

УДК 82.02

**Ольга ПИТЮР**

## **МЕТОДОЛОГІЯ ЗДІЙСНЕННЯ КОМУНІКАЦІЇ У БАРОКОВОМУ ТЕКСТІ**

У статті окреслюються теоретичні погляди на проблему здійснення комунікації у тексті, визначаються комунікативні рівні барокового тексту на прикладі збірки оповідань про чудеса Богородиці.

**Ключові слова:** комунікація, код, бароко, Богородиця.

Сучасні здобутки у сфері аналізу та методики дослідження художнього тексту актуалізують проблему «трактування твору як висловлювання, значимого на тлі інших різновидів суспільного дискурсу, прилученого до діалогу з ними, увиразненого в процесі інтеракції» [9, с. 272]. Так знімається проблема художності чи не художності літератури, що виникала під час аналізу давніх текстів, особливо релігійної тематики.

Теорія літературної комунікації бере за зразок картину спілкування, створену мовознавством та історією інформації. Кожне мовне висловлювання передбачає відношення адресат-адресант, тобто комунікативну ситуацію. Умовою розуміння висловлювання є опанування його коду. Додатковим чинником є прагматичне тло висловлювання, котре реально сполучає два об'єкти мовної комунікації. Читач, аби зрозуміти літературу, має опанувати коди «понад мовні». Літературна комунікація здійснюється в мові, не тотожній мові звичайній, в мові літературних норм певної епохи, напрямку, літературної культури [9, с. 264]. За свідченням І. Ісіченка, «текст інтегрує в собі складну й загадкову світобудову та проектується на довколишній світ, передбачаючи коди позатекстові» [6, с. 31].

На сучасному етапі комунікативний підхід до аналізу барокового тексту дозволяє виявити код-ключ, за допомогою якого можна зрозуміти прихований, містичний зміст тексту. Зофія Мітосек також наголошує на сучасній тенденції семіотичного аналізу, коли об'єктом вивчення стали конкретні прочитання, зауважено перманентний процес зміни сенсу твору в залежності від часу доби та обставин читання, відсутність відповідності між

«кодами надання» й «кодами читання». Тому актуальними є дослідження комунікативної природи барокового тексту для розкриття прихованого змісту тексту, що «виявляється шляхом аналізу стилетворчих кодів» [6, с. 31].

Проблему комунікативного підходу у дослідженні літературного тексту досліджував ряд науковців. Зокрема І.П. Ільїн наголошує, що «комунікативний підхід займає проміжне місце між структуралізмом і рецептивною естетикою» [5, с. 126]. Автор визначає таку комунікативну природу твору:

- наявність комунікативного ланцюга, яка включає відправника інформації (комуніката) – автора, самого комуніката (літературний текст) і отримувача інформації (читача);

- знаковий характер комуніката, який передбачає попереднє кодування знаків тексту відправником і їх декодування отримувачем;

- система обумовленості застосування знаків [5, с. 126].

Комунікативний підхід до вивчення літератури реалізується через аналіз рівнів здійснення комунікації [5, с. 130]. Хеннелоне Лінк визначає автора і читача як два полюси комунікації, що з'являються на різних рівнях. На позатекстовому рівні вони виступають як емпіричні та історичні особи. Таким чином формується перший внутрішньотекстовий рівень, де знаходиться теоретичний конструкт абстрактного і імпліцитного автора. Він виступає точкою інтеграції усіх оповідних форм і прийомів, використаних у тексті, тією свідомістю, у якій усі елементи тексту мають смислове навантаження. На другому полюсі у такого автора перебуває абстрактний читач, який розуміє авторські стратегії [5, с. 130]. Другий внутрішньо текстовий рівень, який ієрархічно залежний від першого, це фіктивна комунікативна ситуація (бесіда), де зустрічаються автор і читач. Тут варто наголосити на специфіці барокових текстів, які є «відкритими, вони вимагають тлумачення з використанням досвіду з позатекстових середовищ. Рациональне продовження висловленого у творі, обмірковування твору, його тлумачення – необмінний ореол тексту» [6, с. 30].

Цю структуру можна проаналізувати на прикладі Богородичних оповідань, зокрема збірки оповідань «Гора Почаївська» (1793). Образ Богородиці у художній структурі таких

оповідань являється сюжетоорганізуючим фокусом у творі. Абстрактний образ Діви утілений в іконі, яка здійснює чудеса.

Застосуємо теорію французьких теоретиків семіотичного аналізу (Женетт і М.Баль), які окреслили проблему словесної реалізації зорового образу [5, с. 150-151]. Відтворення візуальної частини оповіді – феномену світу художнього твору, другої реальності, що створюється уявою реципієнта. На твердженням науковців, існує цілий ряд елементів цього світу, що є утвореннями межового типу між чуттєво-наочним образом і поняттям, що апелює до інтелекту, що його властивості охопити конкретну і загальну природу явища. За допомогою концепції фокалізації Женетт і Баль намагаються словесно зафіксувати візуальні уявлення, що створені текстом. Візуальні ефекти виникають у автора і читача, у тексті є лише знаки, що відповідно програмують роботу нашої уяви. Це численний плач ікони в результаті її пошкодження стрілою чи мечем (татар) або через «людські відчуття» Божої Матері, зокрема сум, співчуття, злість. Вода як елемент «плачу» є неодмінним атрибутом Богородиці. Теоретичний концепт фокалізації дозволило Балю виділити рівні структури комунікації у тексті:

1. Оповідний текст;
2. Розповідь.
3. Історія.

Кожному рівню відповідає свій вид діяльності, що дозволяє перетворити один рівень на інший.

Історія утворюється із серії подій, розташованих у хронологічній послідовності (цей принцип зберігається у богородичних оповіданнях «Гора Почаївська», у часовій протяжності, знаходженні у місті, де вони відбуваються і взаємодіють із акторами, які їх породжують. Таким чином історія перетворюється у текст через вербалізацію, яка є умовою семіотичного функціонування тексту, без якого неможливо пізнати історію.

Оповідач є відправником знаку-розповіді, в середині якого передається знак-історія. Семіотичний аналіз акта комунікації закінчується на рівні розповіді. В середині знака-історії відбувається нова комунікація. Актори комунікують між собою через посередництво вербальних і невербальних знаків. Якщо вони

комунікують між собою через посередництво вербальних знаків, то вони можуть утворювати новий текст. За Балем, думка автора або ідеологічна функція оповідача регламентується фокалізатором, а не оповідачем. Таким чином у богородичних оповіданнях «локалізатором» оповіді виступає Богородиця, які здійснює чуттєвий вплив на людей через свій візуальний образ та численні чудеса, описані автором.

Комунікативні рівні барокового тексту реалізуються за принципом реальний автор – імпліцитний автор – нарратор і дзеркально – наррататор – імпліцитний читач – реальний читач.

Імпліцитний автор у тексті «Гора Почаївська» реалізується через особу оповідача, який є сприймачем історій про «чудеса Богородиці» – нарратор – оповідач, який через бесіду і комунікацію із «проміжним оповідачем» формує новий комунікат – текст, у центрі якого найбільш фокусується візуальний образ Богородиці, що реалізується через вербальні знаки оповіді та історії. Історія у контексті комунікативного акту у бароковому тексті є джерелом не лише знань про минуле, а й як потужне джерело естетичної насолоди («розваги і втіхи») [13, с. 346]. Відповідно до риторичних постулатів Теофана Прокоповича, мета історії – виховувати на прикладах, «щоб ми з чужих прикладів як із власного досвіду, знали, що слід робити, а чого слід уникати» і тут актуалізується наступний рівень комунікації, що ставить перед собою виховну дидактичну мету у бароковому тексті – бесіда із епохою, залучення історичних правдивих джерел, а також Біблії як єдиного авторитета у релігійному світі актуалізують культурне полотно тексту, який читач також має прочитати на відповідному рівні комунікації. Наприклад, у оповідях про чудеса Богородиці зцілення прокажених, чуда над хворими, над мертвими актуалізують біблійну інтертекстуальність, створюючи виразну алюзію на Ісуса Христа, який також здійснював подібні чудеса та діяння.

Зазначимо, що у бароковому тексті, за твердженням науковців, роль уяви, до якої апелює імпліцитний автор, дуже велика. Уява апелювала до емоцій, що актуалізували рівні сприйняття художнього тексту. Саме настанови на раціональність чи емоціональність визначало всю риторичну механіку конкретного акту творіння. Від них залежить і винахід, і розташування, і

аргументація, і виклад [13, с. 339]. У богородичних оповіданнях таким вихідним пунктом являється ікона на горі.

Можливість здійснення комунікативного аналізу тексту обумовлюється тим, що «як тільки має місце апеляція до уяви читача, то відразу виникає проблема комунікативності літератури» [5, с. 127]. Так мова йде про отримання і розшифрування сигналів, які і вмикають механізми уяви, а отже здійснюють комунікацію [5, с. 130].

За теорією А.Ж. Греймаса, комунікація являється дією. У межах універсуму, на основі якого вона реалізує свої дії, комунікація кожного разу вибирає одне значення і відкидає інші [4, с. 50]. Свобода формулювання і здійснення комунікативного висловлювання аргументується часовими, видовими та моральними категоріями. Саме у середині цих морфо-семантичних категорій відбувається семний вибір, який обумовлює семантичний зміст висловлювання.

Бароковий текст відзначається ознаками, які слід врахувати при досягненні комунікативної мети:

- творцями літератури здебільшого були релігійні особи;
- традиційний духовний зміст знаходив вираження у новій художній мові, стиль бароко у цьому аспекті зберігає інваріантні риси й інтенції художньої мови європейського бароко: ускладнену метафоричність і символіку, контрасти й антиномії, риторичні фігури, емблематику, оксюморони;
- значна роль Бога, Ісуса Христа, Богородиці у житті барокової людини, чудо як невід'ємний атрибут життя;
- особливе трактування часово-просторової структури художнього тексту.

Варто наголосити на субстанціональній теорії тексту, яка передбачає сприйняття тексту як чогось даного, як одкровення, яке може існувати виключно у своїй завершеній формі. Такого тезису дотримувалися і Отці церкви, зокрема Василій Великий, устав та учення якого лягли в основу робіт отців-василіян, які актуалізували богородичні оповідання у своїй творчості. У такому тексті істинність тексту перевіряється його численними сприйняттями, а не порівнянням із іншими текстами [12, с. 220]. Так написане слово перебувало у найбільш тісному зв'язку із його творцем—Богом. Так

релігійний твір отців-василіян не передбачав критичного осмислення і аналізу його читачами, а був спрямований на найбільш близький контакт і вірянами, що полягав у зверненні до Богородиці через молитву (словесну або безсловесну) або навчав системі звернення читача до Богородиці через читання богоугодних книг, як це трапилося із стражденним чоловіком, який зміг вилікуватися через пам'ять про книгу про чудеса Богородиці, яку читав нещодавно.

Рівні здійснення комунікативного зв'язку визначаємо, спираючись на тезу білоруської дослідниці Любов Левшун, яка аргументує почуттєво-тілесну іпостась людини через три основні властивості душі, а саме: відчуття, розумне споглядання та та духовне буття. В останньому, зокрема відбувається «повна зупинка подальшого розвитку формально-логічного мислення в тому, що стосується першопричини» [7, с. 105], що передбачає «переключення майже усієї психологічної енергії пізнавальної функції людського розуму у сферу емоційно-естетичного и художнього споглядання, до споглядання в образах «бачити сердечними очима». Так, кожен із способів людського буття актуалізує свій тип бачення і здійснення комунікації. Наприклад, останній тип (духовне буття) звертає увагу на споглядальний аспект, який є основним, комунікативність тут реалізується не вербально, а візуально. Бачити сердечними очима і промовляти безсловесною молитвою.

Наголосимо на тезі «сердечні очі», які вказують на важливість серця людини, як одного із центрів розуміння людиною навколишньої дійсності. С. Н. Азбелев проводить паралелі і визначає, що «як у Троїці первинним є Бог, який послав Святий Дух на Сина, так і у людини головує розум – духовна сутність, яка керується словом і духом. Через те, що душа перебуває у серці, то і розум перебуває також у ньому» [12, с. 192]. Так мовне повідомлення варто розглядати і по відношенню до адресата, адже вивчення того, як повідомлення сприймається адресатом або того, як М. Ріффатер називає «враженням», яке повідомлення створює в умі адресата, є передумовою теорії, яка описує природу і функції стилю, зокрема барокового [8, с. 169].

Символічність знаків у бароковому творі, який оповідає про чудеса Богородиці, звертає увагу на необхідність відчитування

окремих повторюваних знаків у творі, одним із яких є поклон, зокрема перед іконою Почаївської Богородиці. У феодальному суспільстві глибина поклону і його форма визначалася соціальним статусом. Поклон, який був максимально глибоким і наближеним до землі, виражав найвищий рівень пошани до того, кому його було адресовано. У книзі «Гора Почаївська» поклон віруючих підкреслюється неодноразово, зокрема у таких висловлюваннях: «Іван, різьбяр по дереву, прийшов у обитель Почаївську **поклонитися** чудотворній Іконі чудотворній Пречистої Діви Богородиці» [2, арк. 23]. Неодноразово хворі тілом та душею зверталися до Богородиці із слізним проханням допомогти і зцілити, навізаєм обіцяючи прийти і **поклонитися** чудотворному образу. Наприклад, матір Лукіана, якого мучив біс цілий рік, пообіцяла «...піти з ним **поклонитися** Образу чудотворному Пречистої Діви Богородиці Почаївському» [2, арк. 28]. Такі свідчення є численними у збірці чудесних діянь Богородиці і визначають поклон як один із неодмінних атрибутів здійснення діалогу та виконання прохання до Богородиці. Так реалізується так звана етикетна комунікація, яка покликана контролювати належне виконання обіцянки паломниками та констатувати їх цілковиту відданість Богородиці.

Трактування твору мистецтва як глобального знаку пов'язане із введенням його в певні комунікативні процеси, з прилученням до системи, яка утворює його цінність як знаку в контексті інших знаків і дає змогу збагнути силу власної співвідносності (коду) [9, с. 254].

Комунікативний підхід до вивчення літератури є визначенням рівнів здійснення

комунікації у бароковому тексті і здійснюється через організуючий цент Почаївського василіанського монастиря, у якому зберігається чудотворна ікона Богородиці. К. С. Сарингулян визначає ритуал як знакове утворення і спосіб комунікації [11, с. 64]. Прикладами ідентифікації ритуального знаку (різних речових, мімічних, фонетичних та інших фізичних реалій ритуальної поведінки і символізуючого ним об'єкта (значення) може слугувати іконопочитання у християнстві [11, с. 66]. Це актуалізує одну із комунікативних функцій у художньому творі отців-василіян. «В. Великий, Г. Ниський, І. Дамаскін... розглядали мову як

найважливіший атрибут людини, приділяючи велику увагу комунікативній і пізнавальній функціям мови, зв'язку мови з мисленням, сутності мовного знака, походження мови й множинності мов» [12, с. 54]. Обов'язковою є опора на непорушний авторитет Писання, у світлі якого відбувалося освоєння заново (а разом із тим переосмислення) досягнень античної культури та філософської думки. Сутність людини в тексті бачилася в єдності «тіла» й «душі», а сутність мови – у єдності «тілесних звуків і значень». Функції мови визначаються через їх призначення відкривати іншій людині свої думки, учити інших і запам'ятовувати щось у своїй пам'яті.

У бароковому тексті свобода здійснення комунікації обмежена вимогами, які висуває риторика до організації макро- і мікрокомпозиції текстового матеріалу, зокрема троїстого членування матерії та організації у трьох основних композиційних вузлах твору: «екзордіумі» (вступі), «наррації» (розповіді) та «конклюдії» (висновку). Використовуючи у основі свого твору мотиви, сюжети та образи (зокрема образ Богородиці), які освячений традицією, письменник дбає про беззаперечний авторитет сказаного. Крім цього автор богородичних оповідань залучає у структуру твору також інших авторів-оповідачів – це людей різних суспільних рангів і соціально-психологічних типів, що здійснюють додаткову комунікацію – оповідь про діяння, звершені над ними Богородицею. Вони виступають своєрідними акторами у тексті, які в результаті дистрибуції (за соціальним станом, віковою зміною) трансформуються у персонажі, яких досить велика кількість.

Ікона Богородиця, яку споглядають паломники, актуалізує комунікативний код молитви словесної або безсловесної, яка передбачає усталену структуру із найменуванням адресата, зокрема Богородиці, що має різні семантичні відтінки. Так можна застосувати метод, запропонований С. Фішером, як «аналіз реакції, що розвивається у читача на слова, враховуючи те, як вони розташовані один за одним у часі» [12, с. 171]. Тут варто наголосити на повторюваності стратегій поведінки кожного із оповідачів у збірці чудес «Гора Почаївська», що створює ефект замкненості. Крім цього повторюваність дій, у тому числі комунікативних (звернення до Богородиці через словесну або



безсловесну молитву, звернення до зорового образу через посередництво сліз, страждань, смерті, яка може тривати декілька годин). Такий процес спілкування, що має подібну формулу, сприяє деформує часово-просторової структуру тексту. Зауважимо тезу білоруської дослідниці Любові Левшун, яка зазначає, що час у християнській культурі не рухається по колу (в літургічному циклі) або по прямій (від створення світу до страшного суду), але він є таким, що поступово стає тоншим і таким чином зникає межа між створеним і його творцем, тобто між Богом (святим) і звичайною людиною. Густина часу визначається частотністю повторень певний дій: перевтілень і подій відкриттів, які наближають барокову людину до творця [7, с. 339].

Комунікативний акт Богородиці із неписьменними віруючими відбувається через іконічний образ через систему тілесних та розумових почувань, про що не раз зазначає автор-компілятор свідчень паломників, які здійснили похід-подяку на Почаївську гору за здійснене чудесне благословення і лікування Богородиці. Ікона, зорієнтована на візантійський канон, містила в собі містичне як «неподібну подібність» – такий собі деформований, переломлений через призму світ [11, с. 87]. Така позиція змушує звернути увагу на ще один аспект здійснення комунікації через вплив розуму, ума на серце, на чому неодноразово наголошується у збірці. У такому контексті зв'язком між зовнішнім та внутрішнім виступає молитва, яка «є активною концентрацією ума словом, є діалогічною формою концентрації, коли посередником між людиною і вищою силою є сила слова [6, с. 81]. Так основними категоріями, за допомогою яких відбувається діалог Богородиці із бароковою людиною, є слово. Через зорове сприйняття образу Богородиці, молитовну практику зовнішньої або внутрішньої молитви віруючий здійснюється спілкування із Богородицею.

Релігійний паломницький текст має ознаки психологізму, сприяє самозаглибленню людини через посередництво зовнішньої та внутрішньої молитов. З огляду на це не можемо обминути увагою роль серця, ума й розуму у здійсненні такого спілкування. «Поєднання людського вогню із вогнем божественним відбувається у серці при молитовній потенції ума. Молитва ума в серці пробуджує латентну духовну активність серця» [6, с. 88]. Ум виступає наставником, допомагає здійснити правильний вибір.

Наприклад, під час хвороби (зламана нога), «у цьому тяжкому випадку звернувся **умом** до цієї Чудотворної Матері Милосердя» [3, с. 172].

Поняття розумної молитви, яку позиціонує грецька латинська традиція, що має в своїй основі афонське ісихастичне вчення, яке закликало до безмовної розумної дії. Відбувалося встановлення взаємозв'язку із Богом через посередництво Богородиці за допомогою молитви серця і розуму. Таку молитву розумом і серцем бачимо у таких варіантах художнього тексту: «Пані Свішевська бабка отрочати цього, співчуваючи **серцем**, так почала глаголити зі словами...» [3, с. 13] або «від **серця** теплі проливаючи сльози» [3, с. 17] або «**серцем** припадаю до тебе, Мати Божа» [3, с. 17]. Прикладом безсловесної молитви, яка позиціонується василіанами, є молитва розумом, наприклад: «згадавав собі Матер Божу, в Іконі Почаївській Чудотворній, як чудеса від книжиці печаної перед цим прочитував, звернувся тоді усім серцем до неї, **не так вустами, як умом мовлячи...**» [3, с. 156]. Характерно, що часто людина через хворобу не могла вимовити слова – у такому випадку про здійснення зовнішньої молитви не йшлося. Прикладом може бути зцілення Аданасія Назаревича: «На цю хворобу недугуючи, котрий як мертвий лежав, до цього часу нічого сказати не міг, раптово сказав: вручаюся усім **серцем...**» [3, с. 162].

Не менш важливу роль у здійсненні діалогу із Богородицею відіграла зорова пам'ять, яка допомагала у години лихоліття чи хвороби пригадати чудотворний образ на горі Почаївській, наприклад: «...і хоча ніколи попередньо у Почасві не був, але завжди його **в умі та пам'яті** уявляв» [3, с. 157]. Після такої медитації і самозаглиблення віруючий отримував зцілення від Пресвятої.

Молитовний акт паломників актуалізує увагу до словесного вираження думки. Так О. Фрейденберг зазначає, що слово вимовляється не ізольовано, а в супроводі сміху або плачу, жесту та модуляцій голосу [13, с. 123]. Саме звук (крик, поєднання декількох голосних звуків) має особливий символічний зміст, що є тим засобом, який повертає людину із темного світу мовчання, царства смерті і через сонце Богородиці так повертається до світу живих. Тимчасова смертельна небезпека (неможливість промовити

слова, втрата свідомості, одержимість бісами) викликала тимчасову німоту, коли ж хворий кричав, промовляв звук або звертався із благальною молитвою до Богородиці, тоді він і отримував шанс на спасіння й повернення до світу живих.

Наголосимо на внутрішній формі слова, яка актуалізується у процесі визначення семантичних відтінків Богородиці та актуалізує асоціативні зв'язки, які має слово, якщо воно мовиться у релігійному сенсі. Саме асоціації лежать в основі появи випадкових, вторинних значень слів при багатозначності. За твердженням Л. А. Климкової, слово у мові являється сигналом певного зв'язку з тим чи іншим асоціатором. У ньому від часового початку закладена можливість асоціативного зближення з іншими одиницями мови та наявні передумови до такого зближення. Властивість слова викликати в уяві людини ті чи інші образи складає асоціативну потенцію слова. Перш за все це власне ім'я, яке викликає асоціації у носіїв мови, у тексті ми спостерігаємо цей феномен на таких моделях, епітетах до власного імені Богородиці, як: явна, славна, пречиста, заступниця, врачевниця, цариця, лікарка, утішителька, джерело зцілення, заступниця. Богородиця отримує ряд додаткових означників, які побудовані на посиленні другорядних компонентів значення. Так актуалізується смисл у кожному конкретному випадку: зцілити, вилікувати, допомогти, виступити об'єктом для поклоніння. Експліцитні асоціації є близькими до нашого уявлення Богородиці, яка в українській традиції перш за все виконує функції покрови, захисниця.

Перспективними, на нашу думку, будуть інтердисциплінарні дослідження, які актуалізують комунікативні коди творів, що перебувають на межі різних видів мистецтва: візуального, слухового та інших. Визначення первинності того чи іншого виду мистецтва, спільних точок зору на перехресті різних видів мистецтва, що актуалізують спільний фокус комунікативну мету.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антипролог: Збірник наукових праць, присвячених 60-річчю члена кореспондента НАН України Миколи Сулими. – К. : ВД «Стилос», 2007. – 479 с.
2. Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / За

ред. Марії Зубрицької. 2-е вид., доповнене. – Львів : Літопис, 2001. – 832 с.

3. Гора Почаевская . – Почаїв : Друкарня Успенського монастиря, 1793. – 99 арк. – 4°. с.

4. Греймас А. – Ж. Структурная семантика: Поиск метода \ Перевод с французского Л.Зиминой. – М. : Академический проект, 2004. – 368 с.

5. Ильин И.П. Теоретические аспекты коммуникативного изучения литературы (обзор) С. 126 – 162. / Семиотика. Коммуникация. Стыль. Сборник обзоров. М., 1983. – 204 с.

6. Ісиченко Ігор, Архієпископ. Історія української літератури : епоха Бароко (XVII-XVIII ст.). Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів – Львів : Святогорець, 2001. – 568 с.

7. Левшун И.В. О слове преображенном и слове преобразующем : теоретико-аналитический очерк истории восточнославянского книжного слова XV-XVII веков. / Л.В.Левшун. – Минск : Белорусская Православная Церковь, 2009. – 896 с.

8. Лузина Л.Г. Стилистические теории и коммуникация (обзор) \ Семиотика. Коммуникация. Стыль. М., 1983. – 204 с.

9. Мітосек Зофія. Теорії літературних досліджень / Переклав з польської Віктор Гуменюк, науковий редактор В.І.Іванюк. – Сімферополь : Таврія, 2005. – 408 с.

10. Повторева С. М. Структурний підхід – структуралізм – по структуралізм (еволюція методології та її поширення у гуманітарних студіях) : Монографія. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2010. – 336 с.

11. Семиотика и проблемы коммуникации: Сборник статей \ АН АрмССР, Ин-т философ. и права. – Отв. ред. С.Р. Вартазанян. – Ер. : Изд-во АН АрмССР, 1981. – 156 с.

12. Ужанков А.Н. О специфике развития русской литературы XI – первой трети XVIII века : Стадии и формации. – М.: Языки славянской культуры, 2009. – 264 с.

13. Українське бароко [Текст] / керівник проекту Д. Наливайко ; ред. кол. Д. Горбачов [та ін.]. – Х. : Акта, 2004. – (Бібліотека Державного фонду фундаментальних досліджень). Т. 1. - [Б. м.] : [б.в.], 2004. – 636 с.

О. ПИТЮР

### **МЕТОДОЛОГИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИИ В ТЕКСТЕ ЭПОХИ БАРОККО**

В статье рассматриваются теоретические взгляды на проблему реализации коммуникативного подхода в тексте, определяются уровни текста барокко на примере сборника чудес “Гора Почаевская”.

*Ключевые слова:* коммуникация, код, барокко, Богородица.

O. PYTUR

### **METHODOLOGY OF COMMUNICATION WITHIN BAROQUE TEXT**

This article provides theoretical study of textual communication issue, defines levels of a baroque text on the example of storybook about miracles of the Virgin Mary.

*Key words:* communication, code, baroque, Virgin Mary.

УДК 811.14'06' 38 – 115 (045)

**Олена ПЛОТНІКОВА,  
Вікторія ВЕРШИНІНА**

### **ФУНКЦІОНУВАННЯ ВЕРБАЛЬНОГО КОМПОНЕНТУ В ЖУРНАЛЬНОМУ РЕКЛАМНОМУ ТЕКСТІ ГЕНДЕРНОЇ СПРЯМОВАНОСТІ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ І НОВОГРЕЦЬКОЇ МОВ)**

Стаття передбачає розгляд вербального компоненту рекламних текстів гендерної спрямованості на матеріалі англійської та новогрецької мов. Дослідження вербального компоненту показує, що значна роль в оформленні рекламного тексту гендерної спрямованості відводиться саме стилістичним засобам виразності, які надають рекламному тексту яскравості та емоційності.

**Ключові слова:** вербальний компонент, стилістичний рівень, гендерна спрямованість, журнальний рекламний текст.

Реклама є найважливішим різновидом масової комунікації, вона міцно увійшла в життя сучасної людини. Рекламний текст,