний та інтелектуальний зміст тексту, що пов'язаний зі створенням ефекту спілкування, особистого контакту автора з читачем, з відтворенням невимушеної розмови, бесіди між ними. Метою цього мовного засобу є створення атмосфери, що сприяє формуванню таких почуттів, як співпереживання, співчуття і взаєморозуміння. У лінгвістиці останніх років інтенсивно дискутують питання мовленнєвих кодів, одиниць і категорій мови в їх прагматичному, когнітивному та комунікативному вимірах. У межах останнього вивчають умови реалізації мовної системи та функціонування її одиниць у конкретних актах спілкування, вибір і використання тих чи інших лінгвальних засобів учасниками комунікації залежно від застосовуваних комунікативних стратегій і тактик. Одна з таких стратегій – формування довірливої, інтимної атмосфери «прямої бесіди через текст», тобто стратегія *інтимізації*.

**Постановка проблеми.** Науково-популярна література повністю орієнтована на читача: відповідно до рівня його спеціальної підготовки перетворюється і «подається» власно наукова інформація.

У стилі наукового викладу, який прагне до максимальної точності передачі і сприйняття об'єктивного інтелективного змісту, цей зміст має однозначно співвідноситися з планом мовного вираження. Тому в науковому стилі він передається як би єдиним «інваріантним» способом за допомогою певного історично створеного і закріпленого традицією набору мовних засобів і прийомів викладу. Цей набір мовних засобів і прийомів викладу становить загальну денотативну систему науки, якою оперує певна група людей, які обмінюються науковою інформацією. Для них ця система є загальним «контекстом», загальним «фонічним знанням» [2, с. 77]. Завдяки цьому спілкування між членами даної групи може здійснюватися за правилом «загального коду» (shared code), відомого всім учасникам комунікації, що не потребує особливого «декодування» і забезпечує

адекватне недвозначне сприйняття наукової інформації [2, с. 79].

У науково-популярній літературі «фонові знання» автора і читача не збігаються, не в повному обсязі «покривають» одне одного, тому спілкування «того, хто передає» і «того, хто приймає» інформацію не може здійснюватися як кодове, семіотичне. У науково-популярній літературі об'єктивна інформація передається в індивідуальному авторському варіанті словесного оформлення. Автор науково-популярного тексту відходить від кодової системи і користується мовним матеріалом вільно, творчо, по-своєму його аранжує. Творчий суб'єктивний момент привноситься в розповідання для цілеспрямованого впливу на аудиторію, за допомогою якого автор вирішує завдання популяризації.

Адресант буде своєю «стратегією і тактикою» щодо користування мовних засобів, і водночас погоджує ступень «проінформованості» в даній галузі адресата; рівень спеціальної підготовки читача – це модифікатор мовної «поведінки» автора. На кожному рівні підготовленості читача автор намагається знайти спільну основу для комунікації. Для цього він прагне максимально зблизити «плани» «того, хто передає» і «того, хто приймає» інформацію, встановити найбільш тісний контакт з адресатом, всіляко інтимізувати розповідання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поняття інтимізації на сьогодні висвітлено достатньо ґрунтовно і різноаспектно – в контексті різних наукових парадигм: філософської (В. П. Руднев), літературознавчої (М. М. Бахтін), культурологічної (Б. І. Шифрін), мовознавчої (Л. А. Булаховський, Ю. А. Бельчиков, Г. Г. Почепцов, І. К. Білодід, С. П. Денисова, А. В. Корольова). Соціально-культурна значущість інтимізації як категоріальної ознаки різних типів комунікації детермінує не тільки постійну увагу до засобів її лінгворепрезентації, а й неусталеність дослідницьких позицій у питаннях їх кваліфікації та інтерпретації (Л. А. Булаховський, Ю. А. Бельчиков, А. В. Корольова, А. Л. Палійчук та ін.). Водночас на тлі достатньо інтенсивних лінгвістичних студій поза належною увагою дослідників поки що залишаються мовні засоби вираження інтимізації у сфері науково-популярних текстів. Це підтверджує доцільність поглибленого вивчення феномену інтимізації в науково-популярному дискурсі [2, 3].

У лінгвістиці термін «інтимізація» вперше запропонував Л. А. Булаховський у 40-х роках. Інтимізацію він розглядає як особливу низку прийомів, що, по-перше, ставлять за мету наблизити самого поета до зображуваного; по-друге, збуджують читача до того, аби він розділив з автором елементи його творчої праці, ближче ввійшов в коло його почуттів і настроїв, зробившись ніби учасником самого живого процесу художнього вибору [3].

Згодом цей мовний засіб у працях лінгвіста набув стилістичної спрямованості і став визначатися як *стилістично-синтаксичний прийом*. Академік виділяє чотири основних синтаксичних прийоми інтимізації: «звернення до героїв розповіді як вираження авторського співчуття до того,

що вони переживають та думають»; «наказовий спосіб, що запрошує читача подумати, зважити, оцінити повідомлене автором»; «ми або форма першої особи дієслова множини»; «уявний діалог між читачем та автором» [3, с. 71].

Узагальнення дотичних до нашого аспекту дослідження положень теорії сучасної граматики, комунікативної лінгвістики, стилістики, лінгвопрагматики дає підстави акцентувати кілька основних, на нашу думку, засобів репрезентації інтимізації як функціонально-семантичної, комунікативно-прагматичної категорії, що репрезентує інформацію, актуалізує інтенції зближення комунікантів, моделювання тональності емоційного зближення (інтимності), поваги, приязні, симпатії тощо. До таких зараховуємо засоби фонетико-синтаксичні (інтимізувальні інтонації), лексико-фразеологічні (власні назви, назви осіб за родинними стосунками у прямому й переносному значенні, фамільярна лексика, діалектні слова тощо), словотвірні (зменшено-пестливі суфікси), граматичні – морфологічні й синтаксичні (частки, вигуки, модальні слова, дієслівні особові форми, слова категорії стану, вставні слова й конструкції, риторичні, окличні й питальні речення) тощо.

**Мета статті** – простежити й охарактеризувати специфіку вживання граматичних засобів та лінгвальних механізмів як основних засобів лінгвопсихологічного скорочення дистанції між автором і читачем та способів мовної репрезентації інтимізації в англomовному науково-популярному дискурсі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Нижче наводяться результати вивчення прийомів і засобів інтимізації науково-популярних текстів. Матеріалом для дослідження послужила сучасна англійська та американська науково-популярна література.

Одним із прийомів інтимізації є використання особистих та присвійних займенників I-ої і 2-ої особи, завдяки чому в науково-популярних текстах виразно відчувається «присутність» обох учасників комунікації:

*Using symbols over the columns, **I** can write numbers, but now **you** would not dare leave out the little symbols. If **you** did, how could **you** differentiate A meaning «10» from A meaning «1»? [5]*

Характерно те, що автор прагне зблизити ці два плани – «того, хто передає» і «того, хто приймає» інформацію, намагається долучити читача до предмету, що викладається, допомогти освоїти його, подолати «бар'єр» нерозуміння, спонукає його розділити своє власне ставлення до об'єкта, свої погляди та уявлення. Саме тому «об'єднуючий» за своєю семантикою займенник I-ої особи множини *we* дуже часто використовується в науково-популярних текстах з тим відтінком значення, який визначається як «ми» – залучення слухача в процес комунікації.

Наведемо приклади:

***We** shall find something interesting about the theory which is nowadays so widely advertised under the name of «numerology...». [6].*

***We** shall see that it arose from one of the Greek and Hebrew ways of writing numbers long before these peoples knew the numerals which we all use today [4].*

Аналогічний ефект інтимізації оповіді досягається вживанням в науково-популярних текстах словосполучень з присвійним займенником 1-ої особи множини *our*.

У контексті наукового і науково-популярного текстів вживання присвійних займенників навіть в поєднанні зі словами, що позначають загальні для всіх поняття – це прийом інтимізації, елемент впливу.

*It tells where our modern system of numbers came from...* [5]

*The story will tell you how the counters in our shops are related to the numerals which you use...* [5]

Ступінь інтимізації оповіді особливо зростає при використанні *our*, похідного саме від *we*, спрямованого на «залучення слухача в процес комунікації». Автор науково-популярного тексту використовує словосполучення з цим займенником для того, щоб максимально «наблизити» читача до описуваного предмету, зробити його звичним і доступним. Такі словосполучення зазвичай стилістично забарвлені і конотативні. Наведені нижче приклади ілюструють даний випадок вживання займенника *our*:

*This is our old familiar right-angled triangle* [5].

*... our guideline through the thickets of argument* [4].

*The latter is our mysterious force that causes bodies to fall* [4].

Не упускаючи читача з поля зору, автор постійно звертається до нього безпосередньо або згадує про нього:

*Ah, Gentle Reader, hut this is exactly what you do, whenever you add.* [6]

*Has the solution ocured to the reader? The reader will just have to be on his guard.* [6]

Пряма апеляція до читача виявляється і в використанні спонукальних речень:

*Have a good look at these numbers* [5].

*Don't be disheartened if you notice that  $10\frac{1}{2}$  is a power of 10, while  $\sqrt{10}$  which is exactly the same thing, is a root of 10* [5].

Безпосереднє звернення до співрозмовника характерно для усного розмовного спілкування, «видимість» якого створюється в текстах науково-популярної літератури.

Імітація живого розмовного спілкування – ще один прийом інтимізації тексту, викликаний необхідністю максимально зблизити «план» автора і «план» читача, забезпечити тісний контакт адресанта і адресата, створити атмосферу невимушеного спілкування, в процесі якого можливе ефективне вирішення завдань популяризації. Створенню ефекту реального живого спілкування служить, в першу чергу, діалогізація. Діалогізація писемного мовлення – явище дуже давнє, бо будь-яке спілкування людей, в якій би формі воно не здійснювалося за допомогою мови як засобу комунікації, вже за своєю природою передбачає наявність зворотного зв'язку, «прагне уникнути односторонності, хоче бути двостороннім, діалогічним» [2, с. 81]. Відлуння діалогу відчуваються і в стилі наукового тексту.

Однак, оскільки будь-яка книжкова мова взагалі і наукова, зокрема, – «безадресна», а прагнення автора «отримати певний ефект «на виході», тобто в свідомості «того, хто приймає» інформацію, обов'язково для мовної діяльності, орієнтація на потенційного «співрозмовника» (читача) в письмовій науковій мові завуальована, менш очевидна, ніж, наприклад, в усному спонтанному мовленні, і діалог носить більш-менш імпліцитний характер.

Особливим стилістичним «навантаженням» виокремлюється риторичне питання. Риторичне питання не передбачає відповіді, відповідь вже покладена в ньому самому, оскільки риторичне питання є за змістом емпатичним ствердженням або запереченням. Воно запитується з метою привернути увагу, посилити враження, підвищити емоційний тон оповіді, залучити читача в міркування і нібито змусити його самого зробити висновки. Функція риторичного питання – вплинути на читача.

*What then is time? Is it a devouring monster described by the Reverend Bramston? Or is it an ever – rolling stream bearing everything away to some other place?*[4].

*Or could time be likened to the irascible old gentleman who revenged himself on the Mad Hatter by keeping the time at 6 o'clock tea time all day and every day for months?*[4].

Однак набагато частіше в науково-популярній літературі використовуються питання іншого типу. Їх мета – підготувати, налаштувати читача на оптимальне засвоєння інформації, після чого автор у доступній формі вводить її в свідомість реципієнта.

*Now the question is: Can the series of all real numbers, or of all points in a line be set into a one-to-one correspondence with the series of integers? The answer is: No!* [5].

Таким чином, автор питанням налаштовує читача на необхідність відповіді, який потім сам підказує йому і, отже, готує ситуації, коли читач сприймає цю відповідь як свою власну, що психологічно сприяє оптимальному засвоєнню інформації. Цей прийом досить широко використовується також і у власне науковому викладі з аналогічною метою.

Живе розмовне спілкування в науково-популярних текстах створюється також завдяки надзвичайно широкому використанню розмовної і стилістично «зниженої» лексики. Наявність цього шару лексики в «тілі» тексту усуває офіційність в спілкуванні автора і читача, створює атмосферу довіри і невимушеності, в якій інформація засвоюється з максимальним ефектом. Розглянемо, як функціонують елементи розмовної і стилістично «зниженої» лексики в структурі науково-популярних текстів, як взаємодіють вони з іншими одиницями мови.

*By this point, however, it is just possible that some of you may suspect me of pulling a fast one* [6].

*Why it should be called the average value heaven only knows* [6].

*Now why on Earth should our unit ratios vary all over the lot, when our number system is so firmly based on 10?* [6].

Використання стійких розмовних конструкцій надає розповіді неофіційний емоційний характер, «видимість» усного розмовного спілкування і є одним із прийомів інтимізації. У наведених нижче прикладах автор свідомо нехтує точністю і використовує розмовну лексику дуже широкого і загального значення. Конкретні значення таких слів стають очевидними в їх поєднаннях зі словами, що позначають спеціальні поняття. Завдяки цьому, читач отримує уявлення про описуваний предмет в дуже доступній формі:

*When any symbol (which includes figures, letters or any other squiggle we may be using) is multiplied by itself it is said to be squared [6].*

*Newton, also showed this central-point business to be true for spheres which consisted of a series of layers...[5].*

Іноді в ролі таких узагальнюючих слів виступають одиниці сленгу:

*I seem to hear loud yells from the audience. «What is all this?» comes the fevered demand. «Where does this 'divide by 10' jazz come from?» [6].*

**jazz (slang):** empty meaningless talk.

**Висновки.** На тлі інформаційної функції науково-популярного викладу такі елементи розмовної лексики як сленг, колоквиалізми, фразеологізми набувають особливої емоційності та експресивності. В інформаційному повідомленні вони сприяють залученню уваги до форми, в силу її неординарності, а потім – переключенню уваги адресата з форми на зміст, на його істинний сенс. Таким чином, використання «чужорідних» мовних засобів стає в науково-популярних текстах стилістично релевантним.

Стилістично релевантними є і всі розглянуті вище засоби інтимізації тексту, оскільки вони забезпечують дотримання двох найважливіших умов популяризації: оптимізації розуміння та стимулювання читацького інтересу. Інтимізація являє собою систему різнорівневих мовних і мовленнєвих засобів скорочення наративної дистанції між автором та читачем, що умовно перетворює процес прочитання науково-популярного тексту на пряму і дружню бесіду адресанта з адресатом.

Перспективу представлених у статті засобів інтимізації науково-популярних текстів визначає необхідність поглибленого вивчення діалогічних стосунків імпліцитного автора із імпліцитним читачем, що творять глибинний смисл тексту.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Загнітко А.П. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4 т. Т. 1 / А.П. Загнітко. – Донецьк : ДонНУ, 2012. – С. 386.
2. Корольова А.В. Типологія наративних кодів інтимізації в художньому тексті: Монографія / А.В. Корольова. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2002. – 267 с.
3. Палійчук А.Л. Наративний код інтимізації (на матеріалі англійського художнього дискурсу): дис... канд. філол. наук / Анна Леонардівна Палійчук. – Харків, 2011. – 253 с.



4. Bill Bryson. A Short History Of Nearly Everything [Електронний ресурс] / Bryson Bill. – Режим доступу : <http://www.e-reading.mobi/book.php?book=70875>

5. Scientific American [Електронний ресурс]. – <https://www.scientificamerican.com>

6. Nature [Електронний ресурс]. – <http://www.nature.com/nature/archive/index.html?year=2017-2006#2006>

*Статтю рекомендовано до друку  
кандидатом філологічних наук, доцентом,  
завідувачем кафедри романо-германської філології та перекладу  
Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля  
Літвіноюю М.М.*

*Стаття надійшла до редакції 06 лютого 2017 року*

УДК 811.111'37:177.1

**Ольга Баліцька,  
Олена Мисловська,  
Мирослава Човганюк  
(м. Вінниця, Україна)**

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СЕМАНТИКИ ВВІЧЛИВОСТІ**

*У статті представлений огляд основних напрямків вивчення категорії ввічливості, а саме з точки зору етичного, лінгвістичного та прагматичного підходів, теоретично обґрунтовано поняття ввічливості та встановлено, що саме ввічливість є одним із тих соціальних феноменів, за допомогою якого міжособистісна взаємодія регулюється таким чином, щоб спілкування протікало рівно, успішно та безконфліктно. У роботі також відзначено, категорія ввічливості є предметом вивчення багатьох гуманітарних наук і досліджується в різних напрямках. Значний інтерес представляють дослідження порівняльного плану.*

**Ключові слова:** *етичне поняття, лінгвістичний феномен, ввічливість, семантична категорія, міжособистісне спілкування, адресант, стратегічний прийом, дискурсивний підхід.*

*В статье представлен обзор основных направлений изучения категории вежливости, а именно с точки зрения этического, лингвистического и прагматического подходов, теоретически обосновано понятие вежливости и установлено, что именно вежливость является одним из тех социальных феноменов, с помощью которого межличностное взаимодействие регулируется таким образом, чтобы общение протекало ровно, успешно и бесконфликтно. В работе также отмечено, что категория вежливости является предметом изучения многих гуманитарных*