

19. Leech G. Principles of Pragmatics / Geoffrey Leech. – London: Longman, 1983. – 250 p.
20. Mulholland J. Handbook of Persuasive Tactics: A Practical Language Guide / Joan Mullholland. – N.Y.: Routledge, 1994. – 402 p.
21. Pacheco F. Blood in My Coffee: The Life of the Fight Doctor / Ferdie Pacheco. – Champaign: Sports Publishing LLC, 2005 – 237 p.
22. Quirk R., Greenbaum S., Leech G., Svartvik J. A Comprehensive Grammar of the English Language / Randolph Quirk, Sidney Greenbaum, Geoffrey Leech, Jan Svartvik. – London: Longman, 1985. – 1779 p.
23. Rosenberg C. Choices. A Novel / Chava Rosenberg. – Israel: Feldheim Publishers, 2006 – 538 p.
24. Solaris: Science Fiction/Psychological Drama. – 20th Century Fox, 2002 / Director: Steven Soderbergh. Writers: Steven Soderbergh. Stars: George Clooney, Natascha McElhone, Viola Davis, Jeremy Davies.
25. Youth in Revolt: Comedy/Drama/Romance. – The Weinstein Company Dimension Films, 2009 / Director: Miguel Arteta. Writers: Gustin Nash (screenplay), C.D. Payne (novel). Stars: Michael Cera, Portia Doubleday, Jean Smart.

УДК 81'42 : 177.2

Марина Жовнір
(Полтава)**ПОЛІІНТЕНЦІЙНІСТЬ ЖАНРУ СВІТСЬКОЇ БЕСІДИ**

Статтю присвячено аналізу інтенційної парадигми комунікантів у світській бесіді. Автор описує основні цілі світської комунікації як один із аспектів, необхідних для аналізу мовного жанру світської бесіди.

Ключові слова: *дискурс, світський дискурс, мовний жанр, світська бесіда, інтенція.*

The article focuses on analysis of the intention paradigm of communicants in society conversation. The author describes main communicative intentions as one of the aspects relevant for analysis of the speech genre of society conversation.

Key words: *discourse, society discourse, speech genre, society conversation, intention.*

Актуальність обраної теми зумовлена орієнтацією сучасної лінгвістики на аналіз загальних законів та специфіки перебігу процесу спілкування залежно від різних умов комунікації. Дослідження функціонування мови передбачає урахування екстра- та інтралінгвальних факторів, серед яких не останню роль відведено аналізу інтенцій комунікантів. Основи дослідження, закладені у роботах Н. Грайса [12], Дж. Остіна [5], Дж. Серля [7], П. Стросона [14], розвинено та доопрацьовано у наукових доробках сучасних учених-лінгвістів Дж.Ф. Аллена [1], М.М. Бахтіна [2], Ф.С. Бацевича [3], Є.В. Ключова [4], Л.П. Паронян [10], Р. Перро [1], Н.І. Формановської [9], Т.В. Шмелевої [11], Д. Франк [13], Л.П. Чахоян [10] та ін.

Мета статті – аналіз поліінтенційної природи жанру світської бесіди як лінгвістичного феномена. Мета дослідження визначила необхідність розв'язання таких завдань:

- окреслення основних цілей світської комунікації;
- градація та аналіз цільових установок світських комунікантів.

Мовець, усвідомлюючи інтенцію спілкування, корегує власну вербальну та невербальну поведінку відповідно до очікуваних результатів. Саме цільова установка інтерактантів регулює специфіку ведення бесіди, окреслення темарію, добір фактів, організацію мовлення тощо. Апелюючи до робочої дефініції світської бесіди (далі – СБ) як "загальноприйнятої та ні до чого не зобов'язуючої розмови на загальні теми, головною метою якої є комфортне перебування співрозмовників" [8, с. 179] окреслити мету світського спілкування однозначно досить важко. Найперше, світська комунікація спрямована на встановлення, розвиток та підтримання вербального контакту. Незважаючи на те, що

мовлення не є самоціллю, провідна цільова установка учасників світських розмов може бути суто фатичною: *ініціація вербального контакту та його подальший розвиток*. Однак, така категоричність досить сумнівна: стрижнева мета проведення часу із співрозмовником, лишаючись із ним у вербальному контакті, доповнюється факультативними – інформування, розвага, зацікавлення тощо.

Світські, салонні, аристократичні розмови вимагають поверхневого обговорення питання й легкого, безконфліктного темарію. При цьому будь-яке світське товариство керується власною поведінкою відповідно до загальноновизнаних етикетних норм і правил. Спираючись на вищезазначене, можна спробувати виділити у якості можливої комунікативної мотивації *дотримання етикетних норм*, тобто спілкування "тут" і "зараз", бо цього вимагає комунікативна ситуація. Визначальним при цьому є факт того, що регулювання вербальної та невербальної поведінки учасників світських розмов відбувається через систему норм і канонів, узвичаєних для елітарних суспільних верств. Хід бесіди детермінується правилами гарного тону: відмова комуніканта (навіть висловлена у коректній формі) вступити у вербальний контакт із потенційним співрозмовником вважається виявом неабиякої неповаги.

Ритуальність не виключає успішності подальшого розгортання бесіди. Поступове наростання зацікавленості комунікативних партнерів, виявлення спільності інтересів стимулює розвиток спілкування. Первинна цільова фатична установка *"встановлення вербального контакту та його підтримання задля комунікації"* може модифікуватися. Навіть шаблонна фатика допускає елемент задоволення. Зауважене вище спонукає думати про можливість *отримання задоволення від спілкування, гедонізм* як інтенцію світської комунікації загалом.

Дослідниця Т. Шмелева з цього приводу нотує: "Мотивом висловлювання може стати естетичне переживання самої словесної форми. Певною мірою воно присутнє й у звичайному діалозі: образне мовлення, жарти та інше" [11, с. 45]. Учена виділяє ведення бесіди (у тому числі і світської) як спеціальну естетичну діяльність з метою отримання насолоди від спілкування. Подібні міркування знаходимо і в Я. Ритникової, яка характеризує бесіду як "часточку гуманітарної культури, процес мовотворення та приєднання індивіда до світу колективу", а також зауважує, що "даний жанр повсякденного спілкування формує установку на фатичне гедоністичне міжособистісне спілкування". СБ – це "елемент задоволення", "елемент концертної основи" [6, с. 56].

Як бачимо, можна виділити в якості окремого виду мотивації ведення СБ особливу *естетичну діяльність з метою самоствердження, задоволення та публічного вираження своїх думок*. Така мотивація, на нашу думку, реалізується на рівні прагматичної мети – *отримати від спілкування естетичну насолоду і подарувати естетичне задоволення співрозмовнику*. Так, доволі часто на світських прийомах, вечірках чи інших місцях локалізації сучасного бомонду, еліти, аристократії інтерактанти радо вступають у комунікативний контакт, ініціюючи його, а також із задоволенням підтримують бесіду. Для прикладу розглянемо розмову в кафетерії, що ведеться між юристом і письменником.

ЮРИСТ: – Пробачте, можна у вас забрати дві хвилини?

ПИСЬМЕННИК: – Забрати – ні. Але розділити з вами я їх можу.

ЮРИСТ: – Я слухав ваші вірші на цьому вечорі, вони мені дуже сподобались. Чи не маєте ви своєї збірки? Я б залюбки її придбав. Як ваше прізвище? На жаль, я його не запам'ятав.

ПИСЬМЕННИК: – Не жартуйте. Як вам могли сподобатись мої вірші? Вони ж жахливі. Я їх не друкував і не буду друкувати. Вони просто жалюгідні. А прізвище моє вам нічого не скаже.

ЮРИСТ: – О ні, ні. Чи справді творчі люди так себе недооцінюють? Мені справді сподобались ваші вірші. Хоча, чесно кажучи, я не сильно розбираюсь в поезії.

ПИСЬМЕННИК: – А що в ній розбиратися? Подобається – значить добре, якщо ні – погано.

ЮРИСТ: – Ну якщо все так просто, то запевняю вас, що вони мені сподобались.

ПИСЬМЕННИК: – Ну що я можу сказати? Мені моя поезія теж колись подобалась. Але її оцінили негативно. Вона сказала, що в ній нічого особливого. Примітив якийсь.

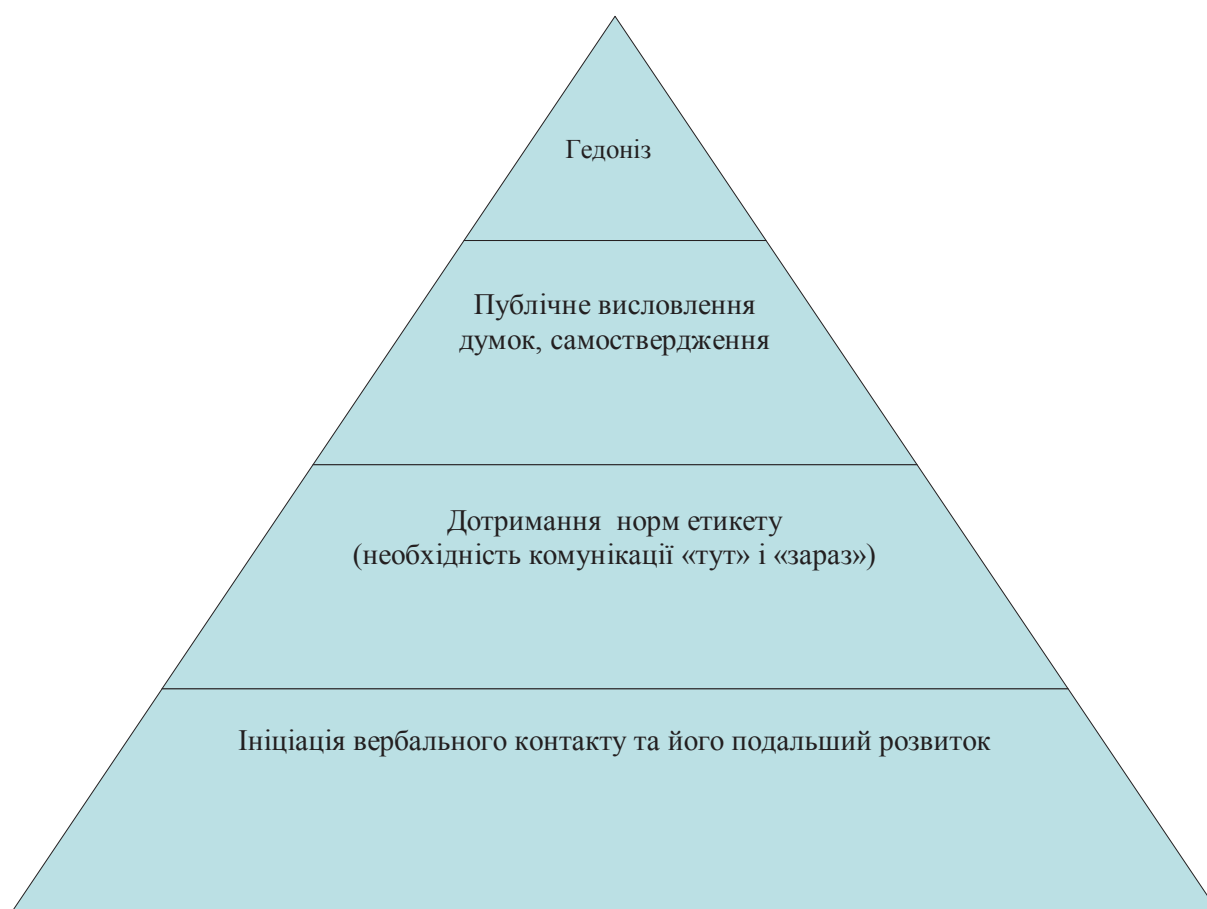
ЮРИСТ: – Хто вона?

ЮРИСТ: – А я не поспішаю... (А. Волошин).

Отже, адресант (юрист), маючи конкретний інформаційний привід (ведення бесіди), ініціює вербальний контакт з адресатом (*Пробачте, можна у вас забрати дві хвилини?*) та стимулює його подальший розвиток (*А я не поспішаю*). Паралельно реалізується стрижнева інтенція – отримання насолоди від розмови (*Я слухав ваші вірші на цьому вечорі, вони мені дуже сподобались. Чи не маєте ви своєї збірки? Я б залюбки її придбав. Як ваше прізвище? На жаль я його не запам'ятав; О ні, ні. Чи справді творчі люди так себе недооцінюють?..*). Очікувано є реакція адресата (згода на комунікацію) (*Забрати – ні. Але розділити з вами я їх можу*).

Метою світського спілкування може бути й *необхідність публічного висловлювання власних думок, самоствердження, піар тощо*. Така цільова установка, реалізована вербально, переростає у злагожене обговорення цікавих тем з апеляцією до світу цінностей, інтересів та зацікавлень комунікативного партнера. Хронотоп, індивідуально-особистісні й соціальні характеристики комунікантів – другорядні фактори, в основі – їх бажання спілкуватися і самовиражатися у слові.

Як показують результати аналізу, світська комунікація – це поліінтенційне явище. Зауважені вище цільові установки, трансформуючись у складний комплекс, прямо чи опосередковано, імпліцитно чи експліцитно заковані у мовній структурі. Поліінтенційність СБ вимагає градації цільових установок: виділення провідної (стрижневої, домінуючої, первинної) мети спілкування, а також вторинних цілей комунікації. У якості первинної цільової установки СД пропонуємо *гедонізм, отримання естетичної насолоди від світської розмови*, решта зауважених інтенцій – вторинні, однак їх значущість не ставиться під сумнів. Градацію основних інтенційних установок СД подаємо схематично.



Не останню роль у процесі комунікації відведено екстралінгвальним факторам, а отже мотивація інтеракції детермінується індивідуально-особистісними параметрами мовців, ситуацією спілкування тощо. Кожна із перерахованих цілей може бути як провідною задачею світської комунікації, так і вторинною, допоміжною. При цьому, будучи осмисленим, інтуїтивним або спонтанним наміром мовця, мета визначає внутрішню програму повідомлення та способи її вербального втілення.

Отже, інтенціональний компонент висловлювання виникає та формується до безпосереднього вербального контакту як специфічний стратегічний задум мовця, його внутрішня цільова комунікативна установка. У відповідності до неї адресант висловлювання планує та організовує комунікативну взаємодію з адресатом, добираючи відповідні мовні засоби. Таким чином, категорія "інтенція" стає однією з провідних у ході аналізу комунікації, у тому числі й світської. Пропоноване дослідження є спробою окреслення та аналізу цільових установок світських комунікантів з урахуванням специфіки досліджуваного дискурсивного виду. Поліінтенційність СБ насамперед виявляється у функціонуванні системи цільових установок та її внутрішній градації. Окреслені основні цілі світського спілкування (*гедонізм, отримання естетичної насолоди, необхідність публічного висловлювання власних думок, самоствердження, піар, данина етикетові, ініціація вербального контакту та його подальший розвиток*) не виключають можливості функціонування інших інтенцій, їх комбінування для досягнення очікуваного мовцем результату. У перспективі бачиться детальніший аналіз окреслених цільових установок, виділення інших можливих, а також доопрацювання проблеми їх градації. Фактичний матеріал та існуюча містка джерельна база сприяють подальшій роботі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аллен Дж. Ф., Перро Р. Выявление коммуникативного намерения, содержащегося в высказывании / Дж. Аллен, Р. Перро // Новое в зарубежной лингвистике: сб. ст. – М.: "Прогресс", 1986. – Вып. 17. – С. 189-207.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М. Бахтин. – М.: Искусство, 1986. – 444 с.
3. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф. Бацевич. – К.: Академія, 2004. – 344 с.
4. Ключев Е.В. Речевая коммуникация / Е. Ключев. – М.: Рипол классик, – 2002. – 112 с.
5. Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике: сб. ст. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 22-131.
6. Рытникова Я.Т. Семейная беседа как жанр повседневного речевого общения // Жанры речи: Сборник статей. – Саратов: Из-во Государственного учебно-научного центра "Колледж", 1997. – С. 45.
7. Серль Дж. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике: сб. ст. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 170-194.
8. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие / И. Стернин. – Воронеж, Изд-во ВГУ, 2001. – 137 с.
9. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н. Формановская. – М.: Изд-во ИКАР, 2007. – 480 с.
10. Чахоян Л.П., Паронян Л.П. Взаимодействие интенций как фактор, определяющий типы межличностного общения / Л.П. Чахоян, Л.П. Паронян // Личностные аспекты языкового общения: Меж. вуз. сборник науч. трудов. – Калинин, 1989. – С. 67-71.
11. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи: Сборник статей. – Саратов: Из-во Государственного учебно-научного центра "Колледж", 1997. – С. 133 – 143.
12. Grice H.P. Logic and conversation // Syntax and semantics / P. Cole, J. Morgan (eds). – Vol. 3: Speech acts. – N. Y.: Academic Press, 1975. – С. 41-58.
13. Franck D. Seven sins of pragmatics: theses about speech act theory, conversational analysis, linguistics and rhetoric / D. Franck // "Possibilities and limitations of pragmatics", Amsterdam, John Benjamins B. V., 1981, p. 225-236.
14. Strawson P.F. Intention and convention in speech acts / P.F. Strawson // "The Philosophical Review", vol. LXXIII, 1964, № 4. p. 439-460.

ДЖЕРЕЛА

1. Волошин А. Нехай наснитися найкраща / А. Волошин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.andre@uol.ua>. – Назва з екрану.
2. Кобилянська О. Вибрані твори / О. Кобилянська. – К.: Інтелект – Арт, 2008. – 431 с.
3. Підмогильний В. Повість без назви // Оповідання, повість, романи / В. Підмогильний. – Київ: Наукова думка, 1991. – 145 с.

УДК 811.111

Орислава Іванців
(Львів)**МЕТАФОРИЧНА МОДЕЛЬ "БІЗНЕС – ЦЕ МИСТЕЦТВО"
ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОГО ІМІДЖУ**

У статті здійснено когнітивний аналіз метафоричної моделі "Бізнес – це мистецтво" у сучасному англомовному дискурсі корпоративного іміджмейкінгу та досліджено її прагматичний потенціал.

Ключові слова: концептуальна метафора, метафорична модель, корпоративний імідж, дискурс корпоративного іміджмейкінгу.