

philosophical and historico-philological methods. "Philosophers" endeavor to communicate with classical texts instead of "archeologizing" them while "historico-philologists" claim for objectivity with analytical problematic approach. This conflict can be read in terms of «analytical – continental» opposition analyzed by Simon Critchley. According to Critchley, philosophy of "continental" type in Anglophone world gets a place among humanities and its methods cannot permeate into the strictly philosophical side. In Ukraine and Russia, philosophical classical studies are a part of humanities, but they still get a free access to "continental" approaches. Classical studies first appeared in the 19th century, thus both sides of the conflict have the same root in humanitarian knowledge of the ?poque. Therefore it is possible to apply to the problem the humanities classification by Alexander Afanasyev. He argues for dividing the whole of the humanities in two parts according to two types of rationality: on the "cold" side there are most analytical humanitarian sciences which use positivist-like methods, on the "hot" side there is a subjective-rational knowledge which cannot be fully scientific. It is impossible to locate philosophical classical studies on the "cold" side because they deal with philosophy and must consider tradition. Still the conflict might be solved by use of phenomenological type of approach in its connection to classical history philology.

Keywords: *classical studies, analytical tradition, continental tradition, historicism, types of rationality.*

References

1. Afanas'ev A. I. (2007) Sub'ektnaja racionalnost' gumanitarnogo znaniya [Subjective rationality of humanitarian knowledge]. *Aktual'ni problemi duhovnosti. Krivoj Rog*, # 8, pp. 151-161.
2. Ahutin A.V. (2007) Antichnie nachala filosofii [Antique origins of philosophy]. *SPb, Nauka*, 784 p.
3. Vol'f M. N. (2007) Problemnij podhod k issledovaniju drevnegrecheskoj filosofii [Problem approach to the study of classical philosophy]. *SCHOLA, Novosibirsk*, T. I, # 2, pp. 203-246.
4. Krichli S. (2008) Vstup do kontinental'noi filosofii [Continental Philosophy: An Introduction]. *Kiev, Stilos*, 152 p.
5. Chtenie filosofskogo teksta: materialy kruglogo stola (2007) [The reading of philosophical text: round table materials]. *SCHOLA, Novosibirsk*, T. I, # 2, pp. 276-298.
6. Shichalin Ju. A. (2000) Istorija antichnogo platonizma v institucional'nom aspekte [History of ancient Platonism in the institutional aspect]. *Moscow, Greko-latinskij kabinet Ju. A. Shichalina*, 439 p.

УДК 130.2+316.658

Наталія Рибка

ЛІНГВОКРЕАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПО СТВОРЕННЮ СУЧАСНИХ МИФІВ

В статті здійснюється дослідження особливостей сучасних мовних процесів на предмет визначення їх креативних та стереотипних складових. Акцентується увага на тому, що креативні властивості мови в умовах сучасності використовуються для створення елементів міфологічності, як проявів стереотипності, у різних сферах суспільної свідомості (реклама, політика та інші.)

Ключові слова: *креативність мови, лінгвокреативність, міфотворчість, сучасний міф, стереотип.*

В умовах заглиблення глобалізаційних процесів, пов'язаних із становленням інформаційної економіки, активізуються процеси взаємопроникнення культур, при цьому постають питання взаєморозуміння, загострюються мовні ситуації, виникають проблеми, що стосуються впливу форм мови та мовлення на сприйняття світу представниками різних лінгвокультурних груп. Все це надзвичайно ускладнює людську діяльність, потребує неформальних творчих підходів до їх вирішення.

Отже, особливу роль зараз здобувають дослідження креативних процесів як найбільш ефективних способів здійснення будь-якої діяльності. Успішний розвиток, як окремої людини, так і суспільства у цілому тепер не може здійснюватися без збагнення креативних складових найрізноманітніших соціальних феноменів. Важливими, тому, стають всі дослідження, що пояснюють підстави креативності мовної діяльності.

На сучасному етапі розвитку філософії була виділена тема взаємодії між креативністю мови й творчих здатностей людини. Розробка аспектів креативності мови здійснюється шляхом розробки проблем креативності особистості; креативності текстів, креативність у бізнесі, проблеми співвідношення креативності і інтелекту, розвитку методів навчання та стимулювання креативності. Серед фахівців, що вивчають креативність, творчість взагалі, важливо відзначити праці О. Л. Богатирьової, К. К. Жоля, А. А. Леонтьєва, О. Н. Овсяннікової, В. З. Панфілової, Е. Н. Ремчукової, А. А. Реформатського, Р. П. Трофімової, В. В. Фещенко, Р. Якобсона і інших.

Філософські та соціально-філософські дослідження креативності мови, принаймні, серед зазначених джерел, відсутні. При цьому необхідно відзначити, що у відповідних роботах, присвячених проблемам активності творчого впливу мови на людину або зачіпають її, термін «креативність мови» використовується вкрай рідко або не використовується взагалі. Дослідження представників класичної німецької філософії, вітчизняних

мислителів О. О. Потебні і А. Н. Веселовського, творців теорії «лінгвістичної відносності» Е. Сепіра й Б. Уорфа, проте, становлять стійкий базис для спеціального соціально-філософського дослідження, присвяченого різним проблемам креативності.

Досліджуючи лінгвокреативну діяльність слід підкреслити значущість такої її складової як міфотворчість. Сучасна міфотворчість генетично пов'язана з історичною динамікою суспільства та відбивається у стереотипізації свідомості.

Яницька О. М. [15], вивчаючи мовленнєві засоби вираження лінгвопрагматичних аспектів заголовків статей французького медійного дискурсу підкреслює, що у заголовках французького медійного дискурсу найбільш поширеною практикою є використання трансформованих кліше. Далі авторка позначає, що спираючись на культурні знання, оцінки та моделі реальності, що широко поширені у французькому суспільстві, використовуються форми національної ідентифікації, а отже, на кліше, стереотипи, що укорінені у свідомості.

Це пояснюється тим, що згідно з дослідженнями психолінгвістики [10], мовленнєва діяльність, як і будь-яка інша діяльність, здійснюється за допомогою операцій, доведення котрих до певного рівня автоматизму дозволяє оптимізувати діяльність. Саме ця динамічна система є операційним механізмом діяльності, та значною мірою визначає швидкість, автоматизм виконання будь-якого виду діяльності та мовленнєвої зокрема.

Метою даної статті є аналіз особливостей сучасних мовних процесів на предмет визначення їх креативних та стереотипних складових. В проявах творчості, креативності мови та мовленнєвих практиках сучасного суспільства, для якого іманентно властиві елементи міфологічності, як прояви стереотипності. Аналіз лінгвокреативної діяльності по створенню сучасних міфів дозволить виявити у ній наявність стереотипності та концептуалізувати протиріччя між творчим та стереотипним.

Нами вже було позначено [11], що у результаті постіндустріальної революції поступитья місцем багатоплановій людині, «людині творчій».

Загальна висока культура мислення та прояв індивідуальності в будь-якому різновиді діяльності – те, що вже характерно для сучасного суспільства, а в майбутньому глобальному інформаційному – стане ще більш актуальним.

До потенційних переваг глобального інформаційного суспільства можна віднести такі, що використання інформаційних технологій створює передумови для творчого розвитку людини. При цьому підсилюється роль і значення таких соціально значимих характеристик роботи, як інтелектуалізація й творчість. Ми можемо говорити про розширення присутності креативних елементів у трудовій діяльності.

Специфіка творчості складається з певної системи, що регламентує діяльність, і в створенні нових генеративних правил, у зміні (перетворенні й розширенні) концептуальних просторів мислення й діяльності суб'єкта, у побудові нових можливостей для суб'єкта і його культури. У креативній діяльності суб'єкт виходить за рамки заданої системи й змінює її; він не тільки комбінує задані правила, але й створює нові.

Крім того, творча діяльність в глобальному інформаційному суспільстві може розглядатися як шлях подолання психологічного тиску, надмірних стресів, навантажень і роботи, яка віднімає весь вільний час.

Тому, можна говорити про те, що у глобальному інформаційному суспільстві відбувається масовізація творчого різновиду діяльності. Однак значний творчий компонент у діяльності дозволить перебороти негативні психічні прояви інтенсифікації всіх компонентів життєдіяльності в глобальному інформаційному суспільстві.

Виходячи із того твердження, що історія розвитку мови тісно пов'язана з історією розвитку суспільства, та розуміючи, що розвиток мови показує участь слова в утворенні відносин особистості до природи, а мовний світ є посередником між світом зовнішніх явищ і внутрішнім світом людини можна стверджувати, що мовний світ змінюється зі зміною двох інших світів, тобто сучасні мовні процеси обумовлені посиленням креативності в людській діяльності. Тобто тенденція сучасного суспільства до лінгвокреативності, на тлі загальної демократизації мови, виникає внаслідок процесів демократизації суспільства.

В останні кілька десятиліть більш широке трактування терміна лінгвокреативність одержала подальше поширення у зв'язку з появою все більшої кількості міждисциплінарних досліджень, виникаючих на стику лінгвістики, когнітології, психології, нейробіології, прагматики, теорії комунікації та інших наук. З'ясовано [5], що мова, як частина пізнавальної діяльності людини, виступає як постійне й природне джерело творчості, а лінгвокреативність – частина щоденної мовної діяльності будь-якої людини.

В цьому аспекті, лінгвокреативний процес можна розглядати як наслідок змагання в кмітливості, ораторській вправності, дотепності. Навіть якщо мовець створює нові мовні форми чи одиниці сам і лише сам ними користується, він змагається, конкурує (але вже не з певною конкретною особою, а з існуючим лексичним або граматичним фондом мови). Постає питання: що переможе? догма, правило чи екстраординарне новаторство, яке врешті-решт претендує на те, щоб коли-небудь теж стати правилом (хоча така метаморфоза нейтралізує непересічність, креативну потужність нововведення). Зростає роль групової лінгвокреативності, як джерела нових рішень, деякі з цих нових рішень можна виробити лише працюючи в групі:

від дитячої гри, коли всі записують на аркуші речення, вибудовуючи одне абсурдне оповідання, до гумористичних творів, написаних кількома співавторами.

Мовна творчість проявляється у тому, що інновації, мовна гра і мовна рефлексія захоплюють нові комунікативні сфери (наприклад, рекламу, Інтернет, політику та інші), розширюючи мовний простір креативності.

Взагалі, активне вивчення явища мовної гри пов'язують із тим, що мовна гра вийшла за рамки художньої літератури й розмовного мовлення й стала широко поширена в рекламі, ЗМІ, мові політиків і юристів. У тлумаченні терміна мовна гра, більшість лінгвістів сходяться на тім, що мовна гра є різновидом лінгвокреативної діяльності, пов'язаною з навмисним порушенням мовних і мовленнєвих норм і спрямованою на досягнення певного ефекту. Дослідження креативного потенціалу мови припускає вихід за межі норми. У сучасній мові граматичні категорії мають більшу свободу функціонування, що відзначають багато дослідників [3].

У лінгвокреативній діяльності значну роль відіграє метафоратворчість, оскільки метафора займає одну із центральних позицій не тільки в художній літературі, але й у мові повсякденного спілкування. Метафора слугує сполучним елементом між вже відомою інформацією та новою, слугує своєрідним інструментом пізнання й структурування досвіду. У сучасних концепціях [5] підкреслюється творча здатність людської свідомості оперувати змішаними або гібридними ментальними сутностями, тобто метафоричність людського мислення, та присутність творчого початку в мовній діяльності кожного.

Міфу й мові властива та сама концептуальна форма – метафоричне мислення, метафора створює духовний зв'язок між мовою та міфом. Ось чому сьогодні великий інтерес для фахівців [2, 6, 8] становлять лінгвосоціотичні та лінгвокогнітивні особливості мовних одиниць на позначення феноменів міфологічного характеру.

Разом із тим, вивчаючи мовні конвенції, як здатність мови до нормування, О. К. Ірісханова [6] вбачає в них перешкоду в процесі творчості, що не дозволяє автору повною мірою виразити свою індивідуальність. Центральною проблемою дослідниці постає питання про те, які когнітивні механізми задіяні в актах лінгвотворчості і яким чином вони проявляють себе в конкретних мовних явищах. При цьому вона формулює положення про те, що будь-яка креативна діяльність, у тому числі і мовна, спирається на здатність людини творчо інтегрувати в нові ментальні конструкції різноманітні концептуальні сутності (концепти, фрейми, ментальні простори). Роль мовних виразів при цьому полягає в тому, щоб у ході реального спілкування забезпечити зростання творчих когнітивних процесів,

спрямованих на інтеграцію різноманітних і динамічних когнітивних структур.

Результати лінгво-філософського аналізу міфу, проведеного П. М. Баришніковим [2], дозволили з'ясувати, що існує внутрішній взаємозв'язок процесу створення метафор і міфотворчості; і такий взаємозв'язок належить когнітивним підстав мовної свідомості людини, тобто сформованою мовою концептуальною моделі світу. Метафора є невід'ємною частиною розумової діяльності, забезпечуючи екстраполяцію смислообразів і відтворюючи тим самим потребу в міфотворчій активності свідомості. Баришніков виявляє якісні відмінностей в архаїчному і сучасному типах міфотворчості. В архаїчних міфах, наповнених сакральних значенням, втілених у соціальних кодексах і вимагають ритуалістичні актуалізації, реалізується, насамперед, механізм динамічного зсуву і перенесення значень з одного рівня знань на інший. А в сучасному міфотворчості реалізується метафора як форма іносказання, насичена архетипними образами, і в силу цього володіє потужним ідеологічним потенціалом.

Загальні метафори-принципи лежать в основі архаїчного міфотворчості, а архаїчні міфологічні концепти проявляються в мовних метафорах, що лежать в основі багатьох сучасних міфів масової культури.

Отже, можна підкреслити той факт, що викликає активізацію та актуалізацію творчого в умовах глобального інформаційного суспільства, безумовно, конкуренція, як рушійна сила творчості. Багато міфів, що існують у сучасному інформаційному просторі, породжені меркантильним інтересом тих або інших фінансово-промислових груп.

Безумовно, політичні міфи найбільш потужні і впливові [14]. Вже відкрито заявляється, що політична міфологія є складовою сучасної політики, як постідеологічної форми маніпуляції суспільною свідомістю. Фахівці підкреслюють, що таке значне розширення символічного поля сучасної політики поки що не дозволяє скласти повний перелік заходів забезпечення від політичних маніпуляцій. Відбувається поширення міфологічних конструктів, експансія зовнішніх чи внутрішніх (національних) міфів, при цьому глобалізаційні, європейські, євразійські цінності продуктивно або контрпродуктивно взаємодіють з цінностями національних міфів. Виявлено тенденцію створення нової міфології, яка народжується внаслідок цілеспрямованих дій політиків, політичних технологів та несе в собі певну інформацію про минуле (використання архетипів), про майбутнє (національна мрія, надія), формуючи у суспільній свідомості хибні уявлення.

Вивчаючи феномен соціальної міфотворчості у сучасній рекламі М. І. Кабаліна [7] обґрунтовано відзначає, що фахівці з реклами активно використовують у своїй діяльності поняття колективне несвідоме, архетип,

як напластування людської психіки що лежить в основі міфів. Авторка підкреслює: сучасна реклама глибоко міфологічна. Механізми керування поведінкою споживачів містять у собі включення символів, архетипів і використання принципів міфологічної аргументації, психо-логіки й інших. Споживачі реклами виступають як об'єкт такого роду маніпуляцій. На свідомому рівні глядач реклами може бути впевненим у тім, що сам керує своєю поведінкою. Але, навіть якщо в момент демонстрації реклами споживач, на його думку, не звернув на неї увагу, елементи, спрямовані на підсвідоме сприйняття досягли своєї мети. Соціальна міфотворчість сучасної телевізійної реклами здатна як позитивно, так і негативно впливати на розвиток духовного життя особистості й суспільства. Позитивна спрямованість міфотворчості проявляється в створенні тільки такого рекламного продукту, що сприяє розвитку особистості й збагаченню соціального досвіду [7].

Сучасне науково-філософське розуміння стереотипу складається із таких елементів-характеристик як бінарність, суперечливість, стандартизованість, схематизм, символізм, емоційність, категоричність, стійкість та багато ін. Слід зазначити, що вищезгадані елементи учені шукають і знаходять у міфах. Міфологія всюдиусуца в тому розумінні, що її сліди можна спостерігати у всіх сферах сучасної культури. У міфології спостерігаються основні ознаки й властивості стереотипу, під яким у сучасній науці мається на увазі постійний, стійкий зразок, стандарт. Протягом багатьох тисячоріч історії міфологія, зберігшись сама по собі, також вплинула на весь наступний розвиток суспільної думки. Типово міфологічні ознаки дослідники спостерігають у казках, лицарських романах і ін. добутках літератури, мистецтва, у тому числі й у науковій думці, в області масової культури, пропаганди та багато іншого [4].

Оцінюючи соціально-гносеологічну природу сучасної міфотворчості Л. В. Харченко [13] акцентує увагу на тому, що взагалі немає жодної галузі в сфері людської діяльності, якої б не торкнулися міфотехнологи. А, оскільки сучасна міфотворчість є процесом, який відбувається на рівні впливу на масову свідомість шляхом нашарування на усталені міфологічні архетипи бажаних ідей з метою використання такого впливу з певними намірами, Харченко [13] вважає міфотворчість переважно негативним явищем, яке потребує врегулювання.

Отже, можна констатувати, що до особливостей сучасних мовних процесів відноситься їх креативність, що пов'язані із процесами інтелектуалізації та масовізації творчої діяльності. Акцентується увага на тому, що креативні властивості мови, в умовах сучасності,

використовуються для створення елементів міфологічності, як проявів стереотипності, у різних сферах суспільного життя (торгівля, реклама, Інтернет, політика та інші). Наслідком лінгвокреативної діяльності є створення сучасних міфів, а міфотворчість більшість дослідників вважають переважно негативним явищем, яке потребує врегулювання.

Список використаної літератури

1. Амельченков В. В. Философские проблемы креативности языка как общественного явления: автореферат дис. к. филос. н.– М., 2009.– 24 с.
2. Барышников П. Н. Миф и метафора: лингвофилософский подход.– Спб.: Алетейя, 2010.– 216 с.
3. Гридина Т. А. Языковая игра как лингвокреативная деятельность // Язык. Система. Личность. Языковая игра как лингвокреативная деятельность. Формирование языковой личности в онтогенезе.– Екатеринбург, 2002.– С. 26–27.
4. Иванова Е. А. Стереотип как феномен культуры: дис... к. филос. н.– М., 2000.– 172 с.
5. Ивашко Е. А. Теория гибридизации и проблемы лингвокреативности // Функционально-когнитивный анализ языковых единиц и его аппликативный потенциал: материалы I международной научной конференции 5-7 октября 2011г.– Барнаул: АлтГПА, 2012.– С. 148–149.
6. Ирисханова, О. К. О понятии лингвокреативности и ее роли в метаязыке лингвистических описаний // Когнитивные исследования языка Исследование познавательных процессов языке.– М.: Ин-т языкознания РАН; Тамб. университет им. Г. Р. Державина, 2009.– Вып. V.– С. 158–171.
7. Кабалина М. И. Социальное мифотворчество в современной российской рекламе: автореф. дис. канд. социол. н.– М., 2003.– 23 с.
8. Колесник О. С. Лінгвокреативний аспект міфологічного семіозису // Записки з романо-германської філології.– 2013.– Вип. 1.– С. 106–114.
9. Монастирська Г. Креативність як лінгвістичний феномен // Лінгвістичні студії.– Вип. 17.– Донецьк: ДонНУ, 2008.– С. 39–44.
10. Орап М. Н. Мовленнєва компетентність і мовленнєва діяльність сучасної молоді // Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації.– К.: Україна, 2010.– № 1.– С. 84–88.
11. Рибка Н. М. Творча діяльність в глобальному інформаційному просторі // Матеріали XV Міжнародної науково-прикладної конференції “Людина, культура, техніка в новому тисячолітті”, 22–23 квітня 2014 року.– Харків: Видавництво Національного аерокосмічного університету, 2014.– С. 18–19.
12. Савченко А. Л. Реальні лінгвістичні інновації у віртуальному світі // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство.– 2009.– Т. 17.– Вип. 15 (1).– С. 265–270.
13. Харченко Л. В. Соціально-гносеологічна природа сучасної міфотворчості: Дис. к. філос. н.– Львів, 2004.– 162 с.

14. Шайгородський Ю. Ж. Політика: взаємодія реальності і міфу.– К.: Знання України, 2009.– 400 с.
15. Яницька О. М. Мовленнєві засоби вираження лінгвопрагматичних аспектів заголовків статей французького медійного дискурсу (на прикладі друкованих видань) // Наукові записки Національного університету “Острозька академія”. Сер. Філологічна.– 2014.– Вип. 48.– С. 132–134.

Наталія Рыбка

ЛИНГВО-КРЕАТИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО СОЗДАНИЮ СОВРЕМЕННЫХ МИФОВ

В статье осуществляется исследование особенностей современных языковых процессов на предмет определения их креативных и стереотипных составляющих. Акцентируется внимание на том, что креативные свойства языка в условиях современности используются для создания элементов мифологичности, как проявлений стереотипности, в разных сферах общественного сознания (реклама, политика и др.)

Ключевые слова: креативность языка, лингвокреативность, мифотворчество, современный миф, стереотип.

Nataliia Rybka

LINGVO-CREATIVE ACTIVITIES ON THE CREATION OF MODERN MYTHS

Modern linguistic processes which determine their creative and stereotypical characteristics are discussed in the article. The creative properties of language in modern conditions are used to create mythological elements.

Modern scientific and philosophical understanding of stereotype consists of items such as binary-performance, inconsistency, standardization of schematism, symbolism, emotion, flatness, stability and many others. It should be noticed that the reason for the above mentioned elements, scientists see in mythology. That is why we can be regarded as a manifestation of stereotyping of social consciousness, the presence of a large number of myths in various areas of public life (trade, advertising, internet, politics, etc.).

Thus, we can say that what is called the «lingvo-creative» activity, is actually the process of intellectualization of human activity and masses, its transition into the creative activities.

The result of lingvo-creative activity is the creation of modern myths. Most researchers basically believe that it is a negative phenomenon that requires regulation.

Keywords: creativity, language, lingvo-creative activities, myth-making, a modern myth, stereotype.

References

1. Amelchenkov V. V. (2009) Filosofskie problemyi kreativnosti yazyika kak obschestvennogo yavleniya [Philosophical problems of the creativity of language as a social phenomenon], avtoreferat dissertatsii k. filos. n., Moscow, 24 p.
2. Baryishnikov P. N. (2010) Mif i metafora: lingvofilosofskiy podhod [Myth and Metaphor: Linguistic-philosophical approach], Sankt-Peterburg, Aleteyya, 216 p.
3. Gridina T. A. (2002) Yazykovaya igra kak lingvokreativnaya deyatelnost [Language game as a linguistic and creative activities], Yazyik. Sistema. Lichnost. Yazykovaya igra kak lingvokreativnaya deyatelnost. Formirovanie yazykovoy lichnosti v ontogeneze, Ekaterinburg, pp. 26–27.
4. Ivanova E. A. (2000) Stereotip kak fenomen kulturyi [Stereotype as a cultural phenomenon]: dis... k. filos. n., Moscow, 172 p.
5. Ivashko E. A. (2012) Teoriya gibridizatsii i problemyi lingvokreativnosti [The theory of hybridization and problems lingvo-creativity], Funktsionalno-kognitivnyiy analiz yazyikovyyih edinit i ego aplikativnyiy potentsial: materialy I mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii 5–7 oktyabrya 2011 g., Barnaul, AltGPA, pp. 148–149.
6. Irishanova, O. K. (2009) O ponyatii lingvokreativnosti i ee roli v metazyazyke lingvisticheskikh opisaniy [On the concept of lingvo-creativity and its role in the meta-language linguistic descriptions], Kognitivnyie issledovaniya yazyika Issledovanie poznavatelnyih protsessov yazyike, Moscow, In-t yazyikoznaniya RAN; Tamb. universitet im. G. R. Derzhavina, Vyp. V. pp. 158–171.
7. Kabalina M. I. (2003) Sotsialnoe mifotvorchestvo v sovremennoy rossiyskoy reklame [Social mythology in modern Russian advertising]: avtoref. dis. k. sotsiol. n., Moscow, 23 p.
8. Kolyesnyk O. C. (2013) Lihvokreatyvnyy aspekt mifolohichnoho semiozysu [Lingvo-creativity aspect of the mythological semiozysu], Zapysky z romanohermans'koyi filolohiyi, Vyp. 1, pp. 106–114.
9. Monastyrets'ka H. (2008) Kreatyvnist' yak lihvistychnyy fenomen [Creativity as a linguistic phenomenon], Lihvistychni studiyi, Vyp. 17, Donets'k, DonNU, pp. 39–44.
10. Orap M. N. (2010) Movlennyeva kompetentnist' i movlennyeva diyal'nist' suchasnoyi molodi [Speech competence and speech activity of today's youth], Osvita rehionu. Politolohiya. Psykholohiya. Komunikatsiyi, Kyiv, Ukrayina, '1, pp. 84–88.

11. Rybka N. M. (2014) Tvorcha diyal'nist' v hlobal'nomu informatsiyomu prostori [Creative activity in the global information space], *Materialy KhV Mizhnarodnoyi naukovy-pryktychnoyi konferentsiyi "Lyudyna, kul"tura, tekhnika v novomu tysyacholitti"*, 22–23 kvitnya 2014 roku, Kharkiv, Vydavnytstvo Natsional'noho aerokosmichnoho universytetu, pp. 18–19.
12. Savchenko A. L. (2009) Real'ni linhvistychni innovatsiyi u virtual'nomu sviti [The real linguistic innovations in the virtual world], *Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. Seriya: Movoznavstvo*. t. 17, vyp. 15 (1), pp. 265–270.
13. Kharchenko L. V. (2004) Sotsial'no-hnoseolohichna pryroda suchasnoyi mifotvorchosti [Socio-epistemological nature of modern myth]: Dys. k. filos. n.. L'viv, 162 p.
14. Shayhorods'ky Yu. Zh. (2009) Polityka: vzayemodiya real'nosti i mifu [Politics: the interaction of reality and myth], *Kyiv, Znannya Ukrainy*, 400 p.
15. Yanyts'ka O. M. (2014) Movlennyevi zasoby vyrazhennya linhvoprahmatychnykh aspektiv zaholovkiv statey frantsuz'koho mediynoho dyskursu (na prykladi drukovanykh vydan') [Speech means of expressing linguistic-pragmatic aspects of edits French media discourse (for example, publications)], *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu "Ostroz"ka akademiy"*, seriya *Filolohichna*, Vyp. 48, pp. 132–134.

УДК 101:811.111

Ирина Янушевич

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК КАК ВЫРАЗИТЕЛЬНОЕ СРЕДСТВО РЕФЛЕКСИИ В ФИЛОСОФСКОМ ДИСКУРСЕ

Различия в философских дискурсивных стратегиях отражаются на особенностях философских текстов, анализ которых нуждается в разнообразных подходах, в том числе в лингвистическом подходе. Однако лингвистическая философия сталкивается с проблемой «несовершенства» естественного языка как адекватного средства философской рефлексии. В статье было показано, что английский язык для этих целей располагает наиболее оптимальными ресурсами.

Ключевые слова: философский дискурс, язык философии, средства философской рефлексии.

Философское знание многолико и многомерно. Оно реализуется в тексты, порой несопоставимые друг с другом, но всякий раз подлинно философский текст отрицает сам себя. Его задача – запустить, усилить механизм сомнения, философской рефлексии. Трудности понимания философских текстов нередко связаны с тем, что в них перекрещиваются, накладываются и отрицают друг друга различные виды дискурсивных стратегий. Развиваясь в известном смысле автономно, каждый дискурс отдельной философии одновременно является составляющей частью интеллектуального пространства англоязычной философии. Из этого можно предположить существование общих дискурсивных параметров ряда англоязычных философских текстов, а также по-новому взглянуть на проблему современного философского языка.

По поводу необходимости создания особого философского языка, свободного от повседневности, в аналитической философии была развернута целая дискуссия. При этом одни её представители предлагали заменять менее ясные языковые выражения более чёткими и понятными (Дж. Мур), другие – вообще «перевести» на искусственный язык выражения естественного языка с целью прояснения логической структуры последнего и лежащих в его основе онтологических допущений (З. Карнап, Н. Гудмен, В. Куайн), третьи следовали традиции прагмалингвистического анализа позднего Л. Витгенштейна, т.е. выявляли способы употребления языковых выражений, вскрывали источники «сбоев» в работе языка – основной причины философских дилемм (Г. Райл, П. Стросон). Однако признавая «несовершенство» естественного языка как инструмента философской рефлексии, логическая философия так и не смогла создать исключительно логизированный метаязык философии.

Есть основания предполагать, что именно английский язык философии является определённым исключением среди других естественных языков. Язык