4. Chomsky N. Lectures on Government and Binding. The Piza Lectures / N. Chomsky. – Berlin ; N. Y. : Mouton de Gruyter, 1981. – 7th ed. – 371 p.

5. Chomsky N. The Minimalist Program / N. Chomsky. – Cambridge, London : The MIT Press, 1995. – 420 p.

6. Fischer O. The Origin and Spread of the Accusative and Infinitive Construction in English / O. Fischer // Folia Linguistica Historica. – 1989. – Vol. VIII, № 1–2. – P. 143–217.

7. Freidin R. Foundations of Generative Syntax / R. Freidin. – Cambridge, London : MIT Press. – 1992. – 359 p.

8. Harris A. Historical Syntax in Cross-Linguistic Perspective / A. Harris, L. Campbell. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1995. – 488 p.

9. Newmeyer F. J. Linguistic Theory of America. The First Quarter-Century of Transformational Generative Grammar. / F. J. Newmeyer – N. Y., L. : Academic Press, 1980. – 290 p.

10. Robins R. H. Key dates in Twentieth Century Linguistics / R. H. Robins // Langue and Parole in Synchronic and Diachronic Perspective/ Ed. By Ch. Beebham. – Amsterdam, N. Y. : Pergamon. 1999. – P. 63–72.

11. Traugott E. Complex Sentences / E. Traugott // The Cambridge History og the English Language. – Cambridge : Cambridge Univ. Press., 1996. – P. 219–280.

Криворучко Т. В. Сложная комплементация в генеративной грамматике.

Аннотация

В статье проанализировано явление сложной комплементации в генеративной грамматике. Проведено исследование терминов сложной комплементации. Рассмотрены операции рейзинг предиката, рейзинг субъекта и удаление субъекта. Представлены отличия между конструкциями сложной комплементации.

Ключевые слова: *сложная комплементация, коплемент, операция рейзинг предиката, операция рейзинг субъекта, операция удаление субъекта, рейзинговая конструкция субъекта к позиции субъекта, рейзинговая конструкция субъекта к позиции объекта.*

Kryvoruchko T. V. Complex Complementation in generative grammar.

Summary

The object of the study is Complex Complementation in generative grammar. The background of the article is determined by the necessity of Complex Complementation study in generative grammar.

The main aim of the article is to examine Complex Complementation in generative grammar.

Attention is paid to the structure and functioning of Complex Complementation. Complementation is the phenomenon of S-structure that takes the position of an argument in relation to the predicate. In English such constructions include fully tensed complements, which function as subordinate clauses and untensed / partially tensed complements, which are divided into nominalizations, infinitivals and participials).

It was found that there are several interpretations of Complex Complementation: infinitive complement construction; VOSI (= Verb + Object / Subject + Infinitive), *VOSP* (Past Participle instead of the Infinitive) *and VOSING* (*inf*-form instead of the Infinitine)*; non-finite complement construction.* Such operations as *Subject Deletion*, *Predicate Raising*, *Subject Raising* (which is divided into *Subject-to-Subject Raising* and *Subject-to-Object Raising*) are analyzed in the article. The research of *Subject-to-Object Raising* should be continued.

Key words: *Complex Complementation, complement, Subject Deletion, Predicate Raising, Subject Raising, Subject-to-Subject Raising, Subject-to-Object Raising.*

УДК 811.111'42

Крижанівська Г. Т.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов для природничих факультетів
Львівського національного університету імені Івана Франка
E-mail:galyakr2014@ukr.net

ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ ЖІНОЧИХ ЖУРНАЛІВ: ЗДОРОВИЙ ГЛУЗД ТА ІДЕОЛОГІЯ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ЖІНОЧИХ ЖУРНАЛІВ)

У статті проаналізовано способи реалізації стратегій псевдо-інтимізації та псевдо-достовірності на різних рівнях організації текстів популярного у дискурсі жіночих журналів жанру – «інтерв'ю-монолог». Ефективне паралельне та взаємодоповнювальне функціонування цих стратегій сприяє конструюванню логічного й узгодженого погляду читачок на пропаговані цими виданнями ідеали та моделі поведінки сучасної жінки, що забезпечує належне сприйняття ідеології цих видань.

Ключові слова: *жіночий журнал, дискурс, жанр, текст, стратегія, ідеологія.*

Сучасні засоби масової комунікації стають усе потужнішим інструментом впливу на громадську думку, формують світоглядні стереотипи, поширюють цінності, визначають моделі поведінки. Важлива роль у цьому процесі належить жіночим журналам, масштабність та різноманіття яких свідчить про їхнє чимале значення для сучасної аудиторії. Вони функціонують як засоби формування ідеологічних уподобань, світогляду й естетичних смаків сучасної жінки, сприяють підтримці та утвердженню її культурних і суспільних цінностей, що робить їх привабливими для сучасних комунікативно орієнтованих мовознавчих досліджень [3, 6, 9, 11].

Комунікативно-прагматичний вектор сучасної наукової лінгвістичної парадигми зосереджує основний інтерес на різнобічному висвітленні особливостей використання мови в різних комунікативних ситуаціях. Важливою постає проблема аналізу різноманітних дискурсів [4, 7, 12] та жанрів [3, 5, 12] як найефективніших механізмів інтерпретації в розгляді ситуацій використання мови. З огляду на це, наша стаття присвячена аналізу мовних засобів реалізації стратегій дискурсу жіночих журналів у текстах такого поширеного на їх сторінках жанру, як «інтерв'ю-монолог». Дослідження ґрунтується на комплексному аналізі різнорівневих рис текстів жанру «інтерв'ю-монолог» у межах комунікативно-функціональної методологічної парадигми.

Для початку коротко розглянемо феномен жіночого часопису та його роль у житті сучасної жінки. Жіночі журнали – надзвичайно популярні медіа-товари, принади яких важко не зауважити. Їхня привабливість полягає у тому, що, повідомляючи, якою повинна бути сучасна жінка, пропонуючи вирішення її повсякденних проблем, вони викладають інформацію у яскравий, легкий для сприйняття спосіб. Пропагуючи образи та уявлення, завдяки яким конструюється «ідеальний читач» [11, с. 45], ці видання не залишають місця на можливі відмінності і, таким чином, формують свою спільноту читачів. Відчуття спільноти з притаманними їй інтересами та цінностями є вирішальним для конструювання узгодженого й логічного погляду на пропаговане жіночими журналами бачення жіночності. Для того, щоб сформувати такий погляд на інформацію, жіночі журнали організовують повідомлення із використанням двох взаємопов'язаних стратегій – псевдо-інтимізації та псевдо-достовірності.

Стратегія псевдо-інтимізації спрямована на створення ілюзії приватної розмови, що імплікує спільний досвід, інтимність атмосфери спілкування, співпрацю, довіру між комунікантами і, таким чином, конструює бачення основних приписів щодо жіночих цінностей, пріоритетів та поведінки як зрозуміле й логічне. Стратегія псевдо-достовірності передбачає формування «правомірного» погляду на те, що вважається нормою у плані ідентифікації та поведінки сучасної жінки. Окреслюючи норми поведінки, жіночі журнали дають відчуття логічного, обґрунтованого підходу: *Expertsclaimthatitisperfectlynormalnottoalwayshaveasexualappetite*[13, с. 78].Таке посилання, на думку експертів, імплікує достовірність повідомлення, обґрунтовує поведінку жінки – суб'єкта розповіді. У своєму намаганні звучати інтимно й достовірно ці видання спираються на низку мовних засобів організації своїх повідомлень.

Розглянемо реалізацію кожної із зазначених стратегій на прикладі текстів поширеного на сторінках жіночих журналів жанру «інтерв'ю-монолог». Комунікативна мета цього жанру полягає у тому, щоб на прикладі досвіду жінки запропонувати вирішення важливої життєвої проблеми та сформувати відповідне ставлення до зображеної ситуації. В основі цього жанру лежить одне запитання журналіста до жінки, яка представлена як така, що реально існує, на потенційно цікаву для жіночої аудиторії тему. Відповідь жінки подано у формі розповіді – історії з її особистого життя. Конститутивними рисами інтерв'ю-монологів є форма оповіді від першої особи, наявність події як відхилення від усталеного, нормативного стану [10, с. 35] та чітка смислова структура, яка наслідує структуру усних оповідань, запропоновану В. Лабовим [10]: складається з таких повторюваних епізодів, як резюме, орієнтація, ускладнення, розв'язка, оцінка та кода. Зазначені риси дозволяють розглядати цей жанр як замкнену, завершену структуру, що характеризується послідовністю дій, розташуванням подій у хронологічному порядку відповідно до єдиної логіки та суб'єктивною оцінкою цих подій.

Жіночі журнали посідають виключну позицію в нівелюванні дистанції між медіа-дискурсом та приватним, інтимним дискурсом читача [11, с. 150]. Імітуючи дискурс приватної, інтимної розмови,

вони формують у читачів відчуття належності до однієї спільноти. Тексти інтерв'ю-монологів створюють ілюзію інтимного спілкування через а) виклад інформації від першої особи; б) використання займенників *you, we, us, our*; в) вживання інтимної лексики та лексики емоцій; г) використання синтаксичних конструкцій усного мовлення. Зазначені мовні засоби беруть участь в імітації дружньої невимушеної розмови між читачами та авторами текстів інтерв'ю-монологів, яка ґрунтується на співпраці, згоді, симетрії у їхніх відносинах, усвідомленні спільного досвіду. Завдяки цьому викладені у текстах такого жанру ідеї та пропозиції сприймаються належним чином і не викликають сумнівів.

Як було зазначено, розповідь в інтерв'ю-монолозі ведеться від першої особи. Займенник *I* синтезує в собі оповідача, персонажа й автора, завдяки чому стверджується їхня єдина позиція, належність до однієї спільноти. За словами Е. Бенвеніста, *I* також є «експліцитним виразником присутності оповідача» [1, с. 52] і вказує на суб'єктивність викладу, завдяки чому зменшується психологічна відстань між адресантом та адресатом тексту, створюється довірлива тональність, яка приваблює читачок та «втягує» їх у розповідь, робить «співучасницями» емоційних переживань жінки – суб'єкта розповіді: *IhadboobsbeforeIcoulddolongdivision. Even at 5, I had those fat little mounds like a Skipper doll. In third grade, when the kids on the bus spotted my training bra – the first they'd ever seen – I screamed, red-faced* [16, с. 280]. Займенник *I* проектує досвід, виражений іменниками *boobs*та *bra,* на аудиторію. Відчуття спільності досвіду, емоційність ситуації, представленої експресивно-оцінними прикметниками *fat, little, red-faced,* порівнянням*likeaSkipperdoll,* експліцитно-оцінним дієсловом*screamed,* моделюють ситуацію інтимності й емоційної співучасті.

Маніфестація «єдності» часопису та його аудиторії реалізується і через такий елемент діалогічного мовлення, як адресованість [11, с. 155]. Пряме звернення до читача через використання займенника *'you'* характеризує виклад інформації у резюме, оскільки цей елемент смислової структури найяскравіше представляє позицію авторів текстів інтерв'ю-монологів: *Whatwouldyoudoifthepersonyoulovedmostwasleadingadangerousdoublelife?* [16, с. 219]. Займенник *you*створює ілюзію міжособистісного спілкування, у якому '*I*' та*'we'* (автори текстів) звертаються до *'you'* (спільноти читачів жіночих журналів). Займенник *'you'* також підсилює процес ідентифікації: читачки представлені не лише як особистості, а і як члени читацької аудиторії. Вони уявляють себе частиною загальної спільноти зі спільними проблемами та спільним уявленням про їхнє вирішення.

Подібну функцію виконують й інші займенники: *we, us, our: Eating wholegrain foods at least four times a week reduces your risk of developing cancer by as much as 40 percent. Because about one in three of us will get cancer in the course of our lives, it's really important that we work this simple improvement into our diet* [17, с. 60]. Займенники *us* і *our* репрезентують спільний досвід та мету автора статті й аудиторії читачів. *Your*як безпосередній засіб звернення формує контакт з аудиторією та ідентифікує її, а займенник *we*імплікує відчуття єдності з командою редакторів і автором публікації. У сукупності свого функціонування у текстах цього жанру займенники конотують таку потужну віру в єдність видання та його аудиторії, яка не піддається сумніву.

Наявність події у структурі жанру спричиняє інтенсивне вживання оцінних лексем із семою «емоція», які формують відповідне лексико-семантичне поле як смислову домінанту текстів інтерв'ю-монологів [3, с. 160]. Емотивний ореол надає викладу інтимного звучання, викликає відчуття співчуття та співпереживання, які підштовхують аудиторію сприйняти запропоновану адресатом точку зору. Як показало дослідження аксіологічних характеристик прикметників, іменників та дієслів [3, с. 130–160], інтенсивне використання оцінних лексем, що належать до семантичних груп «характеристика людини», «емоції», «відчуття», «сприйняття» та «стан», свідчить про те, що їм належить вирішальна роль у формуванні смислової домінанти текстів інтерв'ю-монологів – зображенні почуттів жінки під впливом різноманітних обставин життя. Наприклад, використання іменників та дієслів фізичної дії дає змогу відтворити в уяві поведінку суб'єкта і відчуття, які виникають внаслідок неї: *Sometimesshewoulddragmeoutofbedbymyknickersandbeatme. She would hold me against the wall, grab hold of my breasts and squeeze my nipples* [18, с. 160].Повторення і різноманітність лексичних одиниць фізичної дії у текстах інтерв'ю-монологів сприяє неперервному виникненню у свідомості читачок відчуттів, які

супроводжують ці дії, формуючи атмосферу співучасті. Іменники й дієслова емоційної дії та емоційного стану функціонують як барометри емоційної атмосфери жанру: *Ibumpedintomysisteronedayandshestatedatmeinhorror. … As I explained, she held my hand in shock* [18, с. 140]. Одна емоція провокує та аргументує виникнення іншої, залучаючи до співпереживання. Адресант переживає спільні з адресантом емоції, під впливом яких у нього виникає узгоджене з адресатом бачення ситуації.

Лексика емоцій текстів інтерв'ю-монологів відбиває емоційне сприйняття дійсності, перевагу емоцій над раціо аудиторії жіночих журналів, що дає відчуття близькості у стосунках, щирості та відвертості, можливої лише за умов приватного спілкування. Зображення подій крізь призму емоцій і почуттів наче створює «консенсус», необхідний для належного прочитання повідомлення.

Ситуація жанру «інтерв'ю-монолог» орієнтує на розгляд таких аспектів загальних питань (міжособистісних стосунків, здоров'я, зовнішнього вигляду тощо), висвітлення яких є неможливим, неефективним у межах інших жанрових форм. Інтимність тем, яку маніфестує ситуація жанру, реалізується у формуванні ілюзії приватної інтимної розмови через використання та постійну присутність у текстах цих видань слів і фраз інтимної сфери спілкування, наприклад, *bra,knickers,seduction, orgasm, boobs, nipples, periods, sex, etc.*, які зазвичай присутні в розмові тет-а-тет між близькими подругами, а тому дають відчуття не лише інтимної розмови, а й великої довіри та згоди між її учасниками.

Наступним засобом реалізації стратегії псевдо-інтимізації є невимушений характер викладу інформації у текстах інтерв'ю-монологів, що реалізується крізь використання контактних фраз, наприклад, *'look', 'youknow', 'well', 'yousee'*, а також елементів парамови: *'howwouldyoufeelif …um, youfinditunderyourbed…', 'wow, thatfeltgood',* якіспрямовані на імітацію усного мовлення: формують контакт з аудиторією, несуть повідомлення про стани та поведінку комунікантів: їхнє хвилювання, невпевненість або захоплення. Вони створюють ілюзію залучення до безпосередньої розмови. Подібну функцію виконують і короткі, неповні речення: *Norelief. My head buzzed. I fainted* [15, с. 190] та вставлені конструкції: *'But after that first time, he seemed to lose interest in any bedroom activity – and, not knowing better, I told myself it was normal* [13, с. 189].Імітуючи усне мовлення, зазначені засоби дають відчуття невимушеності, безпосередності.

Жанр «інтерв'ю-монолог» є також активним засобом реалізації стратегії псевдо-достовірності. Жіночі журнали намагаються подати інформацію як достовірну та правдоподібну й, завдяки цьому, отримати статус «авторитету» [9, с. 45]. Це можна простежити у а) чіткій моделі організації текстів інтерв'ю-монологів; б) викладі інформації від першої особи; в) лексиці, що ідентифікує жінку – суб'єкта розповіді; г) використанні цитат, які подаються у вигляді прямої мови. Зупинимося детальніше на кожному із зазначених моментів.

Виклад інформації від першої особи дає можливість зобразити приватний світ жінки, яка розповідає свою історію, у вигляді звіту. Чітка смислова структура текстів цього жанру, повторюваність елементів цієї структури, відсутність відхилень, насиченість деталями із життя жінки створюють враження документального свідчення. Характерною особливістю структурної моделі текстів цього жанру є наявність експліцитно ідентифікованих текстових блоків: «резюме», «орієнтація», «ускладнення», «розв'язка», «оцінка» та «кода» [3, с. 94]. У межах кожного текстового блоку речення функціонують як елементарні іллокутивні елементи, спрямовані на вираження мотивів, інтенцій, ментальних та емоційних актів мовця, під впливом яких в аудиторії формуються належне розуміння й оцінка ситуації. Наприклад, текстовий блок «ускладнення» дає характеристику основних конфліктних подій і стосунків, що розкривають головну проблематику текстів інтерв'ю-монологів, з експліцитною драматичною тональністю. Синтаксична побудова цього текстового блоку характеризується відношеннями інтелектуально-емоційного реагування і передбачає швидше акцентуацію, аніж презентацію інформації: *BythetimeIgothome, Iwasamess. To have your gender questioned is barbaric. There is no more insult for a woman than to be told that the nation thinks she's a man* [14, с. 120]. Це моделює ситуацію охоплення емоціями з метою переконання, реалізуючи аргументативний потенціал цього блоку. Безпосереднє переживання, характер та сила емоцій, які відчуває

жінка – суб'єкт розповіді, передаються аудиторії і стають чи не єдиним, проте достатнім аргументом для винесення оцінного судження.

Важливим засобом «легалізації» представленого досвіду у текстах цього жанру є також виклад інформації від першої особи. Як було зазначено, займенник *I* синтезує в собі особу оповідача, персонажа та автора й ефективно функціонує як засіб реалізації псевдо-інтимної стратегії. Варто, однак, зауважити, що через свій егоцентричний потенціал, він також слугує й виразником достовірності викладеної інформації. Як влучно зауважує Е. Бенвеніст, говорячи про «я», не можна не говорити про себе [1, с. 262]. Саме в такому акті мовлення, де «я» називає мовця, останній і виражає себе як суб'єкт … «нема іншого об'єктивного свідчення ідентичності суб'єкта, ніж те, яке він дає у такий спосіб сам про себе» [1, с. 269].

Задля підсилення достовірності викладеної *I* інформації текст розповіді інтерв'ю-монологу подається у вигляді цитати – у лапках. Лапки графічно акцентують початок розповіді та її завершення, створюють ефект документальності, достовірності інформації й надають статусу «експерта» жінці – суб'єкту розповіді. Цей статус передбачає її кваліфікованість, досвідченість, що схиляє аудиторію погодитися із запропонованим поглядом на викладені події. Особливо переконливо це звучить у заголовках текстів цього жанру: *«Idon'tdrink; don'tjudge»* [19], *«Ilivedthroughcancer … anditstillsucks»* [15], *«I'mafeminist … andIgotaboobjob»* [16]. Використання займенника *I* у конструкції прямої мови дає змогу «почути» позицію жінки стосовно певних норм поведінки. Такі заголовки звучать як гасла, дають орієнтири для розуміння норм поведінки, а текст розповіді слугує доказом озвученої позиції.

Аргументативний потенціал текстів інтерв'ю-монологів ґрунтується також на присутності квантифікативних одиниць [2, с. 2]: числівників, неозначено кількісних займенників *(several, many, few)*, параметральних прикметників *(big, small, long, short)*, іменників назв-сукупностей *(group, crowdinch)*, одиниць виміру *(inch, foot, mile)*. Їхнє функціонування у заголовках та текстах жанру спрямоване на репрезентацію певних нормативних приписів, що створює ілюзію статистики: *Manypeopleassumerapeinvolvesaviolentencounterwithastranger, butforthousandsofwomenthat'snotthecase. Tanya Smyth tells Cosmo how she was forced into sex by a man who was almost her boyfriend* [17, с. 200]. Числівник *many*, семантика якого вказує на велику кількість, проте виключає більшість, орієнтує на частину суспільства, що розглядає зґвалтування з точки зору лише фізичного насильства, тоді як значення числівника *thousands* вказує на дуже велику кількість жінок, які стали жертвами зґвалтувань, що супроводжувалися сильним психологічним тиском.Такий виклад інформації створює враження її достовірності та обґрунтованості, що «легалізує» запропоновану у тексті розповіді точку зору на зображені події, представляє її як логічну та розумну.

Для переконання у достовірності повідомлення тексти інтерв'ю-монологів несуть інформацію про особу жінки – суб'єкта розповіді: її ім'я, прізвище, місце проживання, професію тощо: *SophieLewis, 33, fromMacclesfield, washalfwaythrougha 10krunwhenherhearthaveuponher*[14, с. 220]. Соціальний дейксис [8, с. 270] жінки функціонує як ілюзія доказу реальності її існування, адже інформація про ім'я, прізвище чи вік не може фактично ідентифікувати реальних людей. Однак, беручи до уваги той факт, що аудиторія жіночих журналів є однорідною, уніфікованою у плані статі, віку, соціального класу, зовнішності тощо, таке представлення особи дає читачам відчуття належності до однієї спільноти з притаманними їй інтересами й цінностями. Тоді, коли як «досвід адресата накладається на досвід адресанта – інформація починає сприйматися як вірогідна» [8,с. 352].

Проаналізовані мовні засоби реалізації стратегій псевдо-інтимізації та псевдо-достовірності не вичерпують усіх можливих проявів їхньої маніфестації у текстах жанру «інтерв'ю-монолог», проте дають змогу стверджувати про їхнє ефективне паралельне та взаємодоповнювальне функціонування, спрямоване на утвердження бачення сучасної жіночності як зрозуміле і логічне. Підґрунтям для такого бачення є створення жіночими журналами ілюзій інтимної розмови, співпраці, спільних інтересів та досвіду, достовірності повідомлення, під впливом яких пропаговані образи й моделі поведінки сприймаються не як частина ідеології, так званого «культу» жіночності [9], а як такі, що узгоджуються з реальністю. Адже тоді, коли «ідеологія починає трактуватися як здоровий глузд, вона перестає функціонувати як ідеологія, і починає сприйматись як норма» [8, с. 33].

З огляду на проведене дослідження, цікавим видається аналіз інших жанрових форм дискурсу жіночих журналів, зіставний аналіз дискурсів жіночих та чоловічих журналів, зокрема питання їхніх стратегій і тактик, що може зробити вагомий внесок у розвиток медіа-лінгвістики, медіа-генології та медіа-екології.

Список використаної літератури

1. Бенвеніст Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – М. : Прогресс, 1974. – 447 с.
2. Жаботинская С. А. Когтинивные и номинативные аспекты класса числительных (на материале современного английского языка) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 – германские языки / С. А. Жаботинская. – М., 1992. – 41 с.
3. Крижанівська Г. Т. Комунікативно-прагматичні та семантико-стилістичні особливості медіа-жанру «інтерв'ю-монолог» (на матеріалі сучасних англомовних жіночих журналів) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 – герм. мови / Г. Т. Крижанівська. – Львів, 2011. – 212 с.
4. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: Лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти / С. І. Потапенко. – Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2009. – 391 с.
5. Яхонтова Т. В. Лінгвістична генологія наукової комунікації / Т. В. Яхонтова. – Львів : Вид. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. – 420 с.
6. Caldas-Coulthard C. R. «Women who pay for sex and enjoy it»: Transgression versus morality in women's magazines / C. R. Caldas-Coulthartd // Text and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis. – N.-Y. : Routledge, 1996. – P. 250–270.
7. Fairclough N. Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language / N. Fairclough. – Harlow : Longman, 1995. – 265 p.
8. Fairclough N. Language and Power / N. Fairclough. – London : Longman, 1989. – 450 p.
9. Ferguson M. Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity / M. Ferguson. – London : Heinemann, 1983. – 243 p.
10. Labov W. Narrative analysis: Oral Versions of Personal Experience / W. Labov, J. Waletzky // Essays on the Verbal and Visual Arts. – Seattle : University of Washington Press, 1967. – P. 12–44.
11. Talbot M. A Synthetic Sisterhood: False Friends in a Teenage Magazine / M. Talbot // Gender Articulated. – N.-Y. : Routledge, 1995. – P. 44–165.
12. White P. R. Death, Disruption and the Moral Order: the narrative impulse in mass-media 'hard news reporting / P. R. White // Genres and Institutions: Social processes in the Workplace and School. – London : Cassell, 1997. – P. 101–133.

Джерела ілюстративного матеріалу

13. Cosmopolitan. – L. : National Magazine Co. Ltd., 2014. – November. – 312 p.
14. Cosmopolitan. – L. : National Magazine Co. Ltd., 2014. – March. – 340 p.
15. Cosmopolitan. – L : National Magazine Co. Ltd., 2015. – August. – 290 p.
16. Cosmopolitan. – L. : National Magazine Co. Ltd., 2015. – May. – 350 p.
17. Cosmopolitan. – L. : National Magazine Co. Ltd., 2015. – March. – 340 p.
18. Marie Claire. – L. : National Magazine Co. Ltd., 2011. – June. – 325 p.
19. Marie Claire. – L. : National Magazine Co. Ltd., 2011. – November. – 330 p.

Крыжанивска Г. Т. Дискурсные стратегии женских журналов: здравый смысл и идеология (на материале англоязычных женских журналов).

Аннотация

В статье проанализировано способы реализации стратегий псевдо-интимизации и псевдо-достоверности на разныхуровнях организации текстов жанра«интервью-монолог», присущего дискурсу женских журналов. Эффективное паралельное и взаимодополняющее функционирование этих стратегий способствует конструированию логически согласованного взгляда читателей на пропагируемыеэтими изданиями идеалы и модели поведения современной женщины, что обеспечивает должное восприятие идеологии этих изданий.

Ключевые слова: *женский журнал, дискурс, жанр, текст, стратегия, идеология.*

Kryzhanivska G. T. Discourse strategies of women's magazines: common sense and ideology.
Summary

Women's magazines are highly popular media products whose pleasures are hard to resist. They are increasingly the objects of linguistic analysis. Telling women who to be and what to know they function as 'manuals' of womanhood. In perpetuating their ideology they use the strategies of pseudo-intimate discourse and pseudo-scientific discourse. Built on a set of linguistic tools these strategies aim at constructing a commonly held view of the world, which establish the terrain for 'common sense' and a 'consensus' concerning the presented information and ensures the preferred reading of the ideology of what it means to be a woman.

The research is based on the analysis of texts of interview-monologue genre, endemic in women's magazines. Its aim is to show which textual devices of the genre are used to implement the above mentioned strategies.

The results reveal that by using personal pronoun I, a direct address of the reader (pronouns you, we, us, our), intimate vocabulary, emotional lexis, paralanguage, constructions peculiar to oral speech women's magazines imitate intimate private communication and construct a shared subjective reality that is taken for granted and does not have to be improved. Women's magazines imitate scientific discourse with the use of rigid structure of interview-monologue's texts, first-person narrative point of view, direct speech and quantifiers. By using these linguistic devices they construct and «legitimate» a certain vision of normal female image and behavior.

The presented analysis does not reflect all possible manifestations of the strategies of pseudo-intimate discourse and pseudo-scientific discourse. However, it makes possible to claim that these strategies intertwine on various levels of interview-monologue texts and ensure the preferred reading of the ideology of femaleness.

Due to the conducted research, it would also be interesting to make a research on other genres of women's magazines or men's magazines, trace possible similarities and differences. The results may be of great value to the field of media-linguistics and media-ecology.

Key words: *women's magazine, discourse, genre, text, strategy, ideology.*

УДК 81'37:811.161.2

Куравська Н. Ю.,
аспірант кафедри загального та германського мовознавства
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника
E-mail: natalianna@ukr.net

СЕМАНТИКА ПРОХІБІТИВА ТА ЗАСОБИ ЙОГО ВИРАЖЕННЯ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Стаття присвячена вивченню семантики прохібітива як засобу вираження волевиявлення. З'ясовано, що прохібітив є складним лінгвістичним явищем, виникнення якого пов'язане з необхідністю оформлення одного із видів модальних значень, зокрема значення заборони.Визначено, що прохібітив становить собою особливий тип волевиявлення, що реалізує семантику заборони сукупністю лексичних, морфологічних, синтаксичних і ритміко-інтонаційних засобів. У статті також виявлено й описано різнорівневі способи вираження прохібітива; показано специфіку української мови в семантико-граматичному сенсі.

Ключові слова*: прохібітив, прохібітивна семантика, прохібітивна модальність, прохібітивне висловлення, прохібітивне значення.*

Постановка проблеми. Проблема семантики прохібітива та засобів його вираження належить до дискусійних питань сучасного мовознавства. У науковій літературі не існує єдиної точки зору щодо сутності прохібітива, його категорійного статусу та засобів вираження.

У пропонованій статті здійснено аналіз висловлень із модальним значенням прохібітивності й визначено загальну парадигму засобів вираження прохібітивної семантики в сучасній українській мові.

Актуальність дослідження зумовлена доцільністю всебічного вивчення семантики прохібітива й опису особливостей функціонування засобів його вираження в художніх текстах сучасної української мови.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасному мовознавстві дослідження прохібітивної семантики репрезентовано працями таких науковців, як Л.В. Бережан, А. М. Вежбицька,В. В. Виноградов, О. П. Володін, Г. Г. Дрінко, С. В. Мясоєдова, О. В. Нарушевич-Васильєва,