

КОГНІТИВНО-ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ЛЮДИНИ В  
АНГЛОМОВНИХ АНАЛІТИЧНИХ СТАТТЯХ: ФУНКЦІЇ  
ДЕТЕРМІНАТИВІВ

Вивчення детермінативів в англомовному газетному дискурсі обмежувалося дослідженням їх відсутності в заголовках [2, 71] та виявлення ролі у представленні людини в газетних новинах [11, 226]. Проте, до цього часу відсутні праці, присвячені їхній ролі в газетних аналітичних повідомленнях, що й зумовлює актуальність статті. Метою нашої розвідки є визначення функцій детермінативів при представленні людини в аналітичних газетних статтях. Адекватний аналіз текстової ролі детермінативів можливий за умови врахування їх розподілу в повідомленнях, а тому розглянемо їхню композиційну організацію.

Аналітичні тексти відрізняються від новин направленістю на інтерпретацію подій і поєднують засоби повідомлення і впливу [7, 122]. Їхня мета полягає у формуванні у читача певного уявлення про подані факти за рахунок трактування конкретних явищ або подій з метою схилення його до прийняття точки зору автора. При цьому акцент переноситься з інформаційної на оцінно-емотивну складову змісту, яка пов'язана з функцією впливу [14].

Композиційна структура аналітичного газетного тексту складається з назви, вступної частини і аргументативного центру [10, 146]. Заголовки впливають на адресата та готують його до сприйняття тексту [14]. Підзаголовки аналітичної статті, якщо такий наявний, більш конкретно вказує на тему тексту, вступна частина зазвичай містить пряме звертання до основної теми статті. Її завданням є повідомлення фактичної інформації та спроба зацікавити читача запропонованим текстом [10, с.147]. Вступна частина або перший смисловий блок представляє фактичну інформацію, з якої виводиться проблема, що аналізується в другому смисловому блоці – аргументативному центрі [20, 339-340].

Аргументативний центр, який розміщується залежно від послідовності викладу інформації, має на меті переконати читача щодо вірності центральної тези тексту за допомогою обґрунтувань [10, 146] і характеризується використанням аргументів, які визначають як логічний доказ, який виник в результаті багатого життєвого спостереження, шляхом аналізу цілого ряду типових фактів [18, 109]. Вступ і закінчення аналітичної статті створюють своєрідну рамкову структуру, яка сприяє цільності тексту і реалізується через конкретику вступу і закінчення, які розповідають про певну життєву ситуацію або особу [20, 339-340; 10, 146].

Композиція аналітичних статей визначається комунікативними стратегіями і тактиками, які не отримали загальноприйнятих дефініцій [1, 12-13]. Комунікативну стратегію визначають як схему логічної організації дискурсу, вибір адекватної форми його реалізації з врахуванням соціального контексту [13, 102] для досягнення його учасниками кооперативного результату [17, 172] в процесі розуміння або інтерпретації смислу. До засобів реалізації комунікативної стратегії у мовленні відносять мовні одиниці, структурну організацію висловлень [13, 102]. Комунікативну тактику визначають як одну або кілька мовленнєвих дій мовця, які сприяють реалізації вибраної стратегічної лінії [3, 33-35; 19, 57].

На когнітивному рівні комунікативну стратегію трактують як багаторівневий феномен свідомості людини, який синтезує в собі аспекти мовномисленнєвої і комунікативної діяльності і функціонує як схема побудови дискурсу і є необхідною умовою його впорядкованості, взаємозв'язку окремих частин [21]. Це дає нам можливість розглядати аналітичну статтю як певну схему, яка складається з елементів, розміщення яких визначається когнітивними структурами.

Когнітивні стратегії пов'язані з нашими знаннями про світ, дискурсивні стратегії ґрунтуються на знаннях про те, які дії або події описуються у дискурсах різних жанрів [5, 51-52]. Очевидно, що з когнітивної точки зору стратегії являють собою деяку узагальнену схему, яка відбиває процеси

розумової діяльності при обробці дискурсу у всій сукупності елементів його структур, а тому ми їх визначаємо як дискурсивно-когнітивні. Їхня спрямованість на активацію конкретних концептуальних структур адресата зумовлює певну організацію дискурсу та його текстів, а також вибір і розподіл мовних одиниць [12, 265-266], зокрема, детермінативів.

При аналізі аналітичних статей враховуємо співвіднесеність їхнього змісту з певними когнітивно-дискурсивними стратегіями, які активують фрейми як засоби збереження та інтерпретації інформації, закладеної в текстах. Стратегії визначають розподіл в текстах номінативних одиниць, які активують різні слоти фреймів, а тактики зумовлюють використання різних детермінативів для відображення способів активації слотів.

Аналіз аналітичних статей американських газет дає підстави виділяти стратегії інтродукції, самоідентифікації, пояснення та оцінки. Кожна з них реалізується певними тактиками, які визначають вибір детермінативів. Стратегія інтродукції характерна для заголовків та вступних абзаців, інші стратегії розгортаються в основних блоках повідомлення.

Інтродуктивна стратегія спрямована на представлення героя повідомлення та розподіл інформації про нього в заголовку та вступному абзаці газетної аналітичної статті і реалізується тактикою індивідуалізації, тактикою ситуативної, узагальненої презентації людини. В аспекті вживання детермінативів тактика індивідуалізації характеризується використанням власних назв або їхніх присвійних форм для заповнення слоту ДЕХТО, напр., *Wolfowitz Hires Prominent Lawyer in Fight to Stay at World Bank* [25, 24.04.07] та слоту ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, напр., *Obama's national-security blueprint* [27, 26.04.07].

Тактика ситуативної презентації людини передбачає використання в заголовку означеного артикля, який презентує людину у нетиповій ситуації, напр., *The homeless artist in the playground* [23, 17.04.07]. Тактика узагальненої презентації в заголовку визначає вживання неозначеного

артикла, напр., *A flawed hero* (usatoday 24.04.07); *Nine ways to elect a president* [25, 05.05.07].

У вступних абзацах після представлення героя повідомлення в заголовку тактикою індивідуалізації використовуються тактики узагальнення та порівняння. Тактика узагальнення презентує статус/заняття особи і супроводжує заповнення підслотів СТАТУС, ПРОФЕСІЯ/ ЗАНЯТТЯ, визначаючи статус людини, як сукупність різних параметрів соціальної ідентичності, яка дозволяє визначити її місце в суспільстві [4, 6]. Наприклад, у вступному абзаці аналітичної статті під заголовком *Mstislav Rostropovich, R.I.P.* [23, 29.04.07] неозначений артикль підпорядкований тактиці узагальнення і оформлює іменні фрази *a cellist, conductor and composer*, які заповнюють підслот ПРОФЕСІЯ, презентуючи людину як особу певної спеціальності: *As a cellist, conductor and composer, Mstislav Rostropovich held about every great award and title the world had to offer*. Тактика порівняння у вступному абзаці зумовлює використання неозначеного артикля для представлення особи, напр., *New York Gov. Eliot Spitzer marched into the State Capitol in January like a new sheriff ready to clean out the saloon* [25, 23. 06. 07].

Стратегію самоідентифікації пов'язують з відображенням самобутності, унікальності, несхожості особи або групи осіб відносно інших людей з метою представлення героєм аналітичної статті власних рис характеру, життєвих позицій [15, 12]. На реалізацію стратегії самоідентифікації вказує підмет, присудок та зворотний займенник, які свідчать про те, що людина описує себе саму. В аналітичних статтях стратегія самоідентифікації зумовлює вживання номінативних одиниць, які активують слоти ДЕХТО, ТАКИЙ фрейму ОСОБИ і реалізується тактиками емоційної, позитивної презентації, яка пов'язана з суспільним характером комунікації [13, 102], і тактикою вираження небажання героя бути сприйнятим в негативному, невігідному для нього ракурсі. Тактика позитивного самосприйняття в тексті повідомлення відображена означеним артиклем, тому що він представляє референт як відомий, той, що не викликає сумніву наявності у особи якості,

представленої іменною фразою, напр, *Mr.Obama has portrayed himself as the paragon of virtue* [27, 29.04.07]. Тактика представлення особою свого емоційного стану визначає використання означеного артиклю, який позначає найнижчу та найвищу точки позитивної та негативної емоційних шкал, напр., *I believe that, despite the player's tears, I am the saddest person on the Giants this evening* [24, 11.06.07]. Тактика вираження небажання бути сприйнятим у певному світлі або як людина з певними переконаннями, принципами відображається неозначеним артиклем, тому що останній представляє референт оформленої ним іменної фрази як загальний, можливий об'єкт, напр., *He didn't plan to be an abstractionist* [27, 25.04.07.]; *He was able to pivot off their extremism to show himself a pragmatist on the most important issue facing America* [22, 28.04.07].

Пояснювальна стратегія розгортається в аргументативному блоці аналітичної статті, інтерпретуючи події, пов'язані з героєм повідомлення. Ця стратегія реалізується через послідовність інтенцій, зорієнтованих на інформування людини, повідомлення їй певної інформації, передачі певних знань [9, 256]. Її метою є інформування про події, які відбуваються або відбулися в минулому, і аналіз причин поведінки людей в описаних ситуаціях. Пояснювальна стратегія реалізується через тактики інтерпретації, дефініції, аналогії, узагальнення і конкретизації, які визначають вживання означених детермінативів та власних назв у присвійному відмінку при заповненні слоту ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, тому що представляють об'єктів і суб'єктів діяльності людини відтворюючи професійні зв'язки людини, ідентифікованої інтродуктивною стратегією. Продемонструємо взаємодію інтродуктивної і пояснювальної стратегій на прикладі аналітичної статті під заголовком *Was Olmert the problem?* [27, 03.05.07]. Інтродуктивна стратегія реалізується у заголовку тактикою індивідуалізації – використання одномісного антропоніму для представлення людини. У вступному абзаці означений артикль презентує об'єкт дефініції – звіт комісії, яка критикує діяльність уряду Ізраїлю під час війни минулого літа в Лівані. Суб'єктами, на

яких направлена гостра критика виявляються прем'єр-міністр та міністр оборони: *The interim report of the panel set up to critique the performance of the Israeli government during last summer's war in Lebanon is a sobering document. The report, which covers only the first five days of the war itself, could prove to be a political body blow to Prime Minister Ehud Olmert and Defense Minister Amir Perez*. Після тактики дефініції тактика інтерпретації пояснює причини такої гострої критики на адресу прем'єр-міністра і визначає вживання присвійного займенника, тому що він відтворюю професійні взаємозв'язки і відношення при оформленні іменних фраз, які заповнюють слот ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, позначаючи політичну партію, дії героя повідомлення, які пов'язані або зумовлені його діяльністю, та означеного артиклю, який представляє героя повідомлення за його статусом: *Many in his Kadima Party have called for his resignation in the wake of report, which concluded that the prime minister was guilty of "a serious failure in exercising judgment, responsibility and prudence" in running the war. It added that "the minister of Defense failed in fulfilling his functions. Therefore, his serving as Minister of Defense during the war impaired Israel's ability to respond well to its challenges"*.

Реалізація пояснювальної стратегії характерна для тих абзаців, аналітичних статей, які містять уривки промов політиків або інших високопоставлених осіб держави, і реалізується тактикою інтерпретації, котра визначає вживання присвійного займенника *our*, який є характерним для політичних виступів, і вказує на те, що мовець ототожнює себе з аудиторією та акцентує увагу на головних моментах промови. Так, наприклад, у газетному повідомленні *Obama's national-security blueprint* [27, 26.04.07] подано аргументи з промови політика на основі тактики інтерпретації, яка зумовлює використання присвійного займенника *our* і пояснює принципи зовнішньої політики, запропонованої одним із сенаторів під час передвиборчої кампанії: *"Americans may find it tempting to turn inward, and cede our claim of leadership in world affairs," Mr.Obama said. "I insist, however, that such an abandonment of our leadership is a mistake that we must*

*not make. But while sustaining our technological edge will always be central to our national security... ; Our men and women are performing heroically around the world in some of the most difficult conditions imaginable.”*

Оскільки аналітичний текст представляє собою інтерпретацію фрагментів суспільного життя, фактів, подій, явищ, особистостей, яка тісно пов'язана з аксіологією, позитивна або негативна оцінка є його невід'ємним компонентом [16, 86-87; 6, 42]. Приводом для позитивної/негативної соціальної оцінки можуть слугувати різні складники, починаючи з самої події в цілому і завершуючи конкретними обставинами (час, місце, умови, причина, результат) і особами як учасниками подій. Особистість в процесі масової комунікації оцінюється з точки зору її соціального статусу, її активності/пасивності, її відповідності/невідповідності соціальній ролі, яку вона відіграє в суспільстві. Тому підґрунтям для формування позитивної/негативної оцінки особи є її дії або відсутність дій, це саме стосується державних інститутів, установ, гілок влади [16, 88-92]. Оцінну стратегію розглядаємо як спосіб характеристики дій героя повідомлення оповідачем, стороннім спостерігачем або загальноновизнану думку.

Оцінна стратегія визначає розподіл інформації в аналітичних статтях політичної тематики і реалізується тактикою метафоричної презентації особи або тактикою вираження суспільної думки. Тактика метафоричної презентації полягає у представленні людини за допомогою метафори, особливо політиків, і є невід'ємною рисою аналітичних газетних статей політичної тематики. Тактика метафоричної презентації у заголовку визначає вживання означеного артикля для представлення героя повідомлення, як людини яка має конкретні характеристики, властиві для концепту, позначеного метафорою. Наприклад, у назві повідомлення *Dealing with the devil in Darfur* [23, 19.06.06] означена форма *the devil* негативно оцінює особу. Послідовна ідентифікація людини метафорично представленої в заголовку починає розгортатися у вступному абзаці, де означена іменна фраза презентує статус/заняття героя повідомлення, напр., *The only trouble is that the*

*United States is backing the most abusive rebel leader in Darfur.* В аргументативному блоці презентація лідера повстанців здійснюється власною назвою (кількамісним антропонімом) з прикладкою на позначення статусу, напр., *...a peace between two criminal elements: the Sudanese government and Minni Arcua Minnawi, the leader of the faction of the Sudan Liberation Army that is drawn mainly from the Zaghawa tribe.* Аналітична стаття з метафоричною презентацією людини в заголовку характеризується використанням тактики метафоричної презентації особи у висновках, що утворює своєрідну рамкову структуру, напр., *Minni Minnawi is not the guarantor of peace; he is the obstacles to it.* Як бачимо, в заголовку Міні Мінаві представлений негативно, це стосується і висновків, де він презентується як перешкода для перемир'я.

В аргументативному блоці аналітичних статей тактика метафоричної презентації зумовлює використання означеного артиклю для підсилення образу людини, з яким вона асоціюється, та акцентування уваги на її конкретних рисах, напр., *But in this primary, Hillary is outflanked on the left by both Barak Obama and John Edwards. The “wicked witch of the left”, the “designated devil”, is now the centrist in the Democratic field [23, 26.04.07].* Наведений приклад демонструє використання метафоричної тактики підсилення презентації особи для представлення одного з лівих кандидатів від партії на виборах – Хіларі Клінтон, яка зображена як «зла відьма», та «призначений на посаду диявол», що свідчить про її домінування над іншими кандидатами, які також мають високі рейтинги.

Тактика стороннього спостерігача може варіюватися і відігравати більш чи менш суттєву роль у змісті повідомлення. Презентація інформації з позиції спостерігача характеризується використанням неозначеного артиклю [8, 8] для представлення специфічного сприйняття героя повідомлення іншими людьми, напр., *Blair is far better liked in the United States than in his native country, where he is seen as a somewhat corrupt, double-talking water-carrier for President Bush [24, 11.05.07].*



Таким чином, в аналітичних газетних статтях когнітивно-дискурсивні стратегії активують слоти фрейму ОСОБИ в заголовках, вступному абзаці та основних блоках повідомлення, визначаючи послідовність викладу інформації про людину, а тактики зумовлюють вживання детермінативів для представлення героїв повідомлень. Тактика індивідуалізації в заголовку передбачає використання власних назв для представлення і введення людини в текст статті. Тактики інтерпретації, узагальнення, конкретизації, позитивного самопредставлення, метафоричної презентації та позитивної оцінки визначають вживання означеного артикля, власних назв у присвійному відмінку, присвійних займенників. Тактика порівняння, узагальненої презентації, негативної оцінки та стороннього спостерігача зумовлює використання неозначеного артикля для представлення людини в газетному тексті. Перспективу подальшого дослідження детермінативів вбачаємо у виявленні особливостей їх функціонування у газетних текстах про судочинство.

#### Список використаних джерел

1. Белова А.Д. комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики // Мовні і концептуальні картини світу. – 2004. – Вип.11. – С. 12-15.
2. Вербин А.А. Артикль в газетном заголовке // Иностранные языки в школе. – 1984. – №2. – С. 69-71.
3. Верещагин Е.М. Коммуникативные тактики как поле взаимодействия языка и культуры // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики. – Ч.1. – М., 1991. – С. 32-43.
4. Громова В.М. Конструирование идентичности в Интернет-дискурсе персональных объявлений: Автореф. дис. ...канд. филол. наук / 10. 02.19. – Ижевск, 2007. – 18 с.
5. Дейк Т.А. ван Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.

6. Дмитрук О.В. Вплив екстралінгвістичних факторів на вибір маніпулятивних стратегій (на матеріалі сучасної англійської мови) // Мовні і концептуальні картини світу. – 2004. – Вип.10. – С. 141-145.
7. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиа-текстов (опыт исследования современной английской медиаречи). – М.: Эдиториал УРСС, 2005. – 288 с.
8. Єрмоленко С.С. категорія „позиція спостерігача” у функціональному та семіотичному висвітленні // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Іноземна філологія. – Вип. 37-38. – 2004. – С. 8-12.
9. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
10. Кучеренко К.О. Політичний коментар у публіцистичному дискурсі // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – 2000. – Вип. 3. – С. 145-149.
11. Мосієнко О.В. Роль детермінативів у представленні людини в англійських газетних новинах // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. – Вип.11. – К.: КНЛУ, 2007. — С. 226-231.
12. Потапенко С.І. Композиція англійських друкованих новин: роль когнітивно-дискурсивних стратегій // Проблеми семантики, прагматики і когнітивної лінгвістики. Вип.10 – 2006. – С. 265-271.
13. Проценко О. Вплив мовної компетенції на розгортання комунікативної стратегії позитивного само представлення мовця // Мовні і концептуальні картини світу. – 2004. – Вип.11. книга 2. – С. 102-105.
14. Распопов И.К. Дискурсивный анализ структуры новостных сообщений // <http://www.ccssu.crimea.ua/tnu/magazine/culture/culture48/part2/zip/raspopov.zip>.
15. Салахова А. Речевые стратеги и их средства реализации в современных христианских немецкоязычных проповедях: Автореф. дис... канд. филол. наук/ 10.02.04. – Уфа, 2006. – 20 с.
16. Салмина Л.М. Интерпретация в процессе массовой коммуникации // Журналистика Поволжья: XXI век. – Казань, 2002. – С.86-92.
17. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. – К.: Брама, 2004. – 336 с.

18. Стрельцов Б.В. Основы публицистики . Жанры. – Минск, 1990. – 240 с.
19. Труфанова И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика // Филологические науки. – № 3. – 2001. – С. 57-64.
20. Юрченко М.Г. Явище гіпертексту і порівняння його з друкованими засобами інформації // Проблеми семантики слова, речення та тексту. Вип.4. – К.: КДЛУ, 2000. – С. 172-175.
21. Якимова И.В. Коммуникативная стратегия как схема организации дискурса // [http://www.acis.vis.ru/9.1\\_8/yakimova.htm](http://www.acis.vis.ru/9.1_8/yakimova.htm)
22. The Dallas Morning News 28.04.07.
23. The International Herald Tribune 17.04.07; 29.04.07; 19.06.06; 26.04.07.
24. The Los Angeles Times 11.06.07; 11.05.07.
25. The New York Times 05.05.07; 23.06.07.
26. The USA Today 24.04.07.
27. The Washington Times 29.04.07; 25.04.07; 23.04.07; 03.05.07; 26.04.07.

#### Анотація

Стаття присвячена вивченню когнітивно-дискурсивних стратегій і ролі детермінативів для презентації людини в англомовних аналітичних текстах. Когнітивно-дискурсивні стратегії спрямовані на активацію концептуальних структур адресата і визначають структуру газетного повідомлення. Реалізація стратегій забезпечується тактиками, які зумовлюють використання різних детермінативів.

#### Summary

The paper deals with the cognitive strategies and functions of English determiners in analytical newspaper articles. The strategies activate the addressee's conceptual structures and determine the choice of determiners while presenting a man.