

основному до сфери лексики, набагато рідше даний тип зустрічається в граматиці та стилістиці. До лексичних однозначних еквівалентів відносять окремі групи лексики: терміни, географічні назви тощо, а також числівники, займенники і т.і. Наприклад: *Hurricane in Miami* – *Ураган в Маямі*. Іншим способом перекладу відносять переклад за допомогою варіативних відповідників. До них належать лексичні відношення, які залежать від контексту, тобто всі багатозначні лексеми, конкретне значення яких реалізується в контексті: *National Gallery Launches Bid to Buy the Mona Lisa* – *Національна галерея намагається придбати картину Тиціана* [1]. Крім того, серед граматичних засобів мови варіативні відношення також розповсюджені достатньо широко. І останній, третій спосіб – це переклад за допомогою перекладацьких трансформацій. Перекладацькі трансформації – це прийоми логічного мислення, за допомогою яких розкривають значення іноземного слова в контексті і знаходять йому відповідник у мові перекладу. Вони збігаються зі словниковим відповідником: *Iceland's Children Paying for Crisis* – *Діти в Ісландії розплачуються за світову економічну кризу* [1].

Отже, переклад заголовків можна вважати окремою проблемою перекладознавства, від вирішення якої залежить у більший мірі доля перекладу, який перекладається в іншій культурі. Тому після здійснення перекладу слід прочитати вихідний переклад і звернути особливу увагу на узгоджуваність слів в мові перекладу, щоб не вживати словосполучень, які в нашій мові неприпустимі.

Література

1. Борисов И. Заголовок: сказать все и – коротко [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журналу: http://voxfree.narod.ru/journ/journ_051024.html
2. Грицюк Л. Ф. До питання про лінгвістичний статус заголовка // Мовознавство. – 1999. – № 5. – С. 55-58.

3. Речкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика / Я. И. Речкер. – М.: Валент, 2007. – 227с.

ДИХОТОМІЯ «ТЕКСТ – ДИСКУРС»

Маслова Т.Б.

Національний технічний університет України «КПІ»

У мовознавстві термін «дискурс» почав вживатися, коли текст став об'єктом досліджень різних наукових дисциплін і, отже, виникла потреба дати визначення тексту, яке виходить за межі суто лінгвістичного знання.

З середини ХХ ст. термін «дискурс» уживався на позначення тексту як продукту мовлення чи будь-якого вживання мови загалом («мова – дискурс – мовлення»). Виникнення теорії дискурсу було обумовлено прагненням вивчати текст не лише з точки зору його структури, але й розуміючи його з урахуванням комунікативних, соціокультурних, когнітивних факторів. Згідно з Е. Бенвеністом зв'язок між поняттями «текст» і «дискурс» можна було б порівняти з протиставленням системи і процесу, тобто дискурс є процесом реалізації мовної системи, а текст – результатом цього процесу [2: 11].

Значний внесок у розвиток дискурсології зробили Н. Арутюнова, Ф. Бацевич, А. Белова, В. Борботько, Т. ван Дейк, В. Карасик, В. Красних, О. Кубрякова, К. Кусько, Г. Почепцов, О. Селіванова, К. Серажим, І. Шевченко та інші. Нині під текстом розуміють об'єднану смисловим зв'язком послідовність знакових одиниць, основними властивостями якої є зв'язність і цілісність, а під дискурсом – різні види актуалізації тексту, що розуміються з огляду на ментальні особливості учасників комунікації і у зв'язку з екстралінгвальними чинниками [4: 162]. Тому для дискурсивних досліджень важливими є поняття комунікативної події, елементами якої є

адресант (мовець, письменник) і адресат (слухач, читач), певне оточення комунікативного акту (місце, час, обставини) та інші контекстуальні параметри, зокрема невербальні елементи комунікації (жести, міміка). Разом з тим, текст є джерелом інформації про дискурс, центральною ланкою в процесі комунікації, складним знаком, утвореним зі смислових елементів, поєднаних комунікативною інтенцією автора в єдину ієрархічну структуру. Дискурс передусім існує в текстах, що мають притаманну лише їм граматику, лексику, правила слововживання та синтаксису, особливу семантику, свої правила синонімічних заміни, етикет [3: 6]. Беручи участь в процесі комунікації, адресат і адресант створюють різноманітні типи дискурсів і одночасно матеріалізують їх у текстах, що мають характерну структуру. Важливо, що текст є самодостатнім продуктом і, потрапляючи до читача, наповнюється його особистісними інтенціями та смислами і стає джерелом нових дискурсів [1: 149].

Залежно від мети лінгвістичного дослідження можна виділити дві основні визначення дискурсу. По-перше, дискурс – це комунікативна подія, яка фіксується в письмових текстах та усному мовленні і реалізується в комунікативному просторі, обумовленому когнітивними та типологічними параметрами («дискурс = текст + контекст», «дискурс – текст, занурений у життя»). Інакше кажучи, дискурс позначає комунікативні й ментальні процеси, результатом яких є певне формальне утворення – текст. Конкретні тексти становлять емпіричний базис для описання дискурсу, а також важливими є також дані про комунікативно-когнітивні процеси, які призвели до створення цих текстів. По-друге, дискурс – сукупність тематично об'єднаних текстів, тож зміст дискурсу розкривається інтертекстуально, тобто у комплексній взаємодії багатьох окремих текстів. Прикладами дискурсів, що розуміються як взаємозв'язок текстів, що функціонують в межах тієї самої комунікативної сфери, є мовленнєвий, юридичний, політичний, рекламний та інші типи дискурсів. Слід зазначити, що дискурс може бути представлений текстами різних жанрів та стилів.

політичний дискурс вербалізується в таких текстах як законопроект, партійна програма, передвиборна промова). З іншого боку, тексти одного жанру можуть бути елементами різних типів дискурсу (напр., політична реклама, реклама ліків, побутових товарів тощо). У такому розумінні дискурс завжди «продукується» колективним суб'єктом (напр., політичною партією, соціальним інститутом, т.п.) і не може обмежуватися окремими текстами, які є фрагментами дискурсу.

Насправді, обидва підходи до визначення дискурсу доповнюють один одного, передбачаючи вивчення комунікативно-прагматичних, соціальних умов функціонування текстів, а також спільних когнітивних стратегій, накладених в них автором [5: 143-147].

Отже, дискурс можна розглядати як комунікативну інтеракцію адресанта й адресата, яка відбувається за певних комунікативних, соціальних та прагматичних умов і реалізується у вигляді тексту. Тип дискурсу – це тексти, об'єднані загальною комунікативною метою, які частосовуються в типових ситуаціях спілкування, мають однакову прагматичну установку та спільні лінгвістичні риси. Аналізуючи дискурс, лінгвіст досліджує стратегії та тактики побудови тексту, враховуючи дії мовних і мовленнєвих, соціокультурних і прагматичних, когнітивних і психологічних факторів.

Література

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 344с.
2. Борботько В.Г. Принципы формирования дискурса: От психолінгвистики к лингвосинергетике. Изд. 4-е. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. – 288с.
3. Ільченко О.М. Етикет англomовного дискурсу: Монографія. – К: ІВЦ «Політехніка», 2002. – 288с.

4. Кочерган М.П. Загальне мовознавство: Підручник. 3-тє видання. Київ: Видавничий центр «Академія», 2008. – 464с.
5. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Проблемы интертекстуальности. Интердискурсивность. Учебное пособие. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009 – 248с.

ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АНГЛІЙСЬКОГО КОМП'ЮТЕРНОГО ДИСКУРСУ

Мойсеєнко С.М.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»

Сучасний етап розвитку лінгвістики, що відбиває комунікативну прагматичну парадигму в мовознавстві, характеризується зверненням до проблеми мовленнєвої взаємодії, що необхідно для розробки нових моделей мови, в цілому, й англійської мови, зокрема. Ця проблема є міждисциплінарною, оскільки об'єктом її дослідження є не лише лінгвістика, але й низка інших гуманітарних наук – логіка, філософія, соціологія, психологія, що надає широкі можливості для дослідження мовленнєвої взаємодії через специфічність тлумачення аргументації в кожному з визначених галузей знань. У зв'язку з цим виникає питання щодо доцільності розробки типології аргументації за предметними галузями, оскільки специфічність може накласти свій відбиток на характер, прийоми аргументації.

Об'єктом нашого дослідження є саме англійський комп'ютерний дискурс, що наразі відкриває новий вимір у людській комунікації, надає можливість зберігати і швидко передавати великі обсяги інформації, використовувати аудіо- і відеоканали спілкування, а також контактувати

і т. інше, тобто в безпосередньому лінійному зв'язку з реципієнтом. За прагматичною спрямованістю комп'ютерний дискурс належить до інформативного/аргументативного типу дискурсу, і в даній роботі ми зосередимося саме на його аргументативному аспекті.

Аргументація – це система продуманих поетапних мовленнєвих дій, яка створює комунікативну ситуацію в цілому і направлена на досягнення в ній спонукання кінцевої комунікативної мети – переконати аудиторію прийняти певну думку.

В процесі аргументації мовець реалізує себе як мовну особистість, використовуючи свою екстралінгвістичну, лінгвістичну і комунікативну компетенції. Успіх промови мовця залежить, як мінімум, від запропонованої точки зору, установок по відношенню до адресату і до референтного об'єкта [2]. Ці установки характеризують ступінь довіри, симпатії до адресату, а завоювання вигідних позицій в цій області залежить від умінь та компетенцій адресанта і від характеру реципієнта (адресата). Тільки коли реципієнт у адресата відчуття добровільного сприйняття чужої думки, привабливості, актуальності, істинності і задоволеності, мовець досягне своєї мети і мети реципієнта. Для досягнення поставленої мети використовують такі основні форми аргументації: доказ, навіювання і переконання.

Доказ – це сукупність логічних прийомів обґрунтування істинності певної думки за допомогою інших істинних і пов'язаних із нею думок. Знищення доказу – знищення сумнівів в правильності висунутої тези:

Each file contains an organized collection of records. Does it mean that each individual record has an internal structure, too?

No, not necessarily. I've already said that all records in a given file must be of the same type. This means that each component is stored separately and can be accessed separately.

Навіювання – це нав'язування готової думки адресатові шляхом дії на підсвідомість. Завдання навіювання – створити у адресата відчуття добровільності сприйняття чужої думки, його актуальності, привабливості: