

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

**На правах рукопису**

**РИЖИКОВА МАРИНА ДМИТРІВНА**

**УДК 811.111:81'42=111**

**ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО  
ЛАУДАТИВНОГО ДИСКУРСУ**

**Спеціальність – 10.02.04 – германські мови**

**Дисертація  
на здобуття наукового ступеня  
кандидата філологічних наук**

**Науковий керівник –  
кандидат філологічних наук,  
доцент Фоменко О. С.**

**Київ - 2012**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛОМОВНОГО ЛАУДАТИВНОГО ДИСКУРСУ.....	
12	12
1.1. Підходи до трактування та класифікації дискурсу у лінгвістиці.....	12
1.2. Сучасна методологія дослідження дискурсу.....	19
1.3. Англомовний лаудативний дискурс: історія, дефініція та жанри.....	25
1.3.1. Риторичні витoki лаудативного дискурсу.....	25
1.3.2. Визначення лаудативного дискурсу.....	28
1.3.3. Жанри лаудативного дискурсу.....	31
1.4. Основні характеристики англомовного лаудативного дискурсу.....	35
1.5. Комуникативні стратегії і тактики англомовного лаудативного дискурсу.....	38
1.6. Евалюативна природа лаудативного дискурсу.....	45
Висновки до першого розділу.....	47
РОЗДІЛ 2 ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ І СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ АНГЛОМОВНОГО ЛАУДАТИВНОГО ДИСКУРСУ.....	
50	50
2.1. Лінгвокультурні характеристики лаудативного дискурсу.....	50
2.2. Вплив соціокультурних чинників на вибір засобів вираження лаудації.....	60
2.2.1. Гендерний чинник.....	64
2.2.2. Віковий чинник.....	74
2.2.3. Культурний чинник.....	85
2.2.4. Професійна належність.....	94

Висновки до другого розділу..... 116

### РОЗДІЛ 3 ОСОБЛИВОСТІ ВИРАЖЕННЯ ЛАУДАЦІЇ

#### У РІЗНИХ ЖАНРАХ АНГЛОМОВНОГО

ЛАУДАТИВНОГО ДИСКУРСУ.....121

3.1. Похвальна академічна рекомендація..... 121

3.2. Видавнича анотація рекламного характеру..... 134

3.3. Ювілейна промова..... 140

3.4. Панегірик.....147

3.5. Некролог.....156

Висновки до третього розділу..... 171

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....175

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 179

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....210

## ВСТУП

Сучасна лінгвістика активно розробляє напрям, у якому мова розглядається як культурний код нації, а не лише як знаряддя комунікації і пізнання [124:13]; як лінза, крізь яку можна побачити матеріальну та духовну самобутність етносу [62:38]. Триєдинство “людина – мова – культура” [225:20] сприяло швидкому розвитку міждисциплінарних галузей гуманітарних досліджень, таких як етнолінгвістика, соціолінгвістика, когнітивна лінгвістика та інші. Як наслідок, у сучасній лінгвістиці з’явилося багато досліджень лінгвокультурної проблематики, що вивчають та описують взаємозв’язок мови та культури, мови та етносу, мови та народного менталітету [52:67]. Зокрема, аналіз дискурсу сприяє виявленню лінгвокультурних характеристик, оскільки дискурс формується під впливом мовних і позамовних чинників, виявляється і функціонує у комунікативному просторі, а спілкування відбувається у певному соціальному просторі [84:138], [181:38]. Так, використання лінгвокультурного підходу здійснено в дослідженнях літературного (А. В. Головня [59]), художнього (І. Р. Корольов [107]), медичного (С. В. Вострова [55]), вікторіанського (М. С. Левіщенко [117]), політичного (Д. М. Каліщук [91], О. В. Ткаченко [194]) дискурсів, дискурсу ЗМК (О. Ю. Моїсеєнко [129], С. І. Потапенко [148]), а також у дослідженнях когнітивних аспектів дискурсу (Л. О. Сандига [167], О. І. Шаля [205]). Суттєва зміна наукової парадигми на межі 20-го-21-го століть, що виявляється у використанні антропоцентричного підходу в лінгвістичних дослідженнях, сприяла розвитку лінгвокультурного аспекту, оскільки саме він розглядає мову в тісному зв’язку з культурою народу, а мовні зміни - як результат творчої діяльності людини [32]. З-поміж сучасних робіт, присвячених лінгвокультурному напрямку дослідження дискурсу, слід відзначити дослідження В. В. Красних [108], С. Г. Тер-Мінасової [192], С. Г. Воркачова [52], В. А. Маслової [124], В. В. Ощепкової [137], Д. Голмса [264], Д. Моргана [274], Д. Горера [250] та інших.

Термін “дискурс” уперше був ужитий З. Гаррісом у 1952-му році. У лінгвістиці останніх десятиліть дискурсивний підхід залишається актуальним через те, що його визначення є досі дискусійним питанням та й не всі види дискурсу є добре вивченими. Як доказ цього – виокремлення лаудативного дискурсу, який розуміється як складне комунікативне явище, учасники якого прагнуть висловити похвалу. Незважаючи на те, що похвала досліджувалася у прагматичному аспекті як частина оцінювальних мовленнєвих актів з позитивною оцінкою (роботи О. М. Вольф [49-51], Р. В. Шиленко [209], [210], Н. Д. Арутюнової [12-14], Т. В. Булигіної [34], [35], О. Д. Шмельової [211-213], О. О. Івіна [86], С. Г. Воркачова [52], Р. В. Серебрякової [175], Л. І. Клочко [102], Н. О. Бігунової [29]), на сьогодні не існує комплексних лінгвістичних досліджень лаудативного дискурсу.

Актуальність роботи зумовлена інтересом у лінгвістиці до вивчення різних видів дискурсу, інтересом до проблем, що розробляються у межах когнітивної і комунікативної лінгвістики, серед яких важливе місце посідає вивчення позамовних чинників, що впливають на комунікацію, а також відсутністю комплексних лінгвістичних досліджень англомовного лаудативного дискурсу.

Метою роботи є виявлення особливостей вираження похвали з урахуванням впливу соціокультурних чинників, а також особливостей вираження лаудації в різних жанрах англомовного лаудативного дискурсу.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- 1) дати визначення лаудативного дискурсу, з'ясувати його місце серед інших видів дискурсу;
- 2) встановити співвідношення між лаудацією та мовленнєвим актом оцінки;
- 3) визначити види лаудації;
- 4) класифікувати й описати жанри лаудативного дискурсу;
- 5) здійснити лінгвістичний опис комунікативних стратегій і тактик лаудативного дискурсу;

- б) визначити мовні й соціальні чинники, що впливають на формування англomовного лаудативного дискурсу;
- 7) з'ясувати, як соціокультурні чинники впливають на предмет лаудації і вибір мовних засобів її вираження.

Об'єктом дослідження є англomовний лаудативний дискурс, що формується під впливом низки соціокультурних чинників, передусім соціальних.

Предметом дослідження є дискурсивні, лінгвокультурні та соціокультурні особливості англomовної лаудації, а також мовні засоби (лексичні, морфологічні, синтаксичні засоби та риторичні прийоми), які формують лаудативний дискурс і використовуються для висловлення лаудації в американській та британській лінгвокультурах.

Матеріалом дослідження були англomовні тексти різних жанрів, що належать до лаудативного дискурсу: 100 ювілейних промов, 100 промов почесного свідка нареченого на весіллі, 300 похвальних рецензій, 192 персональних оголошення в друкованих і Інтернет-виданнях, 113 видавничих анотацій рекламного характеру, 100 рекомендаційних листів, 100 некрологів, 100 панегіриків – загальною кількістю 1105 текстів (57.3 друкованих аркушів), що були дібрані з американських і британських електронних видань (електронні журнали, газети, спеціалізовані сайти) за період 2000–2008 рр.

Теоретико-методологічну основу роботи становлять основні принципи сучасної лінгвістики тексту [57], [67], [108], [136], соціолінгвістики [21], [92; 96], [143], [177], [251], [252], [254; 255], лінгвопрагматики [4], [13; 14], [53]; [55], [149], [169], [170], [172], [185], дискурс-аналізу [16], [23], [93; 95], [110], [207; 208], [225], [236], [238], риторики [115], [125], [132], [139], [227], [229], [243], [280], [295], генристики [26], [179], [242], [260], [264], [265], [269], [270], лінгвокультурології [38; 41; 42], [52], [92], [124], [181], [182], [267].

У роботі було використано такі методи і прийоми лінгвістичного аналізу: метод спостереження і порівняння (для відбору необхідних текстів,

що належать до різних жанрів лаудативного дискурсу), дескриптивний (для опису характерних лінгвістичних рис лаудативного дискурсу і його жанрів), аналіз дискурсу і метод прагматичної інтерпретації (для опису дискурсивних характеристик жанрів лаудативного дискурсу), аналіз словникових дефініцій (для визначення основних понять лаудативного дискурсу), порівняльно-зіставний (для виявлення спільних і національно-специфічних особливостей жанрів, що притаманні британській і північноамериканській лінгвокультурам).

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній уперше розглядаються специфічні риси функціонування лаудативного дискурсу й наводяться загальні лінгвістичні характеристики жанрів лаудативного дискурсу з урахуванням впливу позамовних чинників.

Теоретичне значення роботи полягає у висвітленні на матеріалі англійської мови характерних рис лаудативного дискурсу й особливостей реалізації похвали в лаудативному дискурсі. Відтак, результати роботи доповнюють наявну теорію з дискурс-аналізу, прагматики й соціолінгвістики.

Практична цінність роботи полягає в можливості її подальшого використання під час дослідження різних видів дискурсу, у тому числі лаудативного, при розробці підручників з прагматики, соціолінгвістики, дискурс-аналізу, стилістики, лексикології, у спецкурсах з риторики, основ теорії комунікації, теорії аргументації, теорії мовленнєвого впливу, лінгвістики тексту, когнітивної лінгвістики, а також у навчальному процесі – у практиці викладання англійської мови для поліпшення мовної й комунікативної компетенції студентів.

Особистий внесок. Вперше виокремлюється лаудативний дискурс як окремий вид дискурсу, здійснюється лінгвістичний аналіз лаудативного дискурсу, а також визначаються жанри лаудативного дискурсу, насамперед ті, що притаманні лінгвокультурам англомовних країн. Визначаються мовні засоби висловлення лаудації у жанрах лаудативного дискурсу. Досліджується

вплив позамовних чинників на формування лаудативного дискурсу та його жанрів. Визначаються стратегії і тактики лаудативного дискурсу. В статті, що написана у співавторстві з О. С. Фоменко [196], особистий внесок автора дослідження полягає в аналізі словникових визначень терміну “лаудація” і визначенні місця лаудативного дискурсу серед інших видів дискурсу. О. С. Фоменко дослідила трактування терміну “дискурс” та його класифікації, проаналізувала формування лаудативного дискурсу та зазначила деякі особливості похвали в прагматичному та лінгвокультурному аспектах.

Апробація результатів дослідження. Дисертацію обговорено на засіданнях кафедри англійської філології Інституту філології КНУ імені Тараса Шевченка. Положення роботи було апробовано на одинадцяти конференціях, а саме: XVIII Міжнародній науковій конференції імені проф. Сергія Бураго “Мова і культура” (Київ, червень 2009 р.), Всеукраїнській науковій конференції за участю молодих учених “Етнічні виміри універсуму: мова, література, культура” (Київ, квітень 2010 р.), III Міжнародній науково-практичній конференції “Актуальні проблеми філології та американські студії” (Київ, квітень 2010 р.), XIX Міжнародній науковій конференції імені Сергія Бураго “Мова і культура” (Київ, червень 2010 р.), “Думка і слово: традиції О. Потебні і сучасна філологічна наука (до 175-річчя О. Потебні)” (Київ, жовтень 2010 р.), IV Міжнародній науковій конференції “Іноземна філологія у XXI столітті” (Запоріжжя, квітень 2011 р.), Всеукраїнській науковій конференції за участю молодих учених “Концепти та константи в мові, літературі, культурі” (Київ, квітень 2011 р.), Міжнародній науковій конференції “Творчий спадок А. О. Білецького в новітніх парадигмах наукового знання: до 100-річчя від дня народження” (Київ, жовтень 2011 р.), Всеукраїнській науковій конференції за участю молодих учених “Людина і соціум у контексті проблем сучасної філологічної науки” (Київ, квітень 2012 року), Міжнародній науковій Інтернет-конференції, яка присвячена 40-річчю створення кафедри англійської філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника “Сучасні дослідження з лінгвістики,

літературознавства і міжкультурної комунікації” (Івано-Франківськ, березень – квітень 2013), Всеукраїнській науковій конференції за участю молодих учених “Мова, свідомість, художня творчість, Інтернет у дзеркалі сучасних філологічних студій” (Київ, квітень 2013 року).

Основні положення дисертації викладено в десяти публікаціях, дев'ять з яких надруковано у фахових виданнях, і тезах міжнародних наукових конференцій.

Зв'язок з науковими темами. Наукову роботу виконано в межах наукової теми “Мови та літератури народів світу: взаємодія та самобутність”, що затверджена Міністерством освіти і науки України (код 11БФ044-01) і розробляється в Інституті філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Тему дисертації було ухвалено Вченою радою Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 4 від 23 листопада 2009 р.).

Основні положення, що виносяться на захист.

1. Лаудативний дискурс є видом комунікації, ключовою ознакою якої є намір мовця висловити похвалу. Лаудативний дискурс має ознаки усного й письмового мовлення та може належити як до персонального, так і до інституційного типів дискурсу. Лаудативний дискурс є персональним видом дискурсу, оскільки лаудативна комунікація може відбуватися повсякденно, спонтанно і без попередньої підготовки. Лаудативний дискурс є інституційним видом дискурсу, оскільки мовцем постає представник соціального інституту й комунікація відбувається в заданих межах статусно-рольових відносин.

2. Лаудація функціонує як макроструктура, що складається з низки висловлювань, спрямованих на вираження похвали будь-якому явищу, дії або людині. За ступенем формальності розрізняють офіційну і неофіційну похвалу. За ступенем підготовки лаудація є підготовленою або спонтанною. Залежно від ставлення до подій лаудація є ритуальною (тобто обов'язковою) і випадковою/ повсякденною/ експромтом (тобто необов'язковою). За

ступенем інформативності похвала є експліцитною й імпліцитною. Лаудація, спрямована на об'єкт похвали, є прямою, в іншому випадку – непрямою. Виокремлюється похвала асоціативна й описова; одиночна, множинна і підпорядкована; похвала шляхом пояснення й ілюстраціями; псевдопохвала; емоційна похвала і раціональна похвала; суб'єктивна/ перебільшена та об'єктивна; щира і нещира.

3. На основі критеріїв комунікативної мети і суб'єктно-адресатних відносин виокремлюються такі мовленнєві жанри англомовного лаудативного дискурсу: промова почесного свідка нареченого на весіллі, видавнич аотація рекламного характеру, похвальна рецензія на книгу або фільм, похвальна рекомендація, ювілейна промова, надгробне слово (панегірик), некролог.

4. Лаудація є засобом вираження оцінювального (позитивного) ставлення мовця до навколишнього світу, що визначає вибір мовних засобів для висловлення похвали: лексичних (оцінювальні іменники, прикметники, прислівники, дієслова), морфологічних (засоби вираження ступенів порівняння прикметників, часові форми дієслів – теперішній неозначений час, теперішній і минулий завершений часи дієслова), синтаксичні (емфатичні конструкції), стилістичні (стилістичне вживання означеного артикля, перелік), риторичних (епітет, метафора, прозопопея, повтор, риторичні запитання, градація, еліпс, інверсія).

5. Лаудативний дискурс відображає соціокультурні особливості Великої Британії і США. Відмінності у виборі об'єкта похвали й мовних засобів вираження лаудації, що викликані соціальними чинниками (гендер, вік, професійна і культурна належність), пов'язані з існуванням власних культурних традицій висловлення похвали в цих лінгвокультурах.

Структура. Робота складається зі вступу, трьох розділів з підрозділами, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та списку ілюстративного матеріалу.

У першому розділі “Теоретико-методологічні основи дослідження англомовного лаудативного дискурсу” викладаються основні теоретичні положення дисертаційного дослідження: пропонується визначення дискурсу, описується теоретико-методологічна база дослідження; визначається лаудативний дискурс, класифікуються його жанри. Увага в цьому розділі приділяється стратегіям і тактикам лаудативного дискурсу, а також засобам висловлення експресивності.

У другому розділі “Лінгвокультурний і соціокультурний аспекти англомовного лаудативного дискурсу” визначається роль соціальних чинників у формуванні лаудативного дискурсу. Розглядаються гендерні, вікові, лінгвокультурні та соціокультурні особливості англомовного лаудативного дискурсу.

У третьому розділі “Особливості вираження лаудації у різних жанрах англомовного лаудативного дискурсу” досліджуються дискурсивні характеристики та мовні засоби висловлення похвали в таких жанрах лаудативного дискурсу, як: похвальна академічна рекомендація, видавниче повідомлення рекламного характеру, ювілейна промова, панегірик та некролог.

У загальних висновках підводяться підсумки проведеного дослідження, узагальнюються результати, формулюються висновки та вказуються перспективи подальших досліджень.

Загальний обсяг дисертації становить 214 сторінок (178 сторінок загального тексту), список використаної літератури складається з 291 наукової праці, список використаних словників містить 19 найменувань.

## РОЗДІЛ 1

### МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛОМОВНОГО ЛАУДАТИВНОГО ДИСКУРСУ

#### 1.1. Підходи до трактування та класифікації дискурсу у лінгвістиці

Дослідженню теорії дискурсу, а саме проблемі його породження та функціонування, приділили багато уваги як зарубіжні, так і вітчизняні лінгвісти, зокрема, Е. Бенвеніст [225], Т. ван Дейк [66; 67; 238], Ш. Баллі [15], М. М. Бахтін [18], Н. Д. Арутюнова [12], А. Вежбицька [39], І. П. Ільїн [87], О. В. Падучева [140], [141]. Серед сучасних зарубіжних дослідників дискурсу слід відзначити П. Серіо [176], В. І. Карасика [93, 94, 96], О. С. Кубрякову [110], Г. Г. Слишкіна [181], Д. Нанена [276], Г. Кука [237] та інших. Дискурс також є предметом дослідження українських вчених, серед яких: А. Д. Белова [22], О. С. Фоменко [197], О. М. Ільченко [88], В. А. Єфіменко [74], Н. І. Задоріжна [76], Ю. С. Полєєва [144], І. П. Біскуб [30] та інших. Багато наукових праць присвячено окремим різновидам дискурсу, наприклад: лейбористському [75], судовому [72], [180], авторитарному [109], медичному [55], рекламному [215], дискурсу сімейного спілкування [28], профетичному [116] та іншим.

Одним з питань дослідження дискурсу є його співвідношення з такими поняттями, як мовлення, текст, мова, висловлення. Цю проблематику розглянуто в роботах Ю. М. Караулова [97], І. Б. Штерн [214], К. С. Серажим [174], Ф. С. Бацевича [20], В. Є. Чернявської [204], Т. В. Радзієвської [152] та інших. Так, мова протиставляється дискурсу, оскільки мова – це система мало диференційованих значущих одиниць, а дискурс відображає різноманітність використань, притаманних мовним одиницям. Часте ототожнення тексту і дискурсу пов'язане, по-перше, з відсутністю у деяких європейських мовах терміна, еквівалентного французькому та англійському терміну *discours(e)*, а по-друге, з тим, що раніше до межі поняття “дискурс” включалася лише мовна практика. Співвідношення понять “текст” і

“дискурс” досліджували В. О. Звєгінцев [78; 79], В. В. Красних [108], О. Т. Ішмуратов [90], Ф. Мерел [272] та інші. У цьому дослідженні поділяється думка тих лінгвістів, котрі вважають дискурс та текст різними поняттями. Як визначає Девід Нанен, “дискурс – збирає воєдино мову, осіб, що породжують мовлення, та контекст, у якому використовується мова” [276:6]. Дискурс – комунікативний процес, який містить багато взаємодіючих компонентів або елементів: психофізіологічних, соціальних, культурних, ситуативних, політичних, особистих, кожен з яких взаємодіє один з одним одночасно та призводить до виникнення тексту, що складається із взаємозв’язку мови та контексту. Процес взаємодії останніх є дискурсом, а її продукт - текстом. Термін “дискурс”, на відміну від терміна “текст”, не стосується древніх текстів, зв’язки яких із живим життям не відновлюються безпосередньо [110]. Л. Е. Бессонова справедливо зазначає, що “дискурс затверджує своє місце в системі категорій комунікації перш за все через поняття “текст” (хоч текстом у чистому вигляді він не є), а також через поняття “слова (мовлення)”, а саме: створюванням певного комунікативного простору, де й трапляється комунікативна подія, яка породжує текст” [27].

Аналізуючи сфери вживання терміну “дискурс”, можна відзначити, що цей термін вживається переважно у трьох значеннях: мова [25]; [231]; стиль, індивідуальна мова, спосіб мовлення [200]; особливий вид комунікації [256]. Первинне значення дискурсу - упорядковане письмове, але найчастіше усне, повідомлення окремого суб’єкта [25], [200], [258]. З часу виникнення теорії дискурсу трактування терміну *дискурс* дещо змінилося, що зумовлено розвитком науки в цілому, а також впливом відповідного аспекту його вивчення. У той час, коли дискурсивний аналіз відокремлювався як спеціальна сфера досліджень, з’ясувалося, що значення дискурсу не обмежується письмовим і усним мовленням, але крім того, позначає і позамовні семіотичні процеси. Акцент в інтерпретації дискурсу ставиться на його інтеракціональній природі. Протягом останніх десятиліть дискурс є багатозначним терміном декількох гуманітарних наук, предмет яких прямо

або непрямо передбачає вивчення функціонування мови – лінгвістики, літературознавства, семіотики, соціології, філософії, етнології та антропології. Кожна наука, яка має свій предмет дослідження й притаманні їй методи, акцентує увагу на різних особливостях дискурсу, що зумовлює полісемію цього терміна. Наприклад, Ю. С. Степанов стверджує, що “дискурс існує насамперед у текстах, але таких, які мають особливу граматику, особливий лексикон, особливі правила слововживання й синтаксису, особливу семантику – насамкінець – які відображають особливий світ” [185:35-73]. Найбільш поширеним в мовознавчій студіях є тлумачення дискурсу, запропоноване Т. ван Дейком, який визначає його як зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, історичними, соціокультурними, психологічними та іншими чинниками [238]. В. Г. Костомаров [43] тлумачить дискурс як ментальне утворення, що виникає в свідомості читача під час сприйняття й розуміння тексту. А. М. Баранов, Д. О. Добровольський та інші розуміють дискурс як сукупність взаємопов'язаних (культурно, тематично тощо) текстів [16].

Дискурс – це складне комунікативне явище, що включає, окрім тексту, ще й позамовні чинники (знання про світ, думки, установки, цілі адресата), необхідні для розуміння тексту [174]. Отже, багатство змісту та форм існування дискурсу як соціолінгвального явища сучасного комунікативного середовища зумовило, зокрема, розмаїття його теоретичних дефініцій і досить швидку еволюцію його інтерпретацій навіть у межах одного й того ж наукового напрямку [174]. Багатоаспектність і тому міждисциплінарна сутність поняття “дискурс” підкреслюється у визначенні цього феномену, даному В. І. Карасиком: “Дискурс є явищем, проміжним між мовленням, спілкуванням, мовною поведінкою, з одного боку, і фіксованим текстом, що залишається в “сухому залишку” спілкування, – з іншого” [93, с. 6–7].

Усі перелічені визначення дискурсу ґрунтуються на різних критеріях, і не можна стверджувати, що будь-яке з них є неправильним. Навпаки, всі вони взаємодіють між собою та доповнюють одне одного. На теперішній час

поширеним визначенням *дискурсу* в лінгвістиці залишається дефініція Н.Д. Арутюнової, яка визначає *дискурс* як “зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними, соціокультурними, прагматичними, психологічними чинниками; це – текст, узятий в аспекті подій; мовлення, що розглядається як цілеспрямоване соціальне явище, дія, як компонент, що бере участь у взаємодії між людьми і механізмах їхньої свідомості. Дискурс – це мовлення, занурене в життя” [14:136]. Саме це визначення терміну прийнято за основне у нашому дослідженні, оскільки воно найширше охоплює всі аспекти його вживання.

Сьогодні не існуює єдиної класифікації різновидів дискурсу. Виокремлення типів дискурсу залежить від певного чинника, а саме: від сфери функціонування, характеру комунікації, каналу передачі, жанру, комунікативного завдання тощо. Розглянемо деякі з них.

Девід Нанен класифікує дискурс за комунікативним завданням, яке він виконує. Так, автор розмежовує компромісну, міжособисту мову та змішану. Перша відбувається, коли учасники обмінюються товарами або послугами, друга – під час спілкування [276:18]. Г. Г.Почепцов виокремлює теле- і радіодискурси, газетний, театральний, кінодискурс, літературний дискурс, дискурс у сфері публік рілейшнз, рекламний дискурс, політичний, релігійний (фідеїстичний) дискурси [149:139].

А. Д. Белова запропонувала класифікацію дискурсу з урахуванням сфер його функціонування і характеру комунікації. За сферами комунікації вона виділяє такі типи дискурсу: академічний, дискурс ділової комунікації, політичний, дипломатичний, педагогічний, рекламний, релігійний, риторичний, дискурс сімейного спілкування, медичний, юридичний. За характером комунікації – спонтанний, підготовлений, офіційний, неофіційний, чоловічий, жіночий, дитячий, дискурс підлітків, людей похилого віку, аргументативний, конфліктний, авторитарний, лайливий [23].

В.І. Карасик розмежовує та аналізує два основних типи дискурсу: персональний та інституційний. Персональний тип дискурсу об'єднує два

підвиди: побутовий (повсякденний [186]) та буттєвий. До побутового дискурсу належить спілкування між знайомими. Основна інформація передається за допомогою міміки, жестів та дій, що супроводжують цю інформацію. Для цього виду вірне твердження про те, що вербальне спілкування доповнює невербальне. Також характерним для нього є розмовне мовлення, спонтанність, ситуативна залежність, суб'єктивність, порушення логічної структури, нечітка швидка вимова, використання жаргоної лексики; одиниці мовлення легко можуть бути замінені невербальними знаками. Буттєвий вид персонального дискурсу (що включає художню літературу, філософські, психологічні, інтроспективні тексти) може бути прямим (змістовий перехід або міркування та змістовий прорив або прояснення) або опосередкованим (оповідання та опис) [93]. Види інституційного дискурсу виокремлюються в залежності від того, представником якого соціального інституту є мовець (наприклад, юридичний, дипломатичний, політичний, воєнний, науковий тощо). Спілкування в інституційному дискурсі відбувається у заданих межах статусно-рольових відносин. Мовець в інституційному дискурсі – представник певного соціального інституту - визначає його підвид: політичний, дипломатичний, адміністративний, юридичний, військовий, педагогічний, релігійний, містичний, медичний, діловий, рекламний, спортивний, науковий, сценічний, масово-інформаційний [93].

Залежно від каналу передачі (акустичний або візуальний) дискурс може бути усним (первинна форма) та письмовим (похідний від усного), або одночасно мати ознаки як усного, так і письмового мовлення (наприклад, електронний дискурс) [203]. Мовлення в усному дискурсі породжується фрагментами, ситуація включає мовця і адресата та відображається у використанні займенників першої та другої особи однини, у той час як для письмового дискурсу характерне вживання складних речень і синтаксичних конструкцій, а також відсування мовця та адресата від інформації, про що стверджує використання дієслів у пасивному стані. Електронний дискурс

можна класифікувати залежно від типу інформаційного носія, а саме: друкований дискурс, телефонна розмова, радіопередача, спілкування через пейджер або автовідповідач, спілкування засобами електронної пошти [98]. Останній вид викликає особливий інтерес, тому що посідає проміжне місце між електронним письмовим та усним дискурсом: як письмовий дискурс, використовується графічний спосіб фіксації інформації, як усний – відзначається короткочасністю та неформальністю. Іншим подібним прикладом є спілкування у режимі Talk (або Chat), коли під час комунікації у комп'ютерній мережі один співрозмовник може бачити, як поступово, літера за літерою, виникає текст, що його пише інший співрозмовник.

У деяких наукових текстах дискурс ототожнюється з предметом дослідження різних наук (соціологічний, політологічний, філологічний); в інших текстах дискурс сприймається як прояв культурної комунікації (дискурс культури, культурний, дискурс модернізму, постмодернізму, (пост)постмодернізму – [165]), етнокультурних особливостей спілкування (міжкультурний, різномовний, українськості, іншокультурності, російськості, американізму, етнокультурності тощо), культурно-історичних особливостей комунікації (дискурс Нового часу, Відродження, Середньовіччя, новоевропейський, класичний). Соціальні, вікові та статеві характеристики учасників комунікації також ототожнюються з типами дискурсу (політичний, дискурс влади, тоталітарний, інакодумства, вільнодумства; ієрархічний, підцензурний, езопівський, позацензурний, радянський; молодіжний, феміністичний, чоловічий; лейбористський, радикальний).

Поняття дискурсу досить часто асоціюється з типами та формами мовлення, принципами побудови повідомлення, його риторикою (монологічний, діалогічний, наративний, наратора, персонажів художнього твору, риторичний, іронічний, саркастичний, легкий), характеристиками мовлення окремої людини та груп людей (особистісний, індивідуальний, неповторний, колективістський, авторитарний). У значній кількості філологічних текстів дискурс визначається як функціональний стиль,

різновид мовлення (усний, писемний, науковий, публіцистичний, художній, художньо-белетристичний, діловий, літературний, нелітературний); різновид функціонального стилю, його реалізація в різних сферах спілкування (юридичний, судовий, газетний, інтернету, теледискурс, радіодискурс, кінодискурс, театральний, у сфері зв'язків з громадськістю, ритуальний, рекламний, святковий, фольклорний тощо); жанр художньої літератури (прозовий, ліричний, драматичний, театральний).

К. Я. Кусько [113], яка виокремлює інтердискурс, вважає, що цей вид дискурсу існує і концептуально присутній у різних типах і видах дискурсу (аргументативному, спонукальному, соціополітичному, економічному, культурному, оцінювальному та інших.). Інтердискурс – це також дискурс в дискурсі, що в текстовій та усній комунікації надає відповідній дискурсній типології різноманітних просторових кваліфікативних ознак. Наприклад, дискурс-інтерв'ю поєднується з інтердискурсом-презентацією глобалізаційних процесів у системі університетської освіти, адже йдеться про піднесення її міжнародного рівня, про глобальні бюджети, появу приватних університетів та інші аспекти діяльності в системі науки й освіти. Іншими прикладами є дослідження І. М. Гумовської [63] на базі вживання юридичної термінології в економічних текстах, в терміносистемі ринкових відносин, А. І. Радю [153] у зв'язку з процесами глобалізації та деглобалізації в англійських рекламних текстах, І.О.Розмаріци [164] з проблем інтеркомунікації в екологічній сфері. Ця проблематика досліджувалася також у працях О. І. Чередниченка [202], Т.Р. Кияка [101] та інших.

Аналізуючи все вищесказане, можемо зробити такий висновок: дискурсу присвячено багато лінгвістичних праць, але загальновизнаного підходу та універсального визначення поняття “дискурс” ще досі не існує. Поняття розглядається з урахуванням найрізноманітніших аспектів: і як комунікативний процес, і як текст, і як система, і як комунікативна подія. Усі ці підходи базуються на різноманітних характеристиках, проте не виключають один одного. Крім того, незважаючи на різноманітність

визначень терміну в сучасних дослідженнях, більшість вчених акцентують увагу на ситуації спілкування як необхідній умові появи вербального або невербального тексту. Отже, дискурс – це явище, що має комунікативну, соціальну, культурну, прагматичну та психологічну природу. Дискурс як складний соціолінгвістичний феномен сучасного комунікативного середовища має довгу і багату історію, однак не існує єдиної загальноприйнятої класифікації, яка б охоплювала всі критерії.

## **1.2. Сучасна методологія дослідження дискурсу**

Особливої популярності дослідження дискурсу набули в 1980-х-1990х роках, що було зумовлено двома основними чинниками. З одного боку, це було викликано початком застосування антропоцентричного підходу в наукових дослідженнях. Так, у лінгвістиці кінця 20-го – початку 21-го століття спостерігався особливий інтерес до дискурсивного аналізу, теорії мовної особистості, теорії мовленнєвого впливу. Антропоцентризм лінгвістичних розвідок, урахування людського чинника в комунікативних процесах посідає нині чільне місце у мовознавчих студіях. Питання про те, що таке дискурс, стає основою нової парадигми лінгвістичного знання, яка дістала назву когнітивно-дискурсивної [110; 208]. З іншого боку, поширенню досліджень дискурсу сприяв посилений інтерес до позамовних чинників, що впливають на мову та мовлення. На тепершній час у лінгвістиці аналіз дискурсу є досить широкою галуззю, тісно пов'язаною з такими різноманітними областями як фонологія, морфологія, лексикологія, синтаксис, семантика, стилістика, прагматика, риторика, аналіз теорії аргументації, аналіз наративу, конversaційний аналіз тощо. З появою дискурсивного та конversaційного аналізів у 1960х-1970х роках ці дослідження стають більш складними та спеціальними, з глибоким теоретичним підґрунтям, що має безпосереднє відношення до ситуативного використання мови, тексту та розмови. Аналіз дискурсу досліджує форму мови, її функції, мовлення, письмові тексти; визначаються лінгвістичні

особливості розуміння різних текстів та типів усного мовлення. Аналіз письмових текстів передбачає вивчення розвитку теми та зв'язку між реченнями. Дослідження усного мовлення вивчає покрокову взаємодію, послідовність соціальних взаємодій або структури наративу. Дискурс-аналіз вивчає побудову тексту (вибір лексичних засобів для назви певного об'єкту), розуміння дискурсу адресатом та розгляд процесу мовного спілкування з позицій самого тексту, що виникає в процесі дискурсу.

Предмет дослідження дискурсу залежить від методології, яка зумовлює мету та завдання. На сьогоднішній день не існує єдиного розуміння та трактування поняття “методології” серед лінгвістів [119]. У даному дослідженні підтримується думка тих науковців, які вважають методологію сукупністю вчень “про принципові основи пізнавальної діяльності й основних критеріїв вибору і визначення об'єкта, критеріїв його дослідження, включаючи і вибір тих або інших прийомів і методів (М. Г. Ярошевський [218], Н. В. Наливайко [130], Е. Г. Юдін [216]), а не тільки сукупність методичних прийомів” [119: 27]. Існують декілька підходів до розуміння сутності методології, серед яких ідеологічний, теоретичний, дисциплінарний, історичний, етнічний та філософський. У даному дослідженні відстоюється думка, що поняття методології має теоретичні та дисциплінарні основи, які зумовили формування таких підходів до вивчення дискурсу, які були детально описані В. І. Карасиком у статті “Про типи дискурсу” [93:5].

Так, серед аспектів, в яких здійснюється дослідження дискурсу, слід зазначити прагматичний [238], [13; 14], [141], [290], дескриптивний [278], [279], психолінгвістичний [70], [273], [281], лінгвостилістичний [56], лінгвокультурний [84], [181], [228], [288], когнітивно-семантичний [126; 142], соціолінгвістичний [114], [206], [232], [241], [254; 255], [262], [287]. Як справедливо зауважує В.І. Карасик [93:5], перелічені підходи не є взаємовиключними. Крім того, поняття “дискурсу” кожна лінгвістична дисципліна трактує по-різному. Наприклад, з погляду раціонального підходу, дискурс – це особливий ідеальний вид комунікації, що здійснюється при

максимально можливому відхиленні від соціальної реальності, традицій, авторитету, комунікативної рутини та т.п. і має за мету критичне обговорення та обґрунтування поглядів і дій учасників комунікації [256]. У теорії мови дискурс розглядається як складне багатомірне явище, яке інтегрує учасників комунікації, ситуацію спілкування й текст. В. Є. Чернявська [204] пропонує визначення дискурсу в широкому значенні, тобто як “сукупність тематично віднесених текстів”. Лінгвостилістичний підхід до дискурсу орієнтований на виділення реєстрів спілкування, розмежування розмовного та письмового мовлення у їх жанрових різновидах, визначення функціональних параметрів спілкування на основі його одиниць (характеристика функціональних стилів). Структурно-лінгвістичний підхід у лінгвістиці передбачає сегментацію дискурсу та спрямований на висвітлення власне текстових особливостей спілкування – змістовної та формальної зв’язності дискурсу, способів переключення теми, модальних обмежувачів, великих та малих текстових блоків тощо. У вітчизняних роботах періоду “лінгвістики тексту” підкреслюється комунікативність тексту та увагу приділено мовленнєвій діяльності у зв’язку із інтелектуально-логічними, емоційно-оцінними, індивідуально-особистими, соціально-психологічними моментами.

Прагматичний аспект дискурсу є характерним для зарубіжної лінгвістики 80-х років. Прагмалінгвісти (Н. Д. Арутюнова [14], О. В. Падучева [141]) вважають дискурс інтерактивною діяльністю учасників спілкування, встановленням та підтримкою контакту, емоційним та інформаційним обміном, здійсненням впливу один на одного, сплетінням комунікативних стратегій, що швидко змінюються, та їх вербальних і невербальних втілень у практиці спілкування, визначення комунікативних ходів у єдності їх експліцитного та імпліцитного змісту. Т. ван Дейк пропонує використовувати конструкт “макроструктура дискурсу”, який може бути семантичним, що узагальнює у собі основну тему тексту, представлену у вигляді ієрархії семантичних пропозицій, та прагматичним, який завдає

прагматичну спрямованість мовлення (макроствердження, макропрохання, макросудження), та таким чином об'єднує дискурс як послідовність мовленнєвих актів у єдине ціле [238:6].

Когнітивний підхід визначає дискурс як когнітивний процес, пов'язаний із реальним породженням мовлення, створюванням мовленнєвого твору [110:16]. Дискурс досліджується як когнітивний процес, пов'язаний із творенням мовленнєвої поведінки; як послідовність взаємозв'язаних висловлювань, об'єднаних спільністю цільового завдання; як засіб бесіди та мислення, які, як і жанри, можуть ставати ритуалізованими; як мовленнєве утворення, одиниця вищого, ніж речення, рівня; як форма мовленнєвого спілкування, яка передбачає взаємозв'язок між мовцем та слухачем, як міжособистісна діяльність; як складна комунікативна подія [93:13]; як соціолінгвістична структура, яка твориться адресатом у конкретних комунікативних, соціальних та прагматичних ситуаціях [118]. Незважаючи на велику кількість досліджень, присвячених дискурсу, в полі зору науковців усе ще перебувають такі важливі загальнотеоретичні проблеми, як виявлення суті та природи дискурсу, встановлення чіткої відмінності між текстом і дискурсом; комунікативні властивості й архітектоніка дискурсу. Недостатньо глибоко розкриті роль мовної особистості в дискурсі, а також типологія та підходи до класифікації дискурсу.

Когнітивно-семантичний підхід до вивчення дискурсу передбачає вивчення сценаріїв, ментальних схем, когніотипів (різноманітних моделей репрезентації спілкування у свідомості). Р. Томлін пропонує експериментальне дослідження реалізації когнітивних характеристик в граматичних структурах. Т. Гівон [249] розробив когнітивну теорію зв'язку дискурсу та граматики. Найбільш відомою є теорія фреймів, яку заснував Марвін Мінський. Він визначає фрейм як структуру даних, призначену для зображення типової ситуації [126]. З кожним фреймом асоціюються декілька видів інформації, наприклад, як користуватися даним фреймом, що очікувати в наступний момент, що робити, якщо ці очікування не підтвердяться

[126:250]. Фрейм – так звана збирана численність, що являє собою розподіл певної області діяльності людини на підобласті та об'єкти, які до них входять, та розподіл об'єктів на елементи із необхідним ступенем деталізації. Можна завдати фрейми побутових ситуацій, математичні, фізичні, ментальні, граматичні, фрейми фреймів, фрейми сценаріїв та інші. Цінність фреймового опису є лише прикладною [118]. Т. Балмер пропонує опис контекстних структур шляхом їх розшаровування на лінгвістичні фрейми (морфосинтаксичні, семантико-прагматичні, метатеоретичні), що дозволяє лише упорядкувати процес з'ясування, які моменти реальності відображаються в тексті, що досліджується, але не допомагає зрозуміти механізм цього процесу. Характерною рисою когнітивістів є явне зневажання особливостями відображення світу в мовній свідомості людини [142].

Один із представників американського дескриптивізму, К. Л. Пайк, запропонував теорію систематичної формалізації мовленнєвої поведінки. Так, лінгвіст, зіставляючи акти висловлення із актами соціальної взаємодії індивідів, узагальнив вербальну та невербальну поведінку людини у категорії біхевіореми – одиниці поведінки, окремим випадком якої є висловлення. Він створив ієрархічну модель мовленнєвої поведінки, що включає одиниці від фонем до комплексних мовленнєвих структур, що перевищують речення, у тому числі єдності “питання-відповідь”, монолог та “розмова” [279:517].

Психолінгвісти визначають дискурс як розгортання перемикачів від внутрішнього коду до зовнішньої вербалізації у процесах породження мовлення та її інтерпретації з урахуванням соціально-психологічних типів мовних особистостей, ролевих настанов та приписів [33]. Як комунікація, дискурс – це функціонування мови в живому спілкуванні [25] або зв'язний відрізок мовлення [236]. Дослідження психолінгвістів відзначають виявлений комунікативний підхід, завданням якого є опис не одиниць поверхфразового рівня у тексті, а текстової діяльності в суспільній практиці. Текст розглядається як одиниця спілкування, що співвідноситься з категоріями висловлення та семантико-сміслового блоку, або предикації [70:20].

Психолінгвістів цікавлять типи мовленнєвих помилок та порушень комунікативної компетенції. Серед досліджень цього напрямку слід згадати М. Гернсбакера, який розробив психолінгвістичну “модель побудови структур” [70:20].

Вибір методології в цьому дослідженні було зумовлено об’єктом дисертаційного дослідження, яким виступає лаудативний дискурс як самостійне комунікативне явище. З огляду на мету та завдання дослідження, для роботи релевантними є такі методи та прийоми лінгвістичного аналізу, що забезпечать експлікацію предмету, а саме: лінгвокультурний та соціолінгвістичний. Соціолінгвістичні вивчення дискурсу, серед дослідників яких відзначаються У. Лабов та Дж. Гамперс, зосереджені на аналізі учасників спілкування як представників тієї чи іншої соціальної групи та вивченні обставин спілкування у широкому соціокультурному контексті. Соціальний підхід пояснює мовні висловлення соціальними нормами та правилами, а увага приділяється соціальній варіативності, яка обумовлена соціальними факторами [114], [118], [251]. Дискурс розглядається як соціально-лінгвістичне явище, оскільки його існування та розвиток, визначення його комунікативних механізмів та засобів висловлювання залежить від ситуації спілкування та вимог суспільства.

Оскільки дискурс містить лінгвістичні та екстралінгвістичні компоненти, проявляється та функціонує у комунікації, а спілкування завжди відбувається у певному соціальному просторі [84:134], [181:38], то дискурс досліджується також з лінгвокультурної позиції. Лінгвокультурний аспект передбачає визначення специфіки спілкування у межах певного соціального етносу та формульних моделей етикету та мовленнєвої поведінки в цілому. Метою лінгвістів, що досліджують лінгвокультурний аспект, є надання характеристики культурним домінантам відповідної спільноти у вигляді концептів як одиниць ментальної сфери та виявлення способів звернення до прецедентних текстів даних лінгвокультур.

Отже, під методологією дослідження розуміємо основні підходи, систему принципів і способів організації та побудови теоретичних та практичних дослідницьких розвідок [119]. Дослідження дискурсу здійснюється в прагматичному, дескриптивному, психолінгвістичному, лінгвостилістичному, лінгвокультурному, когнітивно-семантичному та соціолінгвістичному аспектах. Для дисертаційної роботи релевантними є лінгвокультурний та соціокультурний аспекти, вибір яких зумовлено об'єктом дослідження.

### **1.3. Англомовний лаудативний дискурс: історія, дефініція та жанри**

#### **1.3.1. Риторичні витoki лаудативного дискурсу.**

Хоча термін *лаудативний дискурс* є порівняно новим, слово *лаудація* вже впродовж довгого часу використовується у риторичі та літературознавстві. Сьогодні термін *лаудація* вживається в риторичі майже виключно в тих випадках, коли мова йде про хвалебні промови на честь відомих осіб, а також про надгробні промови. Історія походження терміну сягає античних часів.

Прикметник *лаудативний* є дериватом іменника *лаудація*, який походить від латинського слова “*laudare*” - “вихваляння” [302]. Аналіз словникових англомовних дефініцій показав, що іменник *лаудація* має такі значення: голосне привітання, аплодування, голосне схвалення, вигуки, плескання, схвалення, святкування, уславлення, церковна служба, похвала, оголошення подяки в наказі, рекомендація, ласкавість (люб'язність), вітання, привітання, поклін, панегірик, хвалебна промова, слава, сильне вираження схвалення, вихваляння, піднесення, захоплення, екзальтація та підсилення. Слово *лаудація* зустрічається також у таких значеннях: епітафія, надгробне слово, ранкова служба у католиків, та хвалебна промова [299-310].

Усі вищенаведені значення слова *лаудація* дозволяють стверджувати, що в широкому розумінні *лаудація* – це похвала, і головною прагматичною

метою лаудативного дискурсу є висловлення похвали. У свою чергу, згідно зі словниковими даними, похвала – це “утішний відгук, схвалення” Хвалити означає 1) “висловлювати схвалення, похвалу кому-небудь, чому-небудь”, 2) “вихваляти, прославляти, славословити” [297; 298]. У роботі надалі терміни “лаудація” та “похвала” вживатимуться синонімічно.

Для нашого дослідження важливо відокремлення понять “схвалення” та “похвала, вихвалання”. Схвалення походить від висловлення оцінки, головною комунікативною метою є спонукання об’єкта отримати ще більшого схвалення, висловлення згоди та позитивного ставлення до якоїсь дії, вчинка або людини. Воно є доречним, коли хтось робить щось, що має бути схваленим або ні. Лаудація походить від похвали. Це завжди схвалення. Головна комунікативна мета лаудації – висловлення похвали для того, щоб спонукати до певної дії (бути схожим) або викликати певні емоції (гордість, захоплення, тощо). Лаудація доцільна, коли необхідно висловити захоплення чимось або кимось.

Види лаудації виокремлюються залежно від різних критеріїв [22]. Так, за ступенем формальності розрізняють офіційну похвалу (похвала в академічній рекомендації, політичному виступі) та неофіційну (похвала в персональному оголошенні на сайті знайомств, сімейному спілкуванні, промові почесного свідка нареченого на весіллі). За ступенем підготовки лаудація є підготовленою (похвала у політичному виступі, промові почесного свідка нареченого на весіллі) або спонтаною (похвала у сімейному спілкуванні). Лаудація може бути суб’єктивною / перебільшеною (похвала в рекламі) та об’єктивною (похвала в некролозі та рецензії), а також щирою та нещирою. Визначення сфер щирої комунікації та об’єктивність похвали залежить від суб’єктивних показників та підстави висловлення похвали. Наприклад, промова почесного свідка нареченого на весіллі вважається щирою суб’єктивною похвалою, хоча не можна категорічно стверджувати, що мовець не використовує перебільшеної похвали. Навпаки, дослідження свідчить, що така похвала доречна – на це вказує вживання гіперболи. Так,

відмінність між щирою/ нещирою та суб'єктивною/ об'єктивною похвалою не є чітко визначеною. Залежно від ставлення до подій розрізняємо лаудацію ритуальну (тобто таку, яка є обов'язковою, наприклад, похвала в промові почесного свідка нареченого на весіллі, некролозі, панегірику) та похвала випадкова/ повсякденна/ "експромт", тобто така, яка не є обов'язковою (похвала у рекламі, персональному оголошенні на сайті знайомств). За ступенем інформативності похвала є експліцитною та імпліцитною. Якщо лаудація спрямована на об'єкт похвали, то така лаудація є прямою, в іншому випадку – непрямою. Можна також виокремити похвалу асоціативну (похвала за допомогою порівняння) та описову (похвала за допомогою переліку); одиночну (в сімейному спілкуванні), множинну (похвала в некролозі) та підпорядковану (похвала в рекомендації); похвалу шляхом пояснення (так звана аргументація похвалою) та ілюстраціями (за допомогою наведення прикладів та порівнянь); псевдопохвалу (лестощі, іронія); емоційну похвалу (в персональному оголошенні) та раціональну похвалу (в академічній рекомендації, заключному виступі адвоката в суді).

Конститутивними ознаками лаудативного дискурсу вважаються учасники, умови комунікації, організація (мотиви, мета), засоби (стратегії, канал) та матеріал спілкування (тексти, невербальні знаки). Такі ознаки виокремлюють Ф. С. Бацевич [20], В. І. Карасик [95], М. Л. Макаров [121], О. Ю. Моїсєнко [129]. Увага конститутивним ознакам лаудативного дискурсу приділятиметься надалі.

Таким чином, лаудативний дискурс є видом комунікації, ключовою ознакою якої є намір мовця висловити похвалу. На формування лаудативного дискурсу впливають як мовні, так і позамовні чинники. Головною метою спілкування учасників лаудативного дискурсу є висловлення похвали.

### 1.3.2. Визначення лаудативного дискурсу.

Лаудацію можна визначити як соціальну, інтелектуальну, вербальну діяльність, яка слугує висловленню похвали. Під час лаудації мовець прагне похвалити, дати якомога кращу характеристику об'єкту або суб'єкту, іноді перебільшуючи, надаючи інформацію, що не відповідає дійсності, або використовуючи недоліки для того, щоб висвітити позитивні риси. Лаудацію також можна визначити як комунікативну діяльність, що має на меті переконання адресата у правдивості своїх слів, спонукання до певних дій або викликання певних почуттів (гордості, поваги, захоплення тощо). Отже, мовець впливає на ментальну сферу реципієнта, що свідчить про те, що лаудацію можна назвати засобом аргументації та об'єктом мовленнєвого впливу. Під час висловлення похвали мовець реалізує себе як мовну особистість, демонструючи свою мовну, комунікативну та лінгвістичну компетенцію. Так, у комунікації проявляються знання мовця, його уявлення, здоровий глузд, ціннісна система, епістемічний, емоційний стан, а також його соціальне положення та соціальні ролі, що доводиться "виконувати". Крім того, при дослідженні лаудації необхідно враховувати невербальний контекст і соціальні фактори та моделі поведінки комунікантів, що змінюються, тому що, за словами Г. Г. Почепцова, "багато інших немовних елементів спілкування ... повинні також отримати місце у відповідних лінгвістичних дослідженнях" [149:5,13,28]. Так, для лаудації важливими є факт довіри при висловленні похвали, емоційний вплив на реципієнта, формування його позиції та інші.

Той факт, що термін "лаудація" вживається не лише у декількох значеннях, а й у різних науках (риторика, лінгвістика, культурологія, психологія), свідчить про те, що це багатогранне явище. Лаудація завжди передбачає діалектичну єдність двох процесів – внутрішнього (коли адресат отримує лаудативну інформацію та вирішує, чи погоджуватись із ствердженням чи ні) та зовнішнього (процес соціальної взаємодії мовця з метою висловлення похвали чомусь або комусь та переконання реципієнта в

правдивості своїх слів). Похвала, як один з видів ціннісних суджень [275:14], має за головну мету не повідомлення фактів або висловлення емоцій, а здійснення впливу, формування певного погляду [221], виклик в адресатові певного психологічного стану [285:153]. Ч. Стівенсон таке вживання мови визначає як динамічне [285:153], яке міститься у тому, щоб дати вихід почуттям, створювати настрої або спонукати до дії та переконань [285:16]. Як когнітивний процес, лаудація співвідноситься з оцінюванням, порівнянням та метафоризацією, оскільки висловлення похвали передбачає надання позитивної оцінки, наведення прикладів та порівняння. Когнітивний аспект лаудації проявляється у взаємодії систем сприйняття, репрезентації та продукування інформації. Процес лаудації передбачає наявність комплексних соціальних уявлень, понять, що вбирають у себе інтелектуальні, духовні, емоційні та психічні прагнення особистості, які впливають на вибір мовних засобів, стратегію та тактику спілкування. Таким чином, з когнітивного погляду лаудація - це сукупність процедур над моделями світу [16], що можуть сприяти зміні структури знань не лише адресата, а й мовця. Лаудація є компонентом у системі взаємовідносин між адресантом та адресатом. Вона неможлива без взаєморозуміння: прийняти або відхилити похвалу можливо лише після розуміння, співвіднесення із системою своїх поглядів. Лаудація – також ментальний процес, оскільки будь-який мовленнєвий акт залишає ментальний слід в адресатові [58]. Лаудативний ментальний процес супроводжується аналізом стверджень, узагальненням, погоджуванням. Лаудацію також можна визначити як комунікативний процес – процес вербального та невербального впливу на адресата з метою висловлення позитивної оцінки, тобто похвали, щоб викликати відповідні почуття або спонукати до певного вчинка. Лаудація є соціальним явищем, оскільки вона націлена на певного адресата. Процес лаудації успішний, якщо учасники створюють “єдність розумів” [239:499]. З погляду комунікації лаудативними можна вважати вербальні повідомлення похвального характеру (похвала, лестощі тощо). Проте не слід забувати про те, що лаудація може

висловлюватися також за допомогою невербальних, зокрема, графічних засобів. Наприклад, в персональних оголошеннях на сайті знайомств мовець часто використовує великі літери для того, щоб звернути увагу адресата на певні риси характеру, які, на його думку, гідні похвали.

Лаудацію можна розглядати як один із засобів аргументації. Наприклад, висловлення похвали книги сприяє її просуванню; в похвальному рекомендаційному листі для працівника - працевлаштуванню останнього. Як засіб аргументації, можна виділити такі види лаудації: асоціативна, описова, пряма, непряма, імпліцитна, експліцитна, лаудація через пояснення, лаудація через порівняння та аналогію (при цьому важлива співвідносність з досвідом та ознайомленість з об'єктами, які порівнюються).

У прагматичному аспекті лаудація співвідноситься з оцінювальними мовленнєвими актами (проте, лише з позитивною оцінкою), оскільки оцінювальними вважаються ті повідомлення, які містять оцінювальну сему як один з компонентів значення [51]. Оцінювальні акти досліджувалися, зокрема, в роботах О. О. Івіна [85], Н. Д. Арутюнової [14], О. М. Вольф [49-51], С. Г. Воркачова [52], Т. В. Булигіної [35], [35], О. Д. Шмельова [211-213], Р. В. Шиленко [209], Р. В. Серебрякової [175], Л. І. Клочко [102], Н. О. Бігунової [29] та інших. Дж. Остін вважає мовленнєві акти похвали різновидами бехабітивів, тобто, актів, що виражають реакцію на поведінку, вчинки людини [135]. На думку І. А. Конової, оцінювальні мовленнєві акти виконують подвійну функцію. По-перше, сама оцінка, знак “плюс” або “мінус” (хоча, підкреслимо ще раз, для нас є релевантними лише оцінювальні мовленнєві акти зі знаком “плюс”) набуває іллокутивної мети висловлювання, стає основним сенсом повідомлення. По-друге, з їхньою допомогою мовець прагне здійснити вплив на адресата, на його емоційні реакції і стимульовані ними вербальні та невербальні форми поведінки [106]. Отже, в прагматичному аспекті лаудація може бути визначена як макромовленнєвий акт, що складається з системи стверджень, які спрямовані на похвалу будь-якого явища, дії або особистості. Первинною одиницею

аналізу є мовленнєвий акт позитивної оцінки. Н. О. Бігунова [29], досліджуючи англомовні мовленнєві акти похвали на матеріалі художньої літератури та художніх фільмів, дійшла висновку, що найпоширенішими формами, прийомами і способами, які використовуються мовцем для передачі похвального ставлення до вчинків адресата, є такі: 1) позитивне оцінювальне забарвлення висловлень; 2) стилістичні засоби (порівняльні звороти, епітети, метафори, гіперболи); 3) синтаксична інтенсифікація (окличні речення, повтори, еліпсис, інверсія); 4) інтонаційна інтенсифікація (емфатичний наголос, емфатичні тони й шкали, зміни темпу мовлення, значущі паузи) [29]. Автор дослідження робить висновок, що у мовленнєвих актах похвали використовуються позитивно-забарвлені іменники (*marvel, beauty*), прикметники (*nice, marvelous, great, fantastic, beautiful, fine, kind, right, wonderful, impressive*) та прислівники (*well, kindly, nicely*). Позитивне значення вищезгаданих слів підсилюється за рахунок використання поряд з ними прислівників з позитивною оцінкою *well, really, pretty, quite, frightfully, absolutely, kindly, highly, extremely, beautifully* та інших. [29].

Підсумовуючи вищесказане, слід відзначити, що лаудація – це багатогранне явище, соціальна, інтелектуальна, вербальна, комунікативна діяльність, когнітивний та ментальний процес. Лаудація розглядається як один із засобів аргументації і видів ціннісного судження. З прагматичного погляду лаудація співвідноситься з мовленнєвими актами позитивної оцінки.

### **1.3.3. Жанри лаудативного дискурсу.**

У сучасній лінгвістиці важливе місце посідає дискурсивний підхід до вивчення мовленнєвих жанрів (О.О. Селіванова [169;170], М.Н. Кожина [103], Т.В. Шмельова [211-213], А. Вежбицька [40], К.Ф. Седов [168], В.В. Демент'єв [68] та інші). Критерії розуміння сутності жанру та ракурси його аналізу в науковій літературі визначають багатоаспектність дослідження цього поняття. У різні часи проблеми жанру розглядались ученими з погляду концепцій жанроутворення А. Вежбицька 2007 [40], В. В. Демент'єв 1997

[68], К. Ф. Сєдов 2007 [168], окремих жанрів різних видів мистецтв (С. Аверинцев 1996 [2], М. М. Бахтін 1979, 1996 [18; 19]), риторичного аспекту (Т. О. Анісімова 2000 [7]) тощо.

Поняття жанру досліджували М.М. Бахтін [18], С. С. Аверинцев [3], Л. Пономарьова [145], Л. Вітгенштейн [47] та інші. У цьому дослідженні мовленнєвий жанр розуміється як вербальне оформлення типової ситуації соціальної взаємодії людей [68], [168]. Жанри багатьох видів дискурсу є добре вивченими, зокрема політичного [208], рекламного [82], [147], наукового [217], педагогічного [95], медичного [55] та інших.

У лінгвістиці існують декілька напрямів і підходів до дослідження мовленнєвих жанрів: функціональний (у межах конкретного мовленнєвого жанру в різних сферах мовного спілкування та в конкретній сфері мовного спілкування); лексичний, стилістичний та мовознавчий [213:27]; соціологічний, структурний (так звані жанрові схеми) та лексико-граматичний (характеристика за лексичними та/або граматичними ознаками); комунікативний (що ґрунтується на комунікативній меті, яка притаманна дискурсивним суспільствам [99]). Серед дослідників видів жанрів слід відзначити М.М. Бахтіна [19], Н.Д. Арутюнову [13], В.І. Карасика [95], О.А. Земську [80], А. А. Кібрика [99], [100], Т.В. Шмельову [211-213], Дж. Байбера [226], О.І. Шейгал [207], Т.В. Анісімову [7], В.Є. Гольдіна [60] та інших. Мовленнєві жанри лаудативного дискурсу характеризуються з урахуванням підходів, запропонованих М.М. Бахтіним [19], Н.Д. Арутюновою (іллокутивний критерій) [13], О.І. Шейгал (інституціональний критерій) [207], Т.В. Шмельовою (комунікативно-прагматичний критерій) [211], Т.В. Анісімовою (концептуальний критерій) [7] та В.Є. Гольдіним (за ступенем підготовки) [60].

Лаудативний дискурс не можна зарахувати до якоїсь однієї сфери використання мови, оскільки елементи лаудації можуть бути присутніми у багатьох видах дискурсу. Наприклад, політик вдається до висловлення похвали самому собі у передвиборчому виступі – він хвалить себе та свої дії

для того, щоб переконати виборців віддати за нього голос. З такою самою метою – метою переконання – похвала використовується у рекламних оголошеннях (цей жанр лаудативного дискурсу не розглядається у роботі, оскільки є добре вивченим [82], [147]). Лаудація також використовується в академічній комунікативній сфері (у схвальній рецензії, рекомендації, відгуці), судовій (наприклад, похвала адвокатом свого підзахисного у заключній промові), у сфері ЗМК (наприклад, некролог, стаття, що має на меті похвалити людину, подію, предмет тощо), у мережі Інтернет (наприклад, похвала собі на сайті знайомств), релігійній (панегірик, похвала святим) та інших.

Жанри лаудативного дискурсу можуть бути поширеними в одній лінгвокультурі та непоширеними або зовсім відсутніми в іншій. Наприклад, у багатьох лінгвокультурах не прийнято, щоб свідок нареченого виголошував промову на весіллі, проте, в англомовних країнах жодне весілля не обходиться без цієї промови. Нетиповою, наприклад, для української культури, але притаманною англомовним, є коротка (видавнича) анотація рекламного характеру, яка часто складається із цитат, узятих з рецензій. Близьким до неї жанром є похвальна рецензія на книгу або фільм, що друкується у журналі або газеті. Жанр некрологу є більш поширеним в англомовному світі, ніж, наприклад, в українській культурі. Близьким жанром до некрологу є надгробне слово, яке також є особливою рисою англомовних лінгвокультур. Найголовнішою відмінністю промови від некрологу є канал комунікації (некролог призначений для читання, у той час як надгробне слово проголошують).

За типами, що виокремив М. М. Бахтін для класифікації мовленнєвих жанрів [19], лаудативні англомовні жанри є оцінювальними, вторинними (що виникають під час культурного спілкування – художнього, наукового, політичного тощо, складаються з первинних – реплік, що формуються під час безпосереднього спілкування [19:159]), тематично зумовленими, діалогічними, риторичними, складними (підготовленими заздалегідь) та передбачають

наявність більше, ніж одного адресата, тому їхніми суб'єктно-адресатними відносинами є тип “агент - суспільство”. Інформативними жанрами є видавнича анотація рекламного характеру та похвальна рецензія, інші жанри – фактичні (мають контактну функцію — встановлення, збереження чи закріплення існуючих зв'язків і стосунків, індивідуальних чи соціально-масових [184], [198]). До писемних жанрів належать видавнича анотація рекламного характеру, похвальна рецензія і некролог, до усних - промова почесного свідка нареченого на весіллі та надгробне слово. Передбачена реакція адресата може бути відсутньою, реакцією словом або дією. Дистантне розташування комунікантів характерно для видавничої анотації рекламного характеру, схвальної рецензії та некрологу. За комунікативною метою жанри англомовного лаудативного дискурсу розрізняються як інформативні та етикетні (промова почесного свідка нареченого на весіллі, некролог) та імперативні (схвальна рецензія). За критерієм ставлення до події виокремлюються циклічні та спонтанні жанри. За характером головної інтенції відзначаються орієнтаційні (похвальна рецензія, некролог), ритуальні (промова почесного свідка нареченого на весіллі, надгробне слово) та агональні (видавнича анотація рекламного характеру).

Отже, жанри лаудативного дискурсу виокремлюються за єдністю критеріїв комунікативної мети та суб'єктно-адресатних відносин. Такими жанрами слід уважати наступні: комплімент, реклама (в тому числі політична), хвалебна промова, промова почесного свідка нареченого на весіллі, передвиборчий виступ, заключна промова адвоката в суді, констатація лікарем покращення здоров'я хворого, оголошення подяки у наказі, схвальна стаття або рецензія на книгу, фільм тощо, видавнича анотація рекламного характеру, похвала святим, схвальний відгук, рекомендація, персональне оголошення на сайті знайомств, надгробне слово, некролог. Власне жанри лаудативного дискурсу відрізняються характеристиками провідної інтенції, чергової локалізації, засобами та офіційності комунікації та ступенем підготовленості. До жанрів

лаудативного дискурсу, що є типовими для англомовних культур, слід зарахувати промову почесного свідка нареченого на весіллі, видавничу анотацію рекламного характеру, схвальну рецензію на книгу або фільм, надгробне слово, некролог. В роботі досліджуються особливості саме тих жанрів лаудативного дискурсу, що притаманні англомовним лінгвокультурам, тому не розглядаються такі, які є типовими для багатьох культур та/ або є добре вивченими (наприклад, реклама товарів або послуг).

#### **1.4. Основні характеристики англомовного лаудативного дискурсу**

Як зазначає В. І. Карасик, до компонентів дискурсу належать такі: учасники, місце та час, мета, комунікативні стратегії та тактики, а також лінгвістичні засоби комунікації [96]. У роботі не приділятиметься увага хронотопу лаудативної комунікації, оскільки цей компонент не є релевантним для дослідження, адже комунікація відбувається як в офіційній, так і неофіційній обстановках, залежно від жанру. Час, у якому відбувається комунікація, також не впливає на вираження похвали.

Ситуація лаудації виникає за наявності потреби у позитивній оцінці та висловленні похвали будь-якого вчинку, дії, явища або людині, наприклад, необхідність написання похвальної рецензії на книгу або створення реклами якогось товару. У процесі комунікації ця потреба реалізується як лаудативна ситуація, яка разом з невербальними аспектами комунікації та релевантними немовними компонентами, у тому числі антропологічними та соціальними чинниками, формують лаудативний дискурс. Під час реалізації лаудативної ситуації, враховується інтеракціональний характер комунікації, оскільки “дискурс – це завжди системний процес координації діяльності комунікантів” [83:17].

Мовленнєвим засобом вираження лаудації є текст, головним чином, в монологічній формі (наприклад, похвальна газетна стаття, похвальна рецензія, видавнича анотація рекламного характеру, некролог). Однак, дослідження свідчить, що лаудація може відбуватися і в діалогічній формі.

Так, на сайті знайомств в Інтернеті монологічні оголошення можуть перетворитись на діалог, коли зацікавлені співрозмовники ставлять додаткові запитання для подальшого знайомства, наприклад: *“I am a funny guy, who always keeps you smiling, laughing, feeling great!... // ... What is your hobby? // It’s one of the most amazing hobbies – kite-surfing! You need to be strong and brave. It is exciting!”* [347].

Учасниками комунікації є мовець, який звертається до адресата (реципієнта) із метою висловлення похвали чомусь або комусь. Залежно від жанру лаудативного дискурсу учасниками спілкування можуть бути представники різних соціальних класів, різного віку, професії, гендеру. Наприклад, у некролозі мовцем є автор, як правило, це журналіст або близький родич померлої людини, який звертається до реципієнтів з різним соціальним статусом з метою викликання почуттів жалю від втрати видатної людини, відчуття гордості за вчинки та досягнення померлої людини. У видавничій анотації рекламного характеру мовцем є також автор-журналіст. Тут, як і в некролозі, роль автора непомітна [187].

Кожен різновид інституційного дискурсу характеризується своєю мірою співвідношення між статусним та особистим компонентом [98]. Учасники комунікації можуть мати однаковий соціальний статус, як наприклад, при спілкуванні на сайті знайомств, оскільки така форма комунікації – опосередковане спілкування [149] - знищує всі статусні ознаки. Але в більшості випадків соціальний статус мовця та адресата різний. Так, у рекомендаціях або оголошенні подяки в наказі мовцем виступає людина з вищим соціальним статусом (науковий керівник, викладач, директор, полковник або генерал, тощо), тоді як реципієнтом буде людина нижчого соціального статусу (службовець, студент, солдат та інші).

Оскільки оцінювальні висловлення прагнуть вплинути на адресата [14:183], то комунікативною метою мовця можна вважати похвалу певної події, вчинку або людини з наміром викликати почуття гордості, поваги або навіть бажання бути схожим на цю людину у професійному або особистому

житті, чинити відповідно (за Ч. Стівенсоном [285:153]), а також спонукання до певних дій. Наприклад, комунікативною метою мовця у похвальній рецензії на книгу є спонукання адресата до її прочитання. У видавничій анотації рекламного характеру адресант має намір спонукати реципієнта до читання. У некролозі мовець прагне залишити якомога світліший образ та пам'ять про померлу людину, увіковічити її ім'я навіки.

Реакція читача може бути подвійною [29; 102]:

1) прийняття похвали. За Р. Хеаром, якщо людина приймає позитивну оцінку (тобто похвалу), то вона сприймає й імператив, що містить у собі цей мовленнєвий акт [257]. Отже, сприйняття похвали виявляється у появі певних емоцій або виконанні реципієнтом певних дій. У цьому випадку мовленнєвий акт лаудації є успішним.

2) неприйняття похвали, яке полягає у незгоді з похвалою, а, можливо, й обуренні. Читач залишається байдужим, і мовленнєвий акт є неуспішним. Отже, мета певного впливу на адресата досягається не завжди й очікуваний перлокутивний ефект може залишитися нереалізованим [29; 102].

Для успішності лаудації мовець має бути переконливим. Щоб досягнути цієї мети, адресант повинен обирати такі мовні засоби, які б мали настанову на переконання. Такими засобами переважно є використання емотивної лексики та риторичних тропів та фігур [125] (більш детально про це йтиметься далі), які здатні забезпечити найбільший вплив на адресата. Статусний компонент також упливає на успішність комунікації, оскільки соціальна належність мовця певним чином визначає вибір мовних засобів висловлення похвали [51:172]. Так, можна відзначити наявність часткового бар'єру для так званих "сторонніх", тобто тих, на кого не спрямований комунікативний намір мовця. Під *бар'єром* можна розуміти різний вік, соціальний статус, національність, расову (а іноді й гендерну) належність [6: 281]. Бар'єр реалізується у невдалому виборі певних мовних засобів, вживання специфічної лексики. Наприклад, персональне оголошення на сайті знайомств може прочитати будь-яка людина, яка зайшла на сайт, але

молодіжний сленг може бути незрозумілим для людей старшого віку, тому деякі реципієнти можуть відмовитися від подальшої комунікації. При висловленні похвали в професійній характеристиці службовцю використання специфічних термінів також обмежує коло потенційних адресатів: для людей, яким невідомі терміни, буде незрозумілим похвала. Використання такого бар'єру можна пояснити наміром мовця спрямувати своє звернення певному адресатові, виключаючи можливість втягнення третьої особи. Виникнення часткового бар'єру залежить від використання деяких риторичних фігур і тропів. Наприклад, вживання антономазії або метафори передбачає, що реципієнт має достатньо фонових знань для їхнього розуміння [6; 281], в іншому випадку – коли адресат немає відповідних знань – такі риторичні засоби відіграють роль часткового бар'єру, який призводить до непорозуміння. Але в такому випадку його наявність не передбачається мовцем, іншими словами, його виникнення не є прямим наміром агента. У разі необхідності мовець може використовувати частковий бар'єр навмисно в рецензії або виголошенні подяки, коли виникає необхідність вживати терміни, зрозумілі лише певному колу реципієнтів. Однак, у більшості випадків мовець не обмежує коло своїх адресатів. Так, у некрологах і видавничих анотаціях рекламного характера соціальний статус адресата є не важливим, що підтверджує використання книжної лексики.

Отже, учасниками комунікації є мовець та адресат. Мовець звертається до адресата з метою висловлення похвали об'єкту лаудації. Обставини, за яких відбувається лаудація, залежать від певного жанру лаудативного дискурсу.

### **1.5. Комунікативні стратегії і тактики англомовного лаудативного дискурсу**

Використання термінів “стратегія” і “тактика” в дослідженнях дискурсу спостерігається з 1980-х років, що пов'язано з застосуванням комунікативного підходу до вивчення мовних явищ [89:52], а також із

переходом від розгляду ізольованих висловлювань до їх комплексного вивчення у рамках дискурсу [81:89]. У сучасній лінгвістиці досліджувалися комунікативні стратегії і тактики таких різновидів дискурсу: політичного [138], [48], [289], [207], [65], рекламного (А. Д. Белова [24], О. С. Попова [147], Т. В. Гулак [61], Т. С. Бурейчак [36]), медичного (С. В. Вострова [55]), судового (Т. А. Скуратовська [180]), педагогічного (Л. Б. Колток [105]), але досі немає досліджень комунікативних стратегій і тактик лаудативного дискурсу. Комунікативну стратегію розуміємо як комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети [89:54], а комунікативну тактику – як комплекс мовленнєвих та мовних прийомів побудови тексту [83], оскільки, як справедливо зауважує Н. І. Формановська, стратегії є пов'язаними з метою комунікації, водночас як тактики складаються з певних комунікативних ходів, які відповідають загальній стратегії [199]. Універсальна типологія стратегій навряд чи можлива [208; 134]. Зокрема, класифікація мовленнєвих стратегій може бути побудована на основі таких параметрів: явна або прихована мотивація мовцем своєї вимоги (прохання), тип мотивації (санкції, потреби самого мовця, раціональні докази), спосіб контролю за ефективністю мотивації (який може здійснити сам мовець або партнер з комунікації), час задоволення потреби – минулий, теперішній, майбутній [188].

За класифікацією М. Ю. Олешкова [134], всі стратегії лаудативного дискурсу поділяються на: інформаційні-аргументативні, експресивно-апелятивні, контрольньо-оцінювальні, когнітивно-інформативні та прагма-маніпулятивні. Інформаційно-аргументативна стратегія реалізується тактикою передачі інформації і використовується у промові почесного свідка нареченого на весіллі, похвальній рецензії, видавничій анотації рекламного характеру, некролозі, панегірику. Експресивно-апелятивна стратегія сприяє формуванню емоційного настрою і є характерною, наприклад, для промови почесного свідка нареченого на весіллі. Контрольно-оцінювальна стратегія реалізується тактикою оцінки поведінки та ставлення і вживається у

похвальній рецензії, рекомендації, некролозі, панегірику. Когнітивно-інформативні стратегії вживаються, наприклад, у похвальній рецензії на книгу. Прагма-маніпулятивні стратегії використовуються у висловленні похвали в рекламних повідомленнях, видавничих анотаціях рекламного характеру та передвиборчих виступах [65].

Стратегії і тактики лаудативного дискурсу описуватимуться за схемою, запропонованою О. С. Ісерс, яка виокремлює засади, мету, мотив і настанови мовця, фази спілкування, власне комунікативні стратегії і тактики та їхні лінгвістичні показники [89:75].

Засадами комунікації у лаудації є соціальні або персональні потреби людини. Наприклад, соціальні засновки проявляються у видавничій анотації рекламного характеру у якості пропаганди, у передвиборчих виступах політиків, у промові почесного свідка нареченого на весіллі. Персональні потреби людини є засадою схвальної рецензії. Когнітивні засади проявляються, коли мовець апелює до емоцій адресата через сугестію з наміром викликати в адресата певний емоційний стан. Цей прийом використовується у некролозі, промові почесного свідка нареченого на весіллі та, найчастіше, у передвиборчих виступах, коли велике значення має вплив на емоції та почуття виборців.

Довгостроковою (або глобальною [66]) метою лаудативного дискурсу є формування в адресата позитивних емоцій, певних почуттів, позитивного ставлення до об'єкту похвали, зміна нейтральних або негативних емоцій, почуттів або ставлень на позитивні. Серед епізодичної мети слід відзначити власне похвалу досягненням людини за життя (некролог), розповідь про заслуги (виголошення подяки у наказі; промова почесного свідка нареченого, некролог), опис позитивних рис і якостей (всі жанри), розповідь про минуле та про певні позитивні зміни в житті людини (промова почесного свідка нареченого), похвала зовнішності або інших якостей людини (персональне оголошення на сайті знайомств, рекомендація); вихваляння достоїнств або корисності книги, предмету тощо (видавнича анотація рекламного характеру,

похвальна рецензія). Головною комунікативною метою лаудації є повідомлення невідомих фактів та висвітлення їх у позитивному світлі для спонукання адресата до певних дій або формування у нього певних почуттів та емоцій. Другорядною метою, що є похідною від мотивів, слід вважати самовиявлення (персональне оголошення на сайті знайомств), прагнення зберегти цінності (некролог), бажання керувати ситуацією (рекомендація, похвальна рецензія, видавнича анотація рекламного характеру), формування емоційного настрою, позитивного ставлення до кандидата та наміру проголосувати за нього на виборах (передвиборчий виступ).

Принципами стратегій і тактик лаудативного дискурсу є сповіщення похвальної інформації про об'єкт похвали для того, щоб викликати в реципієнта почуття захоплення певним об'єктом. Стратегії і тактики лаудативного дискурсу належать переважно до кооперативного типу, що забезпечує запам'ятовування та ефективність персуазивних повідомлень, а також успішність комунікації. Лаудативному дискурсу не притаманна швидка зміна тактик, а також використання численних тактик, що пояснюється монологічністю цього різновиду дискурсу.

Фази спілкування мають такі стадії: перша – контактовстановлююча; друга (основна) – концентрація уваги на темі або темах, і третя, заключна, – підбивання підсумків і прощання [46]. Під час контактовстановлюючої стадії у лаудативному дискурсі використовується комунікативна стратегія самопрезентації (напр., у персональному оголошенні на сайті знайомств, промові почесного свідка нареченого, передвиборчому виступі), за допомогою якої мовець представляє об'єкт лаудації, тобто себе, оскільки мовець є водночас об'єктом похвали. В протилежному випадку, коли мовець не є об'єктом похвали, використовується стратегія презентації, яка до цього часу не згадувалася лінгвістами. Така стратегія існує в певних жанрах лаудативного дискурсу, оскільки за її допомогою мовець у похвальній формі вперше говорить, про кого буде йти мова. Так, адресант видавничої анотації рекламного характеру, похвальної рекомендації, рецензії, некрологу починає

саме з презентації суб'єкта, напр.: “*Barthes’s most popular and unusual performance as a writer is A Lover’s Discourse, a writing out of the discourse love*” [341]. Стратегії першої стадії відповідно реалізуються у тактиках самопрезентації і тактиці встановлення загального тону. У передвиборчому виступі та персональному оголошенні на сайті знайомств стратегія самопрезентації нерозривно пов’язана з тактикою самовихваляння, у тому числі непрямого. За її допомогою мовець хвалить себе, наприклад: “*I believe I’m going to win, because the American people know I know how to lead*” [329] (тактика самовихваляння реалізується за допомогою синтаксичних засобів - вживання складних речень); “*I can make Americans safer than President Bush has made us... I have a better plan for homeland security... I can do a better job in Iraq*” [329] (тактика самовихваляння реалізується за допомогою морфологічних засобів - використання прикметників вищого ступеня).

Концентрація уваги на темі в жанрах лаудативного дискурсу (висловлення похвали діяльності людини або позитивна характеристика предмету) здійснюється за допомогою стратегії вихваляння, яка реалізується тактикою похвали (власне вихваляння) та повідомлення похвальної інформації. Ці інформативні-аргументативні стратегії і тактики передають похвальну інформацію про об’єкт лаудації. Для цієї стадії також характерна контрольна-оцінювальна стратегія, оскільки мовець виражає суб’єктивну оцінку характеристикам об’єкта похвали. Слід виокремити тактику імпліцитної оцінки, яка реалізується через комунікативний хід переліку заслуг. Ця тактика вживається, наприклад, в академічній похвальній рекомендації, похвальній рецензії, некрологах, панегіриках.

За допомогою стратегії ввічливості, що зустрічається, зокрема, у некролозі та промові почесного свідка нареченого на весіллі, мовець припускає наявність, можливо, негативної інформації про предмет, людину або її дію, які вихвалюють, але із ввічливості таку інформацію вважає за краще не згадувати. У випадку, якщо негативна інформація згадується, то приховуються деталі та применшуються недоліки. Для лаудативного

дискурсу також характерне використання тактики налаштування емоцій, оскільки цей вид дискурсу відзначається високою евалюативністю: вихваляння має викликати гордість, повагу, захоплення. Приклади аналізуватимуться надалі.

У передвиборчому виступі для висловлення лаудації використовується тактика позитивного позиціонування і використання колишніх заслуг – так звана тактика “від досягнутого результату” [65], наприклад: “*I’ve shown the American people I know how to lead*” [329]. У цьому прикладі тактика реалізується за допомогою синтаксичних (вживання складних речень) і морфологічних засобів (вживання теперішнього завершеного часу дієслова – The Present Perfect Tense).

У лаудативному дискурсі використовуються стратегії дискредитації, що на перший погляд здається не притаманним цьому виду дискурсу. Ще в давні часи Аристотель відзначив цю особливість вихваляння: якщо не маєш, що вихваляти, слід порівняти людину, яку хвалиш, з іншою, але відомою людиною, оскільки “у випадку, якщо вона виявиться кращою за людей, що гідні поваги, то її позитивна якість (гідність) від цього лише виграватиме” [9:360]. Таким чином, вихваляння здійснюється через порівняння – очевидно, що людина, яку хвалять, виглядатиме краще на фоні іншої людини, яку критикують. В основі стратегії дискредитації (створення “кола чужих”) лежать принципи вербальної агресії та дистанціювання від ворога [89], які також є основою тактик “створення образу ворога” та тактики “дистанціювання” від нього. Головним чином, зазначені стратегії та тактики використовуються у передвиборчих виступах для створення позитивного образу кандидата на фоні дискредитації супротивника.

У таких жанрах лаудативного дискурсу, як некролог, промова почесного свідка нареченого на весіллі, передвиборчий виступ, використовується стратегія утворення “кола своїх”, що має за принципи інтеграцію [208] та героїзацію [195]. Така стратегія реалізується у тактиках “солідаризації з адресатом” і “створення образу героя”. Перша тактика має за

мету демонстрацію позитивних якостей, друга – передбачає формування героїчного образу та лідерських якостей в очах масового отримувача через створення позитивного ставлення до того, кого хвалять, та його дій [166].

Заключним етапом є підбиття підсумків. Для цього етапу характерне використання стратегії позитивних стимуляцій, яка реалізується у тактиці обіцянки. Наприклад, за допомогою цієї тактики мовець у некролозі висловлює обіцянку вічно пам'ятати про життя певної видатної людини.

Для лаудативного дискурсу притаманні комунікативні стратегії, що також використовуються у рекламному дискурсі [147]. Такі стратегії (надалі: рекламні) притаманні таким жанрам лаудативного дискурсу, як рекомендація, виголошення подяки у наказі, промова почесного свідка нареченого на весіллі, некролог, видавнича анотація рекламного характеру та рекламні тексти, що хвалять товар або послугу. Оскільки мета рекламних текстів – сформуванню позитивне ставлення споживача до товару/ послуги, що рекламується, створити у споживача позитивний емоційний настрій на покупку, то рекламні стратегії спрямовані на зняття критичного сприйняття рекламного тексту адресатом та формування у реципієнта позитивного емоційного настрою. Рекламні стратегії є також маніпулятивними через те, що це вид мовленнєвого впливу, який використовується для прихованого впровадження у психіку адресата мети, бажань, прагнень, ставлення або настанов, що не співпадають з тими, які має адресат у даний момент [37:99]. За їх допомогою мовець “нав’язує” аудиторії певне уявлення про дійсність, формує потрібне ставлення до неї, викликає певну емоційну реакцію [147]. Тактикою таких стратегій у лаудативному дискурсі є “гра на підвищення” ролі та статусу адресата, в якій “наростає” похвала предмету мовлення. Наприклад, у рекламному оголошенні (реклама одягу) “гра на підвищення” реалізується за допомогою риторичного засобу градації (наприклад, *“It’s not only totally waterproof, it’s also impenetrable to stiff breezes, gales and even hurricanes. In fact, the harder the wind blows, the more noticeable the insulation effect becomes ... Gore-Tex fabric is one of the most stylish... All of which makes it*

*just the jacket for travelling first class...*” [341]) або за допомогою декількох риторичних засобів – порівняння, метафори, градації (наприклад, “*To hold a copy of The Connected Discourses of the Buddha is like holding treasure in your hands. Bhikkhu Bodhi has, once again, given English readers all over the world another reason to rejoice by making the ancient words of the Buddha come alive in our contemporary lives. Timely and significant, highly readable, and invaluable*” [341]). Аналіз мовних засобів реалізації мовленнєвих стратегій і тактик аналізуватимуться надалі детальніше на прикладі різних жанрів лаудативного дискурсу.

Отже, для висловлення лаудації у проаналізованих текстах мовець використовує такі комунікативні стратегії: інформаційно-аргументативну, експресивно-апелятивну, контрольню-оцінювальну, когнітивно-інформативну та прагма-маніпулятивну. Інформативно-аргументативна стратегія використовується для повідомлення похвальної інформації про об’єкт лаудації. Експресивно-апелятивна стратегія спрямована на налаштування емоцій. Контрольно-оцінювальна стратегія вживається для вираження оцінки поведінки та ставлення до об’єкта похвали. За допомогою когнітивно-інформативної стратегії мовець презентує об’єкт лаудації. Прагма-маніпулятивна стратегія використовується для вираження лаудації предмету з метою реклами або подальшого просування.

### **1.6. Евалюативна природа лаудативного дискурсу**

Як зазначалося вище, лаудація є оцінювальним мовленнєвим актом [18]. До похвали відносяться лише позитивні оцінювальні жанри [102], [51], [85], [14], [29]. Для цього дослідження релевантним є виокремлення понять “оцінка (позитивна)” та “лаудація”. Аналіз словникових дефініцій свідчить про те, що оцінка – це судження або висловлення думки про когось або щось, відзначення, наскільки добрим, корисним або успішним є хтось або щось. О. М. Вольф [51] та Н. І. Формановська [198] відзначають, що оцінка висловлює як позитивне, так і негативне судження, схвалення або

несхвалення чогось/ когось. Лаудація – це позитивна оцінка [85; 102; 29], визначення чогось/ когось правильним, хорошим. Відмінність позитивної оцінки та лаудації полягає у різній іллокутивній меті. Висловлення позитивного судження із іллокутивною метою висловлення захоплення чимось/ кимось – це лаудація. Висловлення позитивного судження про щось/ когось з метою схвалення – це оцінка (позитивна).

П. Серль відзначав, що “мета оцінювальних висловлювань полягає не в тому, щоб описувати світ, а в тому, щоб висловлювати емоції та ставлення, хвалити або лаяти, лестити або ображати, рекомендувати або радити, наказувати або керувати, тощо” [284:18]. Р. Хєар та А. Айєр пов’язували значення оцінювальних предикатів із емоційною сферою мовця та комунікативною метою висловлення [201], [221]. Так, лаудація характеризується експресивністю, тобто емоційно- оцінювальним ставленням мовця до предметно-змістовного складу свого висловлення [51].

Експресія - це виразно-зображальні властивості мови, що виявляються у лексичних, словотворчих і морфологічних засобах, і які надають мовленню образності та емоційної забарвленості; це результат стилістичної, оцінювальної та емоційної маркованості слів [294:74], [296:535], [293:524]. Т. Г. Винокур [45:57] називає експресію виразністю вислову. О. М. Вольф вважає експресивність властивістю висловлення в цілому, пов’язує її з емоційною оцінкою і вважає, що експресивність спрямована на посилення емоційного впливу на співрозмовника [51:42]. У нашому дослідженні під експресією розуміємо не як те, що надає мовленню емоційності, образності, характерності, а те, що саме породжується емоційністю, образністю, характерністю мовлення. Експресія - це не виразність, а інтенсифікація, підкреслення виразності, це збільшення вражаючої (діючої) сили вислову, надання йому особливої психологічно вмотивованої піднесеності.

Так, мовні засоби висловлення лаудації маркуються як емоційні, оцінювальні, тобто вони висловлюють емоційність, оцінку, таким чином, створюють експресивність мовлення. Оскільки похвала належить до

оцінювальних мовленєвих актів, то можна припустити, що для висловлення лаудації характерні емоційні та аксіологічні лексичні, синтаксичні, риторичні та стилістичні засоби, які досліджувались та детально описані в роботах І. Р. Гальперіна [56], В. Ю. Апресяна [8], В. В. Виногорова [44], В. М. Телії [189-191], Дж. Лакоффа [268], І. В. Арнольд [10], [11], А. В. Куніна [112], Д. Є. Розенталя [163], Л. І. Мацько [125], О. В. Олександрової [5] та інших. Використання цитат також можна вважати засобом висловлення експресивності, оскільки експресія мовця у чужому мовленні поширюється на мовця, який її цитує [18]. Таким чином, можна припустити, що деякі мовленнєві жанри лаудативного дискурсу, зокрема некролог, промова почесного свідка нареченого на весіллі, хвалебна промова, характеризуються подвійною експресією – своєю та чужою.

Отже, похвала відноситься до мовленнєвих актів, основний зміст яких складає оцінка. З погляду на оцінку, вона охоплює ту область суб'єктивно-об'єктивних відносин, що пов'язана з цінністю. Лаудація висловлюється за допомогою мовних (лексичних, морфологічних, синтаксичних, риторичних) засобів, які поза мовленням не містять евалюативності.

### **Висновки до першого розділу**

Лаудативний дискурс - це складне комунікативне явище, головною метою спілкування учасників якого є висловлення похвали. Комунікація здійснюється в усній та письмовій формі, її учасниками (адресатом та адресантом) виступають інституції (корпорації, політичні партії тощо) та особи, а повідомлення поєднує мовні і позамовні засоби. Вирізняють офіційну/ неофіційну лаудацію, щирі/ нещирі, суб'єктивну/ об'єктивну, ритуальну/ повсякденну, спонтанну/ підготовлену, імпліцитну/ експліцитну, пряму/ непряму.

Комунікативний акт лаудації виникає у зв'язку з потребою у позитивній оцінці та висловленні похвали будь-якому вчинку, дії, явищу або людині. Іллокутивною метою мовця є висловлення похвали предмету,

людині, події тощо з наміром формування певних емоцій та спонукання до певних дій. Лаудативна комунікація відбувається як в офіційній, так і неофіційній обстановці.

Жанри лаудативного дискурсу виокремлюються за єдністю критеріїв комунікативної мети та суб'єктно-адресатних відносин та відрізняються один від одного за відмінностями характеристик провідної інтенції, поступової локалізації, засобу та ступенем офіційності комунікації та ступенем підготовленості. Жанрами лаудативного дискурсу є: рекламне повідомлення, комплімент, хвалебна промова, ювілейна промова, промова почесного свідка нареченого на весіллі, політична реклама, передвиборчий виступ, заключна промова адвоката в суді, констатація покращення здоров'я хворого, оголошення подяки у наказі, схвальна рецензія на книгу, фільм тощо, видавнича анотація рекламного характеру, похвала святим, похвальний відгук, похвальна рекомендація, персональне оголошення на сайті знайомств, епітафія, надгробне слово, некролог. Типовими для англійських лінгвокультур жанрами є такі: промова почесного свідка нареченого на весіллі, видавнича анотація рекламного характеру, похвальна рецензія на книгу або фільм, ювілейна промова, надгробна промова та некролог.

Лаудативний дискурс характеризується інформаційно-аргументативними (тактика передачі інформації, встановлення загального тону, вихваляння/ самовихваляння, повідомлення похвальної інформації), експресивно-апелятивними (тактика налаштування емоцій), контрольювальними (тактика оцінки поведінки та ставлення, імпліцитної оцінки), когнітивно-інформативними (стратегія презентації/ самопрезентації, тактикою позитивного позиціонування та використання колишніх заслуг, стратегія ввічливості) та прагма-маніпулятивними (стратегії створення “кола своїх”, “створення образу героя”, дискредитації, тактики створення образу ворога та дистанціювання від нього, стратегія позитивних стимуляцій, тактики обіцянки та узагальнення, стратегія реклами, тактика “гра на підвищення”) стратегіями та тактиками.

Похвала належить до групи мовленнєвих актів, основний зміст яких складає позитивна оцінка. Іллокутивна мета мовця у мовленнєвому акті похвали досягається лексичними, морфологічними, синтаксичними та риторичними засобами. Мовленнєвий акт похвали відрізняється від мовленнєвого акту оцінки іллокутивною метою мовця та очікуваним перлокутивним ефектом.

Основні положення розділу викладені в таких публікаціях: “Лаудативний дискурс: прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти” [196], “Основні жанрові форми втілення сучасного англомовного лаудативного дискурсу” [161] та “Комунікативні стратегії і тактики лаудативного дискурсу (на матеріалі англійської мови)” [156].

## РОЗДІЛ 2

### ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ І СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ АНГЛОМОВНОГО ЛАУДАТИВНОГО ДИСКУРСУ

#### 2.1. Лінгвокультурні характеристики лаудативного дискурсу

Як комунікативний процес, лаудативний дискурс відображає культурні особливості англомовних країн світу. Вплив культурного чинника на висловлення лаудації зумовлюється культурною належністю (англ. “*cultural background*”) учасників спілкування, яка у нашому дослідженні розглядається як належність учасників спілкування до британської або північно-американської культури. Культурні особливості розуміються як відображення типів світогляду, звичаїв, обрядів, побуту, вірувань, духовного життя, науки, мистецтва [206], [114], [21], а також специфіка тезаурусної організації культурно-мовної спільноти (система традиційних образів, порівнянь, символічне вживання певних денотатів) та специфіка мови певної культурно-мовної спільноти (система стереотипів, символів, еталонів, образів, етикетні форми) [120], [96]. Оскільки кожна лінгвокультурна спільнота характеризується відмінним від інших духовним світом, свідомістю і мисленням, що відбивається у комунікації, підстави та правила похвали різнитимуться у кожній країні, що зумовлено відмінностями в національних картинах світу. Дослідження свідчить, що висловлення похвали британцями та американцями відрізнятиметься за об’єктом лаудації.

Для британців лаудацією є висловлення прагнення досягти в житті більшого, ніж він/ вона має на теперішній час, для чого мовець використовує ступені порівняння прикметників, наприклад: “*I work pretty hard and want a better social life*” [347]. Британці хвалять своє захоплення роботою, на що вказує вживання лексики з відповідною семантикою, наприклад: “*The one thing that I am passionate about is my job*” [346]. Похвала британців є стриманою, про що свідчить вживання еліптичних речень (наприклад: “*Crazy about animals. Enjoy the countryside*” [348]). Зважаючи на ввічливість

англійців, а також небажання говорити неправду, вони не прямо вказуватимуть на те, щоб бажали бачити поряд із собою освічену людину, а перелічать певні якості (за допомогою стилістичного засобу переліку, приклад надалі). З цією метою використовується перифраза, наприклад: *“I am looking for a man who can read a book and discuss it, dance and play a musical instrument but not necessarily all the time”* [346]. Із наведеного прикладу видно, що дівчина шукає освіченого чоловіка, але не вказала на це прямо, оскільки, можливо, боялась образити когось, хто читає її профіль, бо освіта може бути різною: чоловік може подумати про вищу освіту, яку доволі важко здобути. Крім цього, приклад відзначається гумором (на що вказує вживання іронії: *“but not necessarily all time”*), без якого британці також не обходяться ніколи, бо відсутність почуття гумору – це образа для англійця. Іншим прикладом вживання риторичного прийому іронії при висловленні похвали є наступний: *“I m not independent as I first come across... I need someone to get the spiders out of the bath and help with directions when driving!!!”*[348].

Американці хвалять дружелюбність (наприклад, за допомогою ступенів порівняння прикметників: *“Three of my best life-skills: Being a good friend and companion... Finding pleasure and contentment in simple things... Cooking for my family and friends”* [346]), комунікабельність (за допомогою дієслів та фраз з відповідною семантикою, наприклад, *“Most people feel comfortable with me and have no problems talking with me about anything”* [346]), прагнення бути корисним суспільству (за допомогою дієслів і фраз з відповідною семантикою, наприклад, *“I am passionate about being a global citizen and putting something positive back into the world around me/ about improving the lives of others, setting a positive example, relationships, friends, family, always progressing and setting personal goals”* [348]) і любов до пригод, рішучість (наприклад, за допомогою теперішнього продовженого часу дієслів: *“I am always willing to learn about and try new things”* [346], оцінювальних дієслів і

лексики з відповідною семантикою: *“I love adventure and having the opportunity to see and explore new things”* [346]).

Спільними лінгвокультурними рисами при висловленні лаудації є похвала наявності власного дому (наприклад, за допомогою епітетів мовець підкреслює важливість хорошого розташування та незвичності, особливості дому: *“I’ve an interesting, challenging job that I enjoy; a well-located, slightly unusual house that I love”* [348]) та захопленню спортом (наприклад, за допомогою повтору та вживання оцінювального прикметника: *“I am a keen skier and snowboarder. I’m a keen and regular user of the gym and also running”* [347]). Британці, так й американці хвалять освіченість, наприклад, за допомогою ступенів порівняння прикметників: *“The three things that I am most thankful for: family, immediate and extended friends, education”* [348]. Слід окремо відзначити, що людина, яка не отримала вищої освіти відразу ж після середньої, намагається знайти кошти та піти навчатися, коли це стане можливим. Такий вчинок заслуговує на повагу інших людей (на що вказують дієслова з відповідною семантикою, наприклад: *“Jason had plans for his life and after much careful thought left his job and went back to school, which must have been a tough decision and one I very much respect him for”* [335] або *“I have worked offshore for the last couple of years as a ROV pilot. But I have taken the big step and decided to go back to Uni”* [346]), тому такі вчинки хваляться. Більше того, хвалиться, якщо людина вже має певну освіту, але не зупиняється на цьому та продовжує всесторонній розвиток, наприклад: *“I am always willing to learn about and try new things. I am passionate about learning in general. Three of my best life-skills are: continuing to expand my knowledge and awareness”* [347]. Для вираження похвали в цьому прикладі використовується теперішній продовжений час дієслова (“*am willing*”), який вказує на тривалість дії, оцінювальний прикметник (“*passionate*”), що підкреслює прагнення до навчання, та вищий ступінь порівняння прикметника (“*the best*”) для того, щоб зазначити важливість певної риси.

Висловлення похвали відображує відповідні фонові знання, розуміння яких полегшує спілкування. Наприклад, згадування культурних реалій при похвалі може викликати певні почуття без додаткових пояснень, тоді як для представника іншої культури ці пояснення необхідні. Так, у прикладі з промови почесного свідка нареченого на весіллі *“He is very conscious of his diet though. Every day he eats something from one of the four main food groups – McDonald’s, Burger King, Wimpy and KFC”* [340] на перший погляд здається, що мовець вихвалює стурбованість нареченого своїм здоров’ям, але назви ресторанів швидкого харчування цілком знайомі для англомовного суспільства, тому слухачі розуміють, що похвала має іронічний характер. В іншому прикладі, в якому йдеться про надзвичайну роль Майкла Джексона в розвитку музичної культури, просте згадування мовцем музичних груп, на які вплинула творчість відомого співака, без перерахування їх успіхів, засвідчує його справжній успіх, знаменитість, важливість, а, отже, й впливовість: *“Jackson’s soulful falsetto, not to mention his nifty dance moves, would influence scores of entertainers, from Prince to Usher to Justin Timberlake. In fact, it would be hard to imagine the success of such ‘90s boy groups as Backstreet Boys and ‘N Sync without Jackson’s inspiration”* [332].

Лінгвокультурні особливості лаудативного дискурсу досліджуються на прикладі жанрів, що посідають особливе місце в англомовних лінгвокультурах. Розглянемо загальні лінгвокультурні характеристики цих жанрів. Лінгвістичний аналіз здійснюється надалі у відповідних підпунктах.

Промова почесного свідка нареченого на весіллі є жанром лаудативного дискурсу, який є традиційним для американської та британської лінгвокультур. Така промова посідає особливе місце в англомовних культурах. На теперішній час промова почесного свідка нареченого вивчалася як літературний, риторичний жанр [1], жанр релігійного та ритуального дискурсів [31]. Як жанр лаудативного дискурсу, він досі не досліджувався.

Традиція мати почесного свідка на весіллі існує з давних часів. У Сполучених Штатах Америки та Великій Британії свідком нареченого обирається його найближчий родич, колега або друг. Відмінною рисою американської лінгвокультури є те, що свідком, як правило, обирається брат нареченого. Цей факт, як правило, згадується у промові почесного свідка нареченого, наприклад: *“Good evening. For anyone who doesn't know me, my name is Lacy and not only do I have the dubious distinction of acting as best man this evening, but I also have the pleasure of being Jason's brother as well. On behalf of the family, and Jason and Melanie, I'd like to welcome you to the wedding!”* [337]. Історично склалося так, що пропозиція бути почесним свідком нареченого розглядалася як відзнака пошани та високої відповідальності, про що почесний свідок нареченого обов'язково згадує у промові, наприклад: *“Actually, it really is an honor to be Jason's Best Man because he's one of the best men I know. He is truly a quality individual. He's a great friend and lifelong confidant. We were always together. We were really more like brothers”* [335]; *“I would like to tell them both that it was a special honor for me to be asked to be a part of this incredible day for them both”* [333]; *“For those that don't know me, my name is Steve I am Dave's brother, and yes, it was I who drew the short straw.....I mean, was given the great honour of being the Best Man here today”* [338].

Промова почесного свідка нареченого є важливою частиною святкування, та його першим (у США) або останнім (у Великій Британії) виступом. Ця промова готується заздалегідь, а не є імпровізацією. У випадку, якщо свідок не має часу підготувати власну промову, він може використати шаблон, однак незважаючи на це, знадобиться доповнити його не тільки іменами наречених, але й власними жартами, подробицями з приватного життя нареченого, цитуванням для того, щоб зробити промову гумористичною, що дуже важливо як для американської, так і британської лінгвокультури [274]. Жартом може бути смішний невеликий вислів видатної людини, щоб відразу перейти “до суті”. З тієї ж причини краще скоротити

жарт або анекдот. Важливо, щоб промова була водночас серйозною та смішною [274].

Написання промови передбачає врахування того, як сам наречений ставиться до жартів на свій рахунок. В американському суспільстві промова почесного свідка нареченого, зазвичай, розкриває особистість нареченого, включає кумедні коментарі, незначне висміювання нареченого та подробиці з його приватного життя [274]. Якщо в промові почесний свідок жартує над нареченим, він обов'язково наводить багато щирих пояснень, щоб не образити його. Почесний свідок обирає такі жарти та пояснення, які можуть бути зрозумілі та оцінені як дорослими, так і дітьми – загалом, публікою будь-якого віку [274].

Іноді в американській лінгвокультурі промову називають тостом [274], тому що її заключні речення і є саме тостом, хоча це різні жанри, адже вони мають дві принципові відмінності: різну тривалість у часі (промови, що досліджувалися, становили у середньому 20 речень, найдовша містила 65 речень; тост, як правило, короткий та становить два – три речення) та іншу головну мету (у тості – це висловлення будь-яких побажань відповідно до приводу, а в промові – це передусім висловлення похвали нареченому) [274]. За традицією, промова є короткою, зазвичай достатньо п'яти – десяти хвилин (за іншими даними – навіть трьох або чотирьох) [274], тому що свідок не є центром уваги на весіллі. Крім того, дуже довга розповідь про наречених стомить публіку та їй загалом промовляти її буде важче. Почесний свідок за бажанням жартує з власного нервування, що позитивно впливає на публіку та прихиляє її до свідка. Так, дослідження встановило, що деякі промови містили подібні жарти, наприклад: *“Personally, I wish you'd all stayed at Best Man's side and made my day less nerve wracking! I must confess to being a little nervous as I stand before you, as public speaking has never been my thing”* [334]. Загалом, тривалість промови може бути різною, але завжди помітно, що почесний свідок нареченого не просто байдуже сказав декілька слів, а доклав зусиль до її написання.

Жанровою особливістю американських промов почесного свідка нареченого, що досліджувалися, є похвальна розповідь про життя нареченого до одруження, у той час як британці розповідають гумористичну історію з життя нареченого. Причому у Великій Британії свідок хвалить не особисті якості нареченого, а його зовнішній вигляд та зовнішній вигляд нареченої. У США багато людей також очікують, що свідок розповість якусь гарну історію з життя нареченого до одруження, що також підтвердило це дослідження (наприклад, *“I know I should be saying all the usual polite things about my good friend Chamirai, but we all know what you’re waiting to hear. So let’s get straight to the important part: the embarrassing secrets”* [336]). Почесний свідок обирає таку історію і розповідає її так, щоб цим не викликати негативних почуттів. Тематика як британської, так й американської промови зумовлена гендерним чинником, оскільки культурна специфіка промови передбачає висловлення похвали свідком саме нареченому. Дослідження встановило, що наречена в промовах згадується побіжно, як правило, в якості чинника, що викликав позитивні зміни в житті нареченого, наприклад: *“Enter Miss Catherine. She made Harry act differently. I mean, I was shocked to call him one evening to hear that he wanted to catch the new Reese Witherspoon movie with Catherine”* [333]. Для висловлення похвали особистим якостям нареченої та її зовнішності мовець, зазвичай, використовує: найвищий ступінь порівняння прикметників (наприклад: *“The biggest prize Jason left school with was his future wife!”* [335]), порівняння (“so... that”) та стилістичне вживання означеного артикля (наприклад: *“I have always wanted the best for Jason and that’s why, when he told me about Melanie, I knew she was The One. She has so many of the same core values and principles that he does; it’s easy to see why they get along so well”* [340]), епітети (наприклад: *“I’m sure you all agree that Claire looks absolutely stunning – and Dave, just looks stunned”* [334]), поєднання модального дієслова з перфектною формою інфінітиву (наприклад: *“When it came to finding a wife, Josh couldn’t*

*have been luckier. Diane is a fantastic person. I have a great deal of admiration and respect for her*” [333] + гра слів).

Типовим для англомовних лінгвокультур жанром лаудативного дискурсу є видавнича анотація рекламного характеру (“*blurb*”) – коротке резюме або декілька похвальних слів, що супроводжують творчу роботу, не наводячи деталі, які розміщуються на задній частині обкладинці книги [300-310]. Такі анотації зустрічаються також на касеті/ диску із фільмом, веб-порталі або веб-сайтах новин. Сьогодні термін має значення “яскравого рекламного оголошення, надмірної похвали” [306]. Він отримав свою назву на честь дівчини Белінди Блеб, фото якої обрав автор цього терміну для просування власної книги [235]. Видавнича анотація рекламного характеру може містити комбінації цитат власне з роботи, або автора, видавництва, критиків або рецензентів, прихильників, а також коротке резюме сюжету, біографії автора або просто ствердження про важливість певної літературної праці. Такі видавничі анотації рекламного характеру використовують видавці для того, щоб привернути увагу до певної книги або продукту. Вони також можуть бути гіперболічні [235]. У 1980-их роках журнал *Spy Magazine* мав постійну колонку, яка називалась “*Logrolling in our Time*”, де друкувалися імена авторів, які писали такі рекламні анотації один для одного.

Іншим лаудативним жанром, поширеним у Великій Британії та США, є похвальна рецензія (англ. “*review*”) – це оцінка якості фільму, відео гри, музикальної композиції, книги, автомобіля, домашньої побутової техніки, комп’ютера, події, виступу (концерту, п’єси) театральної або танцювальної вистави. Існують також збірки рецензій, наприклад, збірник літературних, культурних і поточних (*current*) рецензій *The New York Review of Books*, впливовий консервативний журнал рецензій *National Review*, соціальне періодичне видання *Monthly Review*. Залежно від об’єкту похвали рецензії поділяються на види. Так, існують наукові рецензії (літературні та власне наукові, що включають так звані “*peer review*” та “*software review*” – рецензії праць, які зроблені колегою), рецензії читачів (готуються власником

продукту для користувача), експертні рецензії (автором є той, хто спробував певний продукт), придбані рецензії (рецензії на замовлення). Багато з них є упередженими, оскільки інформація про позитивні риси продукту є зазвичай перебільшеною (що є типовим для похвали). Власне, критичних рецензій небагато. Також існують так звані “*puff piece*” рецензії – перебільшені, що використовуються для реклами або просування товару (послуги, книги, події, відомої людини). Їхні автори є прямими або опосередкованими (наприклад, працюють у компанії, що випускає певний продукт) читачами. Залежно від виду рецензії мовець використовує відповідну лексику. Існують спеціальні бази даних рецензій, наприклад *Book Review Index*, *Arts and Humanities Citation Index*, *Social Sciences Citation Index*, багато з яких є доступними онлайн.

З-поміж різноманітних традицій, одними із стародавніх та найвизначніших, окрім весільних, є виголошення надгробної промови та написання некрологу. Надгробна промова є частиною ритуалу. Вона готується та виголошується, бо так прийнято в англomовному соціумі. Її метою є висвітлити особисті якості померлого [220]. Промова виголошується одним з членів родини між поховальною месою та похороном. Пуритани негативно ставляться до таких промов, оскільки інформація в них часто є перебільшеною, тому вони не мають такої традиції. У сучасний час надгробна промова у Великобританії не лише наголошує на позитивних якостях померлого, але й має політичне та соціальне значення. Зараз така промова може містити фрагменти фільму, записи, усні спогади або вірші [222].

Іншою традицією, що має особливе значення для англomовних лінгвокультур, є написання некрологу – газетного матеріалу, який стосується новин, що сповіщають про недавню смерть людини, зазвичай із повідомленням про особисте життя та інформацією про похорони [244]. У великих містах та великих газетах некрологи пишуться лише про відомих людей. У місцевих газетах некролог може бути надрукований про смерть

будь-якого місцевого мешканця. Некрологи готують родичі або близькі друзі померлого, або цим займається спеціальне похоронне бюро. Особливістю англomовних лінгвокультур є той факт, що британці та американці не вважають поганою прикметою власноруч готувати свій власний некролог [247]. Зміст некрологу залежить від уподобань редактора газети. Наприклад, *The New York Times* повідомляє причину смерті, як це і заведено порядком, але британські редактори дотримуються іншої традиції – не згадувати цієї інформації. Некрологи публікуються після смерті, але час від часу, вони можуть бути надруковані тоді, як людина є ще живою, - навмисно (наприклад, щоб помститися тому, кому присвячений некролог) або випадково, через те, що одну людину переплутали з іншою, яка має таке саме прізвище та ім'я. Іншими причинами цього можуть бути так звана “газетна плітка (вигадка)” або неочікуване одужання тієї людини, що була близькою до смерті. Щоб уникнути таких випадків, у кожній газеті є окрема служба, яка перевіряє точність інформації про смерть. Деякі організації (так звані “*news organizations*”) готують заздалегідь некрологи на видатних людей для того, щоб швидко надрукувати докладний некролог для висловлення співчуття. Наприклад, некролог на Елізабет Тейлор для газети *The Los Angeles Times* готувався три місяці та був написаний ще у 1999-му році, згодом виправлений, тоді як актриса пішла з життя у 2011-му році [220]. Людина, на смерть якої був написаний некролог, іноді переживає його автора. Наприклад, некролог на смерть Елізабет Тейлор для газети *The New York Times* був написаний газетним критиком Мелом Гассоу, який помер раніше за актрису у 2005-му році. Друкувати некрологи є типовим для газети *The Economist*, яка кожного тижня публікує некрологи, що займають цілу сторінку та відображають не лише життя померлої людини, але й її вплив на світову історію. Британська газета *The British Medical Journal* заохочує лікарів до написання своїх власних некрологів. Видавництво *Pan Book* публікує спеціальну серію під назвою *The Daily Telegraph Book of Obituaries*, яка являє собою антологію некрологів, об'єднаних єдиною темою, таких як

військові некрологі, спортивні некрологі, некрологі на героїв та авантюристів, негідників та ін. [266].

Близьким жанром до некрологу є панегірики (“*panegyric*” або “*eulogy*”). На відміну від некрологів, панегірик може бути написаний як для живої, так і для померлої людини. Панегірики належать до античного жанру, який вважається родоначальником інших лаудативних жанрів. Нині панегірики використовуються рідко та пишуться лише на смерть людей [220]. Однак, деякі конфесії знеохочують або забороняють такі промови через повагу до традицій. Наприклад, католицькі священники не виголошують панегірик і в під час на проповіді під час похоронної меси. Іноді директори похоронних бюро або представники духовенства виголошують похвальну промову (панегірик) під час похорону про людину, яку вони навіть не знали за життя. При цьому вони досліджують її життя і діяльність, досягнення і шукають інформацію про її сім'ю. Зараз популярнішими є похвальні промови, які виголошуються з метою поділитися інформацією про життя людини, якій висловлюється похвала. Вони виголошуються з приводу спеціальної нагоди, наприклад, на день народження, вихід у відставку або на пенсію та ін., зазвичай, членами родини, близькими родичами, керівниками, або старшими колегами. Похвала є доречною у випадку, якщо хтось тяжко хворий, або коли хвалять людину похилого віку для того, щоб висловити слова любові та подяки.

## **2.2. Вплив соціокультурних чинників на вибір засобів вираження лаудації**

Такі жанри лаудативного дискурсу, як промова почесного свідка нареченого на весіллі, персональне оголошення на сайті знайомств, видавнич аотація рекламного характеру, похвальна рецензія на книгу, академічна промова, ювілейна промова, некролог, панегірик, є типовими для англomовних лінгвокультур, а саме для Великобританії та США. На вибір мовних засобів висловлення похвали та її об'єкт впливатиме не лише

належність до певної культури (британської або американської), а й інші соціальні чинники. Такими слід вважати соціальний статус (обіймання певної посади), вік, гендер, які можуть розглядатися у трьох аспектах – мовець, реципієнт, об'єкт лаудації. Однак вплив соціальних чинників не є рівнозначним у різних жанрах лаудативного дискурсу [161].

Соціальний статус зазвичай визначається як становище індивіда або групи у соціальній системі, що має специфічні для цієї системи ознаки. Соціальний статус характеризується певним престижем. Це позиція однієї людини або групи людей, що визначається соціальними явищами [97], [177], [179], [230], [252], [254], [255], [234], [251]. Кожна людина має одночасно декілька статусів: на роботі, вдома, серед друзів або в навчальному закладі як студент. Статус може бути вродженим (наприклад, національність, стан, стать, сімейний стан, раса, каста) або здобутим, залежно від освіти, посади, доходу (наприклад, президент, адмірал, генерал). Відповідно до кожного соціального статусу людина виконує певні соціальні ролі [252]. Іноді існує невідповідність соціальному класу: людина має високий соціальний статус, але суспільство оцінює навпаки, як представника нижчого класу [254; 255], [114]. Соціальний статус та соціальні ролі залежать також від таких показників як вік, гендер, культурна належність [122].

У дисертаційній роботі розрізняємо соціальний статус мовця, об'єкта похвали та реципієнта. Соціальний статус мовця можна простежити в персональних оголошеннях на сайтах знайомств, у рекомендаціях, які надаються при прийомі до вищого навчального закладу або для працевлаштування, й у похвальних рецензіях на книги. У похвальних рекомендаціях і персональних оголошеннях на сайті знайомств соціальний статус розуміється як належність до професії (до того ж не важливо, якої саме), але цей чинник не впливає на лаудацію, оскільки такі рекомендації та оголошення мають певну структуру, яка не відображає особливостей, що стосуються професійної належності мовця. Соціальний статус об'єкта похвали можна простежити в панегіриках, некрологах, персональних

оголошеннях на сайті знайомств і похвальних рекомендаціях. Панегірики, некрологи та рекомендації мають певну структуру, яка не залежить від соціального статусу, тому в таких жанрах цей чинник не впливає на лаудацію. У персональних оголошеннях на сайті знайомств соціальний статус об'єкта похвали збігається із соціальним статусом мовця, отже, також є невизначним. Соціальний статус реципієнта не впливає на вибір мовних засобів висловлення лаудації в жодному з досліджуваних жанрів лаудативного дискурсу. Відтак, на лаудацію впливає соціальний статус мовця, який можна простежити на прикладі похвальних рецензій на книги. У таких рецензіях має значення професійність написання рецензій. Мовці можуть бути професійними або непрофесійними рецензентами. Так, в дисертаційному дослідженні професійна належність розуміється як професійне і непрофесійне написання рецензій.

Гендерні характеристики у дисертаційному дослідженні розуміються як образи, через символи яких реконструюється належна стать і статеві належності членів суспільства. На гендерні особливості впливають перш за все не біологічний, а соціокультурний чинник, тобто належність до лінгвокультури (зокрема, Великої Британії або США), та соціальні ролі [133]. З-поміж досліджуваних жанрів лаудативного дискурсу гендерний чинник найбільше впливає на вибір мовних засобів у персональних оголошеннях на сайтах знайомств.

Культурна належність мовця впливає на соціальний статус певними національними традиціями та звичаями, які знайдуть відображення в тому, як і що саме люди хвалитимуть. У представників соціальних класів кожної лінгвокультури різнитиметься об'єкт похвали. У лаудативному дискурсі культурна належність мовця має значення лише у таких жанрах: некролог, промова почесного свідка нареченого на весіллі, панегірик і персональне оголошення на сайті знайомств. Оскільки промова почесного свідка нареченого на весіллі та некролог є типовими саме для англомовних країн

світу. Тому дослідження висловлення похвали здійснюється на прикладі цих жанрів.

Дослідження впливу на лаудацію вікового чинника також можливе в декількох площинах. Одним з аспектів є об'єкт лаудації, оскільки вік мовця та читача впливає на вибір цінностей, які хваляться. Це стосується висловлення похвали в некрологах, видавничих анотаціях рекламного характеру, похвальних рецензіях на книгу, персональних оголошеннях на сайтах знайомств. З іншого боку, вік мовця має безпосередній вплив на його власне мовлення. Вік читача враховується також, оскільки мовець обирає певні мовні засоби для висловлення похвали з огляду на адресата, до якого він звертається [179]. Віковий чинник по-різному впливає на вибір мовних засобів висловлення лаудації залежно від жанру лаудативного дискурсу. Так, очевидно, що вік мовця у таких жанрах, як промова почесного свідка нареченого на весіллі, видавнича анотація рекламного характеру, похвальна рецензія на книги, надгробна промова й некролог визначається як "дорослий", тому неможливе зіставлення використання засобів лаудації мовцями різного віку на прикладі цих жанрів. Крім того, в перших двох згаданих жанрах мовець обирає такі лінгвістичні засоби, які зрозумілі реципієнтам різного віку, тому дослідження впливу вікового чинника на лаудацію в цих жанрах як на мовлення мовця, так і на мовлення адресата, неможливе. У некрологах мовець орієнтується на читача будь-якого віку, тому дослідження впливу віку читача також неможливе. У персональних оголошеннях на сайтах знайомств на похвалу впливає вік мовця – він обирає певні характеристики для похвали, що є пріоритетними для певного віку. Загалом мовець звертається до адресата будь-якого віку, хоча й обмежує вік свого майбутнього партнера, оскільки доступ до сторінок на сайтах є необмеженим. Тому вплив віку адресата вважається несуттєвим для загальної характеристики лаудативного дискурсу. У таких жанрах, як видавнича анотація рекламного характеру та похвальна рецензія на книгу, вік адресата є важливим, оскільки мовець звертається до читача певного віку, однак

загальне коло читачів не обмежується, адже таку інформацію може прочитати будь-яка людина. Враховуючи той факт, що мовець у першу чергу звертається до адресата певного віку (залежно від того, кому призначена книга – дитині, підлітку чи дорослій людині), а не до широкого загалу, можливе дослідження впливу віку читача на вибір мовцем (автором) мовних засобів для висловлення похвали. Дослідження свідчить про те, що віковий чинник найбільшою мірою впливає на формування лаудативного дискурсу саме в цих двох жанрах. Тож, вплив вікового чинника на об'єкт лаудації можна досліджувати на матеріалі таких жанрів лаудативного дискурсу, як некролог, персональне оголошення на сайті знайомств, видавнича анотація рекламного характеру та похвальна рецензія на книгу.

Розглянемо окремо вплив на лаудативний дискурс кожного соціального чинника. Описуватимуться структурні, тематичні, дискурсивні, прагматичні особливості та особливості вживання мовних засобів вираження лаудації.

### **2.2.1. Гендерний чинник.**

На сьогоднішній день гендерну проблематику досліджено на матеріалі чисельних дискурсів: публіцистичного [71], [123], анекдотичного [151], сімейного спілкування [28], [173]. Утім, гендерні особливості лаудативного дискурсу до теперішнього часу досліджувалися на прикладі компліменту – зокрема, В. Я. Міщенко в дисертаційному дослідженні розглянула структурно-семантичні, прагматичні та етно-культурні властивості компліменту [128].

У роботі вплив гендерного чинника на висловлення лаудації досліджувався на прикладі англomовних персональних оголошень на сайті знайомств. Такі оголошення слід вважати жанром лаудативного дискурсу за єдністю комунікативної мети – висловлення похвали. Похвала є повсякденною та не пов'язаною з якоюсь календарною подією або ритуалом. Лаудація є підготовленою заздалегідь (адже мовець має час продумати похвальну розповідь про себе), експліцитною та в деяких випадках

імпліцитною (наприклад, коли мовець не хвалить себе відверто) та прямою, оскільки мовець звертається до реципієнта прямо та похвала спрямована на реципієнта, а не на третю особу.

Пошук партнера за допомогою сайтів знайомств став доволі поширеним в останні декілька десятиліть, завдяки широкому доступу різних прошарків населення до мережі Інтернет. Персональні оголошення на сайті знайомств за гендерним критерієм можна умовно поділити на ті, які писали чоловіки (надалі чоловічі), та ті, авторами яких є жінки (надалі жіночі). На сайтах, які досліджувалися ([www.match.com](http://www.match.com), [www.eharmony.com](http://www.eharmony.com), [www.eurorematch.com](http://www.eurorematch.com)), чоловіки та жінки розміщують невеликі анкети про себе з метою познайомитися із представниками протилежної статі. Такі оголошення мають певну структуру. Завдяки розміщенню інформації у таблиці, вона займає лише дві веб-сторінки, що не обтяжує ознайомлення з нею. Аналіз оголошень свідчить, що невеликий відсоток чоловіків (30 %) докладно описує свою бажану другу половинку та лише 3 % з них детально заповнює свій профіль. Більшість чоловіків вказує лише вік другої половинки. Всі жінки, навпаки, детально заповнюють графи в анкетній таблиці, вказуючи всю необхідну інформацію.

Персональні оголошення на сайті знайомств є персональним буттєвим опосередкованим письмовим видом дискурсу, тобто наративом, оскільки події описуються однотипними граматичними формами зі сполучними елементами. У прагматичному аспекті персональні оголошення на сайті знайомств розглядаються як комунікація, у якій користувач, зареєстрований на сайті, є одночасно і мовцем, і читачем (незареєстрований користувач не може переглядати профілі – лише фотографії). Особливістю цього жанру є те, що мовець та адресат можуть мінятися ролями, тобто мовець може бути адресатом, і навпаки. Учасниками комунікації можуть бути як жінки, так і чоловіки, які мають різні професії та неоднаковий соціальний статус. Єдине обмеження – за віком: комунікантам має бути не менше вісімнадцяти років. Мовець може визначити бажаний вік адресата. Всі інші соціокультурні

чинники не відіграють великої ролі та вказуються за бажанням, що не впливає на ознайомлення з профілем. Таким чином, мовець звертається до людини будь-якої професійної та соціальної належності. Комунікативною метою персональних оголошень на сайті знайомств є висловлення похвали людиною самій собі для того, щоб привернути увагу представників протилежної статі та зав'язати певні стосунки (також можна вказати, які саме).

Для досягнення комунікативної мети використовується інформативно-аргументативна стратегія, яка реалізується тактиками передачі похвальної інформації та самовихваляння. Тактика передачі похвальної інформації реалізується за допомогою посилення на слова інших людей, наприклад: *“I get told I’ m a nice guy so I’m not going to argue with the majority opinion!”* [347]. Стратегія вихваляння реалізується тактикою самовихваляння, оскільки мовець хвалить сам себе, тобто мовець є водночас і об’єктом похвали. Тактика самовихваляння реалізується за допомогою використання епітетів (наприклад, *“I’m a straightforward easy-going kind of guy”* [347]) та стилістичного засобу переліку (наприклад, *“I am very fair and rational, intelligent, intellectual, contemplative, unassuming, funny, fun, honest, childishly simple, kind, considerate, compassionate, love to learn, go to new places, see new things, meet new people, travel, and all that comes with these sort of things”* [346]).

Серед мовленнєвих актів, які використовуються у лаудативних персональних оголошеннях на сайті знайомств, що досліджувалися, поширеними є ствердження та репрезентативи. Ствердження повідомляють не про стан речей, а про думку суб’єкта оцінки, і є розрахованими на згоду адресата [29]. За допомогою репрезентативів людина описує себе. Оскільки мовець прагне викликати певну емоційну реакцію адресата, читання персонального оголошення передбачає наявність емоційного відгуку. Іллокутивною функцією мовця в оголошенні є висловлення похвали людиною власних якостей та зовнішності з метою переконання читача в своїй привабливості, цікавості, можливо, й унікальності, особливості; формування почуття захопленості, цікавості, симпатії. Лаудація таким чином сприяє

задоволенню особистих потреб: при досягненні іллокутивної мети може створитися “осередок суспільства” [69].

Інформація у персональних оголошеннях на сайті знайомств є позитивною, але дослідження виявило один випадок відкрито негативного опису чоловіком-британцем себе, наприклад: *“Violent, untrustworthy, difficult individual seeks pleasant lady combining style and own teeth (or, at a pinch, expensive dentures) for rollicking good fun, evenings in shouting political rhetoric and sawing voodoo effigies of Simon Cowell in half. Too much to ask? You do the math. I'll sit quietly playing “buckaroo” whilst you do. If you've read this far, I'd just like to say that no animals were harmed in the writing of this message”* [347].

Цей чоловік використовує гумор для того, щоб привернути до себе увагу. У деяких оголошеннях жінок також було помічено згадування негативних рис характеру або наявності шкідливих звичок, але це відразу ж врівноважується якоюсь позитивною рисою (за допомогою протиставлення “позитивне-негативне”), а також використовується гумор, наприклад: *“I am a really easy going person but being honest I can also be difficult sometimes, I guess everyone has their grumpy days, not? :)”* [348].

Аналіз персональних оголошень на сайті знайомств свідчить про існування гендерних відмінностей висловлення лаудації. Перш за все, слід відзначити відмінності в прізвиськах, обраними жінками та чоловіками. Серед логінов чоловіків відзначаються лише імена або поєднання цифр та літер. Аналіз прізвиськ жінок виявив, що вони інформативніші за чоловічі прізвиська. Зокрема, третина жінок обирає власні імена, інші називають себе за назвою міста, де мешкають (наприклад, *“mayfieldmoll, Dunfermline”*), за професією (наприклад, *“nurse”*) або обирають незвичні прізвиська, у яких повідомляють про риси свого характеру, зовнішність, уподобання тощо (наприклад, *“babyissexу, JulietSeeksRom, angel\_j, Partygirlxx, GreatHorizons, intowhite, queenie, poppy, cat, Wittyhoneybunny, heroflower, blondiecarla, curlywurlу, singlebrunette, Blonde”*).

Іншою гендерною відмінністю є те, що саме хвалять мовці. Чоловіки взагалі не описують своєї зовнішності (звісно, окрім тих параметрів, які вимагають анкетні таблички), у той час, коли багато жінок починають розповідь про себе з опису своєї зовнішності за допомогою прикметників і стилістичного засобу переліку, наприклад: *“I am a tall, vibrant brunette with a love for life. Looking for a Prince among the frogs. Someone kind and considerate, sexy and passionate. Someone who knows how to respect a lady and who is honest and loyal”* [347]; *“I’m size 8 and have no wrinkles or lines and my skin is very clear, with the odd freckle... Looking for an attractive, down to earth guy aged from 35 to 43. Oh and WITH kids. Thats all...”* [346]. У більшості випадків чоловіки називають риси свого характеру (наприклад, за допомогою стилістичного засобу переліку: *“I’m an easy going, confident, fairly happy bloke...”* [347]), тоді як жінки більше уваги приділяють опису своїх захоплень або речей, які люблять (наприклад, *“I like trying different things as I believe that as long as you are in good company, you are more than likely to have a good time. I love travelling and my favourite holiday so far has been New Zealand although Nepal came a very close second”* [348]), або бажаної “другої половинки” (наприклад за допомогою епітетів та інфінітивних конструкцій: *“I am looking for someone who is honest and trustworthy. It is important for me to know that whatever it is that my partner is honest with me because it seems that eventually it comes out anyways”* [346]). Те, що жінки описують свою зовнішність, а чоловіки віддають перевагу висловленню похвали рисам характеру, також підтверджує спостереження інших дослідників [224], [229], [226], [243], [265], [291].

Синтаксичні засоби, що використовуються в оголошеннях на сайті знайомств, також гендерно-марковані. Так, чоловіки вживають переважно короткі еліптичні речення. Цей факт пояснюється тим, що профіль має містити якомога більше інформації про людину, але має для цього небагато місця, тому й переважають такі речення, які часом складаються лише з одного або декількох слів, наприклад: *“Romantic. Fun, energetic and playful.*

*Gentleman*” [347]. Жінки, навпаки, описують себе повними, поширеними реченнями (наприклад, *“I’m really ardent about Nature and The Animal Kingdom and am a huge advocate of animal rights”* [348]) або складними реченнями. Прості речення є часто поширеними морфологічними засобами (наприклад, інфінітивними конструкціями або однорідними членами речення: *“I tend to be quite independent, but that’s not to say, I would not accept help if needed”* [346]; *“I am a very honest person, loyal, warm and with a big heart and a lot to give to the man I am seeking”* [346]). Серед останніх слід особливо відзначити поширене вживання складно-сурядних речень, з’єднаних сполучником “and”, наприклад: *“I treat people in a way I would like to be treated myself and most around me would say they know exactly where they stand with me. The one thing missing for me is a soulmate; someone who compliments me and I can regard as special. I never expected to be single at my age and I never thought it would be so hard to find someone compatible... My ideal partner would be someone who is honest, dynamic, confident and comfortable in their own skin and who is not intimidated by a woman who has over 60 pairs of shoes! Someone who is open minded and has a sense of worldliness”* [348]. Крім того, аналіз виявив вживання цитати для опису та своєрідної похвали собі, наприклад: *“I’m selfish, impatient and a little insecure. I make mistakes, I am out of control and at times hard to handle. But if you can’t handle me at my worst, then you sure as hell don’t deserve me at my best”* (Marilyn Monroe) [346]. Дівчина, яка використала цю цитату, не мала намір давати собі негативну характеристику, а намагалася сказати про те, що кожна людина має недоліки, іншими словами, була оригінальною.

Серед спільних рис мовлення жінок та чоловіків є високий ступінь оцінювальності: дослідження виявило велику кількість оцінювальної лексики, що робить мовлення яскравішим та образнішим, наприклад, використання оцінювальних прислівників, таких як: *“very, especially, really, pretty, most, too, charmingly”* (наприклад, *“Charmingly extrovert entrepreneur seeks calming influence from open minded super model”* [347]; *“I think myself as*

*a pretty good cook actually!*” [346]) та прикметників з позитивною оцінкою. Останні становили найбільшу групу оцінювальних лінгвістичних засобів висловлення похвали як серед чоловіків (наприклад, *“Hi I am steve, a Loving, caring, Honest, sincere and open -minded fearing Man, I believe laughter is the best medicine and I am always looking for an overdose. Hard worker. Gentleman. Fun, energetic and playfull. Romantic. Enjoyes travel, movies, comedy shows and much more.....”* [347]), так і серед жінок (наприклад, *“I am a people person, lively, outgoing, flirtatious, smiley, tactile, happy to laugh at myself and others, a thinker and planner... some say a bit of a worrier”* [348]). Мовлення жінок характеризується вживанням оцінювальних прикметників, підсилених прислівником, таких як: *“wildly, fairly, very, incredibly, extremely, easily”*, наприклад: *“I am incredibly fortunate, I have a wonderful job which is also my hobby”* [346]. В оголошеннях жінок було виявлено два випадки вживання зменшено-пестливого суфіксу *-ish* (*smallish, blondish*), загалом притаманного мовленню жінок [230], наприклад: *“I’m smallish and blondish”* [346].

Також помітне вживання оцінювальних іменників, причому чоловіки вживають іменники, що позначають предмет (такі, як: *“man, gentleman, star, humor, country boy, addict, lover of life, creature, passion, attraction”*, наприклад: *“Well I’m car mad, love to be in and see the country side as I’m a country boy at heart”* [347]), а жінки обирають ті, які асоціюються з діяльністю (такі, як: *“thinker, planner, believer, good-listener”*, наприклад: *“This said, I am a deep thinker, so whatever I say I will do, I do!!!!”* [348]). Особливістю оголошень є те, що жінки середнього віку називають себе не “жінка”/ а woman, а “дівчина”/ а girl (серед чоловіків такого не було помічено), наприклад: *“Free spirited and witty girl looking for a dynamic person who's broad minded and isn't a Tottenham supporter!”* [346]. Таким чином, жінки намагаються здаватися молодшими, цієї меті слугують протиставлення “старший вік - позитивна риса характеру”, які часто використовують жінки (наприклад: *“55yrs old, but act and feel much younger”* [346]), або вживання прикметників “молодий” (“*young at heart*”) та “активний” (“*active*”), наприклад: *“I like to keep active and enjoy swimming,*

*hiking, camping, skiing, baseball, pond hockey, playing squash and am up for just about any activity*” [348].

Слід окремо відзначити, що оцінювальність лексики як чоловіків, так і жінок (в меншому ступені) підсилювалася за допомогою невербальних засобів висловлення лаудації. Такими є графічні засоби (зокрема, великі літери), які використовуються для привернення уваги до позитивних якостей, наприклад: *“Loving, caring, Honest, sincere and open-minded Man. The Coolest Physics Teacher in an inner city school”* [347]. Крім того, для досягнення цієї мети вживаються окремі однослівні (наприклад: *“Hard worker”* [347]) або окличні речення (наприклад: *“I’m a rock star!... Easy-going-fun-smiling-like to laugh!”* [347]).

Вживання риторичних або стилістичних засобів висловлення похвали, за допомогою яких користувачі сайтів хвалять риси свого характеру або зовнішність, не є поширеними в персональних оголошеннях як серед жінок, так і чоловіків. Аналіз оголошень на сайті знайомств встановив окремі випадки, коли чоловіки у своєму мовленні вживали іронію (наприклад: *“I ... keep myself fit (mostly, apart from beer)”* [347]), перебільшення (наприклад: *“I can’t live without music”* [346]), а також метафори (наприклад: *“I am a big lump of a lad so ladies looking for a boy band type need not apply!!!”* [346]), літоти (наприклад: *“I’m a bit of romantic”* [346]), протиставлення (наприклад: *“I can be impractical and impulsive, but I am imaginative and dynamic”* [346]). У деяких випадках в оголошеннях жінок спостерігаємо вживання риторичних фігур, серед яких: анафора (наприклад; *“I’m not into the whole chocolates & flowers thing, or shopping. I’m not a girlie girl, but I’m very feminine - there’s a difference!”* [348]; *“I am a bright, bubbly person who is doing well in her career. I am very social and love to be around people having fun. I am an outgoing person who has a very kind heart and will always try to help where I can”* [348]), порівняння (наприклад: *“I still feel as though I am 25 even though my passport says different”* [346]), метонімія (наприклад: *“I am a wise passionate soul with a positive focus and drive”* [348]) та іронія (наприклад: *“I’m quite an independent*

*person and try to do most things for myself – unless there is a spider. Then I'm in a real trouble” [346]).*

Використання морфологічних засобів для висловлення лаудації нетипове як для мовлення жінок, так і для мовлення чоловіків. У ході аналізу були помічені одиничні випадки використання найвищого ступеня порівняння прикметників (наприклад: *“The Coolest Physics Teacher in an inner city school” [347]*), теперішнього та майбутнього неозначеного часів дієслова (наприклад: *“There's really nothing I won't do”*; *“I think I have a lot to offer and don't ask much in return” [346]*) та емпатичної конструкції (наприклад: *“I do work and I earn decent money...I do indeed enjoy exciting evenings...” [347]*). Такі засоби використовуються для того, щоб привернути увагу до позитивних якостей об'єкта похвали.

Дослідження свідчить про те, що похвала собі та улюбленим речам дозволяє краще зрозуміти людину та визначити її життєві цінності. Так, аналіз персональних оголошень на сайті знайомств встановив, що важливим для чоловіків є добре розташований і комфортний будинок та незвичайне, цікаве хобі. В жінках чоловіки найбільше цінують щирість та веселий характер. Деякі чоловіки, розповідаючи про свою роботу, імпліцитно (за допомогою протиставлення) говорять, що приділятимуть час і увагу родині, а не проводитимуть весь час на роботі: *“I definitely work to live but not live to work” [347]*. Для багатьох з них дуже важливим є зайняття спортом: вони прагнуть привернути увагу до своїх численних спортивних захоплень (наприклад, за допомогою епітетів: *“I am a keen and regular user of the gym and also running... I am an avid golfer” [347]*); часто використовують при цьому дієслово *to enjoy* – *“насолоджуватися”*) та шукають жінок із відповідним захопленням (наприклад: *“... if you're into any sports would love to meet you” [347]*). Як чоловіки, так і жінки особливо цінують почуття гумору. Висловлюючи похвалу собі, майже кожен з них акцентує на цьому увагу (наприклад, за допомогою епітетів: *“I have a great sense of humour”*, *“I have a pretty unique sense of humor”*; та інфінітивних конструкцій: *“ I love to laugh,*

*make people laugh and have others make me laugh*” [348]) та шукають таке ж саме почуття гумору у жінках (наприклад: *“if you can genuinely make me laugh then we’re half way there”, “I’m looking for someone with a similar sense of humour*” [346]). Крім того, для опису почуття гумору використовується багато епітетів, таких як: *“offbeat, quirky, strong, wicked, brilliant, dry, sarcastic, black”*, наприклад: *“I have a black sense of humor and am looking for a man to help me laugh at myself when I begin to take myself too seriously”* [346]. Почуття гумору, як визначає англійський антрополог К. Фокс, є притаманним кожній сфері життя англійців; це як невід’ємна частина людини, особливість саме цієї лінгвокультури. За словами дослідниці, англійці не можуть “увімкнути або вимкнути” почуття гумору – все, що вони говорять, містить гумор. Їм не потрібен привід для жартів. Вони підкоряються почуттю гумору так, як і закону гравітації [246].

Особливо слід відзначити, що багато із користувачів, як жінок, так і чоловіків, висловлюючи похвалу самим собі, використовують пасивний стан дієслів та посилаються на слова своїх знайомих, друзів або родичів чи просто на інших людей, не називаючи їх конкретно, наприклад: *“I’m considered a very generous person in all aspects of my life especially in friendship, family and love. People say I have a good sense of humour but I guess its for u to judge”* [346], *“My friends say I am a good laugh and have a great personnality so I hope they are right ha ha!!”* [347]. Жінки, крім того, вживають умовний спосіб “would” (наприклад: *“I would say I have a very happy nature”* [348]) або дієслова, що вказують на невпевненість (наприклад: *“I consider myself to be friendly”* [346]). Можливо, цей факт указує на те, що люди намагаються виглядати скромними, тому що англійцям, однією з національних рис яких є скромність [246], не притаманно хвалити самих себе, а також для того, щоб бути об’єктивними, уникати надмірного вихвалання себе.

Таким чином, мовлення чоловіків і жінок у персональних оголошеннях на сайтах знайомств певною мірою відрізняється, але й має багато спільного. Серед відмінностей слід назвати такі: вибір імені користувача та аспектів, які

хваляться, різні мовні засоби висловлення лаудації. Чоловіки вживають еліптичні речення і речення з емпатичними конструкціями, перебільшення, метафору, літоту, протиставлення. Жінки вживають поширені прості та складні речення, анафору, порівняння та метонімію. Спільними рисами мовлення жінок і чоловіків є висока оцінювальність (вживання оцінювальних прикметників, іменників, прислівників, дієслів), посилення на своїх знайомих або родичів при висловленні похвали собі, вживання риторичних фігур і тропів, похвала “другої половинки”, улюблених речей (місце, роботи тощо). Спільною цінністю, яка хвалиться і чоловіками, і жінками, є почуття гумору. Загалом дослідження встановило, що жінки надають детальний опис та вживають риторичні засоби, що створюють яскраві образи.

### **2.2.2. Віковий чинник.**

Дослідження впливу вікового чинника є релевантним для таких жанрів лаудативного дискурсу, як персональне оголошення на сайті знайомств, видавнича анотація рекламного характеру та похвальна рецензія на книгу. Розглянемо вплив вікового чинника на вибір мовних засобів вираження лаудації у кожному жанрі окремо.

Вік адресата є важливим позамовним чинником, що впливає на лаудацію у рецензіях на книги. За соціальним статусом мовця розрізняємо професійні рецензії і відгуки, написані іншими письменниками, книговидавцями, журналістами тощо, та непрофесійні – похвальні рецензії на книги, написані іншими читачами.

Усі художні твори, рецензії на які досліджувалися, можна умовно розподілити за функціями – на повчальні (ті, за допомогою яких формуються навички мовлення, мислення тощо) та розважальні (які слугують задоволенню естетичних потреб). У рецензіях на книги, що призначені для читачів будь-якого віку, висловлюється похвала першій функції, але за допомогою різних лінгвістичних засобів. Крім того, книги для різного віку мають різні повчальні функції. Так, у рецензіях на дитячі книги для того, щоб

вказати на ймовірне призначення книги - її роль у формуванні елементарних навичок мовлення - мовець використовує морфологічну конструкцію “for + іменник/ герундій” (наприклад: “*Great book for language development. The animals are sorted into groups including Baby Animals, Pets, On the Farm, Birds, and At the Zoo. A great book for playing “Where's the...” and “What's that?” pointing games*” [351]), інфінітивні конструкції (наприклад: “*I picked up Priddy's My Big Animal Book to help him identify various animals as well as to build his growing vocabulary, and it was a tremendous success on both levels*” [351]) та складні речення (наприклад: “*Within a week our daughter knows where her body parts are and how to say and she loves reading it with her dad*” [351]). Віковою відмінністю рецензій на дитячі книги є висловлення похвали візуальним, інформативним і креативним елементам, наприклад, за допомогою епітетів: “*In reviewing the three books I purchased to replace Pat I thought about the qualities of the better books we already own that, I believe, make them so good: little visual details that the baby can gradually notice , creative or whimsical elements that aren't in any of the hundreds of other books the baby will read, lyrical text, a story with an enlightening theme that isn't sappy or preachy*” [351]. Книги для підлітків сприяють комунікативному розвитку читача, що висловлюється за допомогою епітетів (наприклад, “*These meaningful contemporary maxims are ideal conversation-starters for families or small groups*” [351]), формуванню цінностей, на що вказують інфінітивні конструкції (наприклад, “*A Christmas Carol fosters appreciation for the arts and provides priceless opportunities to affirm and encourage the highest appreciation*” [351]). Крім того, книга викликає певні міркування, є не просто розвагою, а розвиває інтелектуальні здібності дитини, на що зокрема вказують метафори (наприклад, “*Literally critics will surely find these pages a deep ocean of issues ripe for analysis*” [351]), протиставлення (наприклад, “*This is no dry musty tome, but a vital novel that arouses both passion and intellect*” [351]). Також згадується наявність коментарів, які б надавали підліткам інформацію про можливі невідомі для них реалії або події, що, таким чином, сприяють

розвиткові дитини (наприклад, за допомогою дієслова з відповідною семантикою: *“Marginal notes comment on Stevenson and on aspects of the story and of Victorian culture that might be obscure to modern readers”* [351]). У рецензіях на книги для дорослих також згадується те, що вони сприяють інтелектуальному розвитку. Вживання The Future Simple Tense висловлює таку обіцянку (наприклад, *“It... will educate you a little in the process”* [351]).

Вплив вікового чинника на мову рецензій на книги для підлітків, на відміну від дитячих книг, полягає у висловленні похвали розважальній функції книг. Мовець хвалить сюжет, героїв і мову, якою написана книга. Сюжет хвалиться за допомогою оцінювальних прикметників (наприклад, *“Overall, the plot is highly creative and intense”, “The result is a complex, involving plot with some of the best narrative writing to be found anywhere, and the recreation of revolutionary Paris is very convincing”* [351]), оцінювальних іменників (наприклад, *“The most striking characteristic of Stoker's masterpiece is its solid grounding in late 19th-century Victorianism”, “A must-read”* [351]), інфінітивних конструкцій (наприклад: *“There are few characters to keep track of and the story is not hard to follow”* [351]) та градації (наприклад, *“You’ll cry with Joe as he learns about forgiveness, you’ll cry with Mona as she’s put through one trial after another, and finally, you’ll laugh and rejoice with both as they finally find themselves in each other’s arms!”* [351]), які вказують на те, що підліткам важливо переживати разом з героями книги, переживати пригоди або події, що описані в книзі, як власні. Для похвали героям також використовуються епітети, наприклад: *“Millie's Fling is a feel-good book for chick lit fans or readers looking for a light and funny novel packed with memorable characters”, “The character portrayals are superb”* [351], та порівняння, наприклад: *“Yet his characters are as fresh and vital today as when they first appeared in print”* [351], які свідчать про те, що герої є сучасними, реалістичними, несхожими на існуючих героїв та такими, що вражають і запам’ятовуютьс, якими захоплюються. Позитивною рисою книги є похвала мові, якою вона написана, - гумористичній (що хвалиться за допомогою

епітетів, наприклад: “*Riordan has a wonderful sense of humor with a snarky edge to it*” [351]), “живій”, цікавій та захоплюючій (що висловлюється за допомогою оцінювальних прикметників і прозопопеї, наприклад: “*It is a gripping story that masterfully combines horror and suspense, keeping you at the edge of your seat until the final page*” [351]), і метафори, наприклад: “*This book is eminently quotable, and it still manages to cast a magical spell over readers of this day and age*” [351]), легкій для читання, такій, що викликає в уяві яскраві образи (що підкреслюється за допомогою оцінювальних прикметників, наприклад: “*The lively narration will hold listeners' attention from beginning to end*”, “*The book is crammed with intense, evocative language, with moments like Dracula creeping down a wall, or the dead captain found tied to the wheel*” [351]) та метафори, наприклад: “*An incomparable gift book; or, should you find it impossible to surrender up such treasures, the best of gifts to oneself*” [351]), а також з детальним (що хвалиться за допомогою стилістичного засобу переліку та літоти, наприклад: “*Dickens' language remains humorous, descriptive and insightful and not inaccessible ...*” [351]), та імпліцитного порівняння, наприклад, “*Few authors can match his rich vocabulary and detailed narrative*” [351]), та переконливим описом (який хвалиться за допомогою епітетів, наприклад: “*The Martians and their machines are exceptionally well imagined, the story moves at a fast clip, and the writing is strong, concise, and powerful*” [351]). Іншою віковою відмінною особливістю рецензій на дитячі книги є висловлення похвали можливості використання книги як засобу для присипляння дитини. Мовці хвалять те, що книга є кращою за колискову, використовуючи порівняння, наприклад: “*The repetitive pattern of the text paired with softly colored illustrations of adorable stuffed animals is better than a lullaby*”, “*There is no better bedtime message than telling a child s/he is loved*” [351].

На відміну від рецензій на дитячі книги, у рецензіях на книги для дорослих хвалять емоційний вплив книги на читача. Для цього використовуються оцінювальні дієприкметники (наприклад, “*It'll keep you*

*enthralled, enraptured*” [351]), стилістичний засіб переліку (наприклад, “*I went through many emotions reading this book, laughing on one page, crying on the next*” [351]) та риторичне протиставлення (наприклад, “*Expect to run the gamut of emotions, as this book is both laugh-outloud funny and tear-jerkingly sad*” [351]).

Як у рецензіях на книги для дітей, так і в рецензіях на книги для підлітків є згадка про загальне враження від книги, яке, проте, описується за допомогою різних лінгвістичних засобів. Причому, у відгуках читачів на дитячі книги вживається третя особа однини, а не перша, як у рецензіях на книги для підлітків, за допомогою якої висловлюються власні враження мовця від книги, оскільки відгуки на дитячі книги пишуть не самі діти, а їхні батьки. Так, захоплення дитини книгою описується за допомогою теперішнього завершеного часу дієслова, а також емфатичних конструкцій (наприклад, “*My almost 19 month old son has loved these books for months! We have quite a few of them and they are the first ones he picks!*” [351]). У деяких рецензіях використовуються графічні засоби, а саме: вживання великих літер (наприклад, “*My son LOVES to pick up the flaps*” [351]) та окличних речень (наприклад, “*From the first time we read it she was hooked! For the last month, we have read this book daily at least 15 times! She loves turning the pages and the rhyming really keeps her attention! The awesome thing is that she knows to turn the page after the rhyming word! So we dont have random page flipping! She loves the mirror at the end and looks into the peek a boo window so she can see her eyes then when we reveal the full mirror she gives herself a kiss! I love this book because my daughter can't get enough of it!*” [351]), за допомогою яких мовець висловлює захоплення книгою. У рецензіях на книги для підлітків згадується загальне позитивне враження, яке книга справляє на читача, що підкреслюється за допомогою найвищого ступеня порівняння прикметників (наприклад, “*I read this book in 2 days and it has been one of the best books I've ever read*” [351]) і повторів (наприклад, “*I read it last year (in eight grade) and I love it. I love Charles Dickens' language and style*” [351]). Крім того,

висловлення враження від читання в рецензіях на книги для підлітків має форму похвальної рекомендації, яка б спонукала до читання. Для цього мовець використовує модальні засоби (наприклад, *“But regardless of this, “Gulliver’s Travels” is a fascinating and enjoyable read and one of those books that just \*has\* to be read during your lifetime”, “You must own it!”* [351]), прозопопею (наприклад, *“The lively text begs to be read aloud”* [351]), анафору (наприклад, *“If you’ve never read this book, read it now. If you’ve read it before, read it again”* [351]) і категоричні твердження (наприклад, *“No child should be allowed to grow up without reading The Jungle Books”* [351]). Метафора також вказує на те, що книга вважається взірцем для інших, наприклад, *“Intelligent, frightening and very well-written, “Dracula” is the well-deserved godfather of all modern vampire books and movies -- and arguably among the best”* [351]. Унікальність і популярність книги хвалиться за допомогою ступенів порівняння прикметників (наприклад, *“Jane Austen’s Pride and Prejudice must be among the most quoted in literature”, “Pride And Prejudice, the story of Mrs. Bennet’s attempts to marry off her five daughters is one of the best-loved and most enduring classics in English literature”* [351]). Особливо слід відзначити порівняння книги з творами класичної літератури, що всесвітньо визнані як кращі та гідні похвали, наприклад: *“This sophisticated but crude novel is the story of man’s eternal desire for perennial youth, of our vanity and frivolity, of the dangers of messing with the laws of life. Just like “Faust” and “The immortal” by Borges”* [351]. У таких порівняннях згадуються певні реалії – власні імена (наприклад, *“It is better than the TV show “Charmed” could ever be”* [351]), тому мовець обирає відомі порівняння для потенційного читача, в іншому випадку, вони будуть незрозумілими, та комунікативна мета не буде досягнута. Відмінним мовним засобом висловлення похвали в рецензіях на книги для дорослих є вживання цитат відомих людей (наприклад, Вірджинії Вульф: *“The greatest of all the novelists – for what else can we call the author of ‘War and Peace?’”* [351]), які можуть вважатися професійною рекомендацією.

У рецензіях на книги для дорослих читачів не згадуються враження від книги та похвальні рекомендації не надаються.

У рецензіях на книги для дітей і на книги для підлітків згадуються ілюстрації. У дитячих книгах картинки описуються експліцитно - за допомогою епітетів (наприклад, *“With a bouncy read-aloud text and gorgeous watercolor pictures, Madeline at the White House is in the best tradition of the beloved Madeline books”*, *“The artwork is stunning, the story is truly loving”*, *“The illustrations are magnificent---vibrant, alive and dazzling on every page”* [351]), метафори (наприклад, *“The illustrations -- pen and ink over vivid watercolor - are packed with fun and realistic details. They bring the story to life, and more importantly, bring the characters to life”* [351]), інверсії (наприклад, *“With eye-popping illustrations, three-time Cladecott medalist David Wiesner takes readers on a stunning journey through the art world”* [351]) та імпліцитно – за допомогою імпліцитного порівняння (наприклад, *“I take Nancy to be very real, as the lively, colorful illustrations by Robin Preiss Glasser show her to be. I have seen other children’s picture books with almost frightening exaggerated faces. I was scanning for books little girls would enjoy and Fancy Nancy, in both story-lines and appearance is one who would ‘fit’ for a girl ‘like me’”* [351]). Так, ілюстрації дитячих книжок достатньо великі та гарні, такі яскраві, що зачаровують, втілюють картинку в життя, передаючи реалістичні деталі. У рецензіях на книги для підлітків ілюстрації хваляться за допомогою ступенів порівняння прикметників (наприклад, *“The lights in the illustrations makes the book all the more magical”* [351]) та інфінітивних конструкцій (наприклад, *“Moser’s small, stirring engravings will help you draw horror fans to the classic novel”* [351]), які свідчать про те, що картинки є не лише гарними, а й викликають реалістичні образи.

Адресатами рецензій на дитячі книги є не діти, а їхні батьки. Зазвичай, у рецензії вказується, на кого конкретно орієнтована книга. В багатьох рецензіях на книги для дітей та підлітків прямо вказується, що вони будуть цікавими не лише підліткам, а й дорослим, що також можна вважати

похвалою. Дорослі, які читають і люблять дитячі книги, згадують у рецензіях, що не зважають на вікові обмеження книги. Цей факт висловлюється різними лінгвістичним засобами. Так, за допомогою перифрази (*“Fancy Nancy is a book I can relate to, even thirty plus years after being a little girl who would have LOVED to have my “fanciness” appreciated by my family!”* [351]) мовець не називає свого віку, а вживанням невербального засобу -- великих літер (*“LOVED”*) та повторів (*“I am buying two copies -- one for my seventy-three year old mother who is a “Fancy Nancy” herself and also for myself... my children may borrow it to read, but I will keep it in my room to read-aloud and laugh and laugh and laugh!”* [351]) підкреслює захоплення книгою той факт, що вона є цікавою не лише дітям. Використання антономазії у наведеному вище прикладі (*“a “Fancy Nancy””*), що є іменем дівчинки-героїні дитячої книги, також вказує на те, що мовець не вважає себе дорослим.

Для рецензій на дитячі книги, на відміну від рецензій на книги для іншого віку, характерна наявність інформації про те, що книга обов'язково зацікавить дитину, наприклад: *“Culminating in a final scene of a sleeping child in a floating bed under a watchful moon, this gentle, tender offering will buoy children with its strong messages of safety and love”, “The exuberant illustrations in this guessing-game board book will enchant infants and toddlers”, “They are also the first books that kids are able to memorize”* [351]. У таких випадках використовується майбутній неозначений час дієслів (*“will buoy, will enchant”*), який вказує на обіцянку (адже не можна сказати напевне, чи сподобається книга), а також теперішній неозначений час дієслова (*“are able”*), що позначає впевненість у своїх словах.

На відміну від книг для підлітків і дорослих, у рецензіях на дитячі книги об'єктом лаудації стають паравербальні засоби - структура книги, а також її розмір, а саме: великі сторінки, твердий папір, що хвалиться за допомогою епітетів (наприклад, *“It's a good-sized picture book with the most remarkable illustrations imaginable!”*, *“The book features large, sturdy pages that*

*catalog a variety of animals you'd find on a farm, in a zoo, or in people's houses*" [351]). Те, що дитяча книга легко відкривається, хвалиться за допомогою інфінітивних конструкцій (наприклад: *"The pictures are colorful and sparkly and the flaps are easy to open"* [351]). Те, що книга приваблює читачів цікавим та яскравим зовнішнім виглядом, а також є приємною на дотик, досягається за допомогою епітетів, наприклад: *"These appealing books feature simple text, bright acrylic illustrations, and everyday situations that are certain to engage the very young"*, *"It has some interesting color and is more tactile, glitter"* [351]. На відміну від книжок для дітей, у рецензіях на книги для підлітків, що досліджувалися, обкладинку не хвалять. Обкладинка згадувалася лише в двох рецензіях, у яких лаудація здійснювалася за допомогою експресивно немаркованих прикметників, наприклад: *"The cover is interesting"* [351]. Цей факт можна пояснити тим, що для підлітків є важливішими зміст і сюжет книги, аніж її зовнішній вигляд, а для дітей віком до п'яти років, навпаки, - обкладинка, оскільки книги для дітей такого віку обираються також для перегляду картинок.

Відмінними рисами рецензій на книги для підлітків є похвала високої якості книги за доступною ціною (наприклад: *"Library editions offer quality hardcover at affordable prices"* [351]) та висловлення похвали авторові. Для цього використовуються оцінювальні іменники (наприклад, *"Charles Dickens is one of the giants of English literature"*, *"Brian Aldiss was named Grand Master of Science Fiction by the Science Fiction Writers of America"* [351]), прикметники (наприклад, *"The inspiration of this short novel is said to have come from a dream (or, perhaps more accurately, a nightmare) Stevenson had. His actual writing is amazing and skillful in all chapters"* [351]), ступені порівняння прикметників, наприклад, *"the most talented"*, та метафори (наприклад, *"Dickens was touched by the finger of God when he sat down to write this little book"* [351]), за допомогою яких мовець хвалить майстерність і талановитість письменника. Автори дитячих і дорослих книжок, як правило, не згадуються. Лише в трьох випадках у досліджуваних рецензіях лаудація здійснювалася

імпліцитно, за допомогою переліку інших заслуг автора книги, як, наприклад, те, що він або вона друкується в авторитетних виданнях, наприклад: *“Brandon Mull is the author of the Beyonders series, as well as the New York Times, USA Today, and Wall Street Journal bestselling Fablehaven series”* [351]. Рецензії, написані дитиною, є більш емоційними (наприклад, *“I was itching to read it”* [351]), а мовлення дитини – більш евалюативним, насиченим порівняннями (наприклад, *“I felt as if I was in the book but no one could see me or hear me but I could hear everything”* [351]), градацією (наприклад, *“This book also generated feeling: I cried at the sad parts, gasped at the surprising parts, and laughed at the funny parts, wherever the book’s feeling went my feeling went with it”* [351]), перебільшенням (наприклад, *“At school I could not even put the book down”* [351]), використанням ступенів порівняння прикметників (наприклад, *“Rick Riordan makes sure everyone can relate to it and he thinks about the audience a lot and that is the most important thing an author can do”* [351]).

Вплив вікового чинника на вибір мовних засобів лаудації в інших жанрах лаудативного дискурсу має свої соціолінгвістичні особливості. Наприклад, у персональних оголошеннях на сайтах знайомств висловлюється похвала тому, що вважається актуальним для певного віку. Чим дорослішою стає людина, тим більше уваги вона приділяє здоров’ю, активному способу життя, наявності власного житла та створенню затишку в ньому, професійним досягненням. Висловлюється похвала тому, що вважається незвичним для певного віку, і, навпаки, тому, що є звичним, не висловлюється.

У персональних оголошеннях на сайті знайомств лаудація висловлюється зовнішності та способу життя мовця. Наприклад, для людей похилого віку є важливою поява нових друзів. Тому на сайтах знайомств часто можна побачити профілі людей старшого віку. При цьому в таких персональних оголошеннях жінки, говорячи про свій вік, завжди згадують те, що відчують себе молодшими, ніж є насправді. Наприклад 48-річна жінка

так описує свій вік: *“I’m really 48 but changed the dob on my profile to be included in searches otherwise us over 45 year olds get left behind. I am young for my age and I’m looking for similar”* [348]. Чоловіки не описують власної зовнішності, просто вказують свій вік. Цей факт можна пояснити так. У сучасному суспільстві вважається, що жінка в будь-якому віці має виглядати молодою та привабливою, слідкувати за своєю зовнішністю. Це свідчить про те, що вплив вікового чинника в персональних оголошеннях на сайті знайомств є пов’язаним з гендерним чинником. У персональних оголошеннях на сайті знайомств жінки намагаються імпліцитно “компенсувати” свій зрілий вік, хвалячи свої інші риси. Зокрема, жінки згадують те, що виглядають молодшими за свій вік, використовуючи ступені порівняння прикметників, риторичний прийом протиставлення, наприклад: *“I’m 45 but look younger”* [346].

Отже, віковий чинник впливає на вибір мовних засобів висловлення лаудації у таких жанрах, як персональне оголошення на сайті знайомств та похвальна рецензія на книгу. У персональних оголошеннях на сайті знайомств вплив вікового чинника проявляється у висловленні похвали зовнішності (передусім для жінок), активному способу життя і незвичним для певного віку зайняттям, хоббі, захопленням. У рецензіях на книги для дітей лаудація здійснюється за допомогою морфологічних засобів (інфінітивні конструкції), синтаксичних засобів (емфатичні конструкції), графічних засобів (вживання великих літер) та риторичних засобів (епітети, метафора, порівняння, антономазія, перебільшення і повтор). У рецензіях на книги для підлітків використовуються епітети, ступені порівняння прикметників, метафори, градація, анафора, перебільшення та оцінювальна лексика. Характерною соціолінгвістичною особливістю рецензій для дорослих є використання цитат відомих письменників. У книгах для дорослих читачів вживаються ступені порівняння прикметників, епітети, мабутній неозначений час дієслова та оцінювальні дієприкметники.

### 2.2.3. Культурний чинник.

Похвальні весільні промови є жанром лаудативного дискурсу за єдністю комунікативної мети, а саме: висловлення похвали. Похвала є ритуальною, оскільки пов'язана з весільною традицією, підготовленою заздалегідь, експліцитною або імпліцитною, якщо об'єкт не хвалиться прямо, суб'єктивною, щирою та непрямую, оскільки спрямована на реципієнта, а не на об'єкт похвали. Залежно від мовця весільні промови можна поділити на такі, що виголошуються свідком, родичами або друзями наречених. Залежно від об'єкта похвали промови поділяються на такі, в яких об'єктом похвали є наречена, та на такі, в яких хвалиться наречений. У роботі аналізується вираження похвали саме в промовах почесного свідка нареченому на весіллі, оскільки цей жанр є притаманним англійським культурам, а в інших культурах промова почесного свідка нареченого не має такого великого значення [267].

Мовцем в промові є свідок нареченого, який прямо звертається до декількох адресатів, що вказує на те, що комунікація не носить опосередкованого характеру. Реципієнтом може бути будь-яка людина. Її соціальний статус, гендерна, професійна або культурна належність не впливає на комунікацію. Комунікативною метою мовця є висловлення похвали нареченому для того, щоб викликати в реципієнта почуття захоплення об'єктом похвали. Для досягнення встановленої мети мовець використовує такі стратегії та тактики: стратегію вихваляння, створення “кола своїх”, ввічливості, тактику оцінки поведінки та ставлення. Стратегія вихваляння реалізується через тактику повідомлення похвальної інформації та у комунікативних ходах повідомлення, похвали, наведення прикладу. Тактика повідомлення похвальної інформації реалізується за допомогою лексичних засобів (використання оцінювальних іменників, прикметників і прислівників, наприклад, *“At school Bill was a very bright student, he was an avid reader and played a lot of sport....unfortunately he could also be a bit temperamental - a bit sulky and at times difficult to live with. When he was 15 mum and dad actually ran*

*away from home!*” [336]). Комуникативні ходи повідомлення, похвали, наведення прикладу реалізуються за допомогою найвищого ступеня порівняння прикметника і риторичного засобу порівняння, наприклад: *“I’ve known Greg since First Grade, we have been best friends through and through. He was like my family’s 3rd son. He would stay overnight, play on the Nintendo, mom would cook us supper. Even my old brother made Greg feel part of the family after he was done beating me up he would also beat up Greg”* [333]. Стратегія утворення кола своїх реалізується за допомогою лексичних (використання оцінювальних прикметників *wonderful, smart, compassionate*) і синтаксичних засобів (вживання складно-підрядного речення *“he lands a helping hand wherever he can”*), наприклад: *“Jason has a lot of wonderful traits. He’s smart, compassionate and he lends a helping hand wherever he can. He also has a deep respect for marriage and I know that when he took his vows today, he made a lifelong commitment”* [338]. Стратегія ввічливості реалізується за допомогою використання риторичних (епітети), морфологічних (порівняльний прикметник) та синтаксичних (вживання складних речень) засобів, наприклад: *“When it comes to Best Man’s speeches there are some things in the interests of good taste, which are better left unsaid...”* [337]. Приховання недоліків здійснюється за допомогою протиставлення та епітетів, наприклад: *“But I’ve got to tell you, there’s not much wrong with this guy. He’s been a true friend”* [333]; *“If you suppose there could be a side to Chamirai you don’t know about, you’d be right. Look at him tonight and the words that immediately come to mind are “respectable”, “upright” and “reliable”. But first impressions can be deceptive. The fact is, folks, this man who proposes to be the father of Carmen’s children has a past. I don’t want to go into all the details”* [336]. Тактика оцінки поведінки та ставлення реалізується за допомогою використання ступенів порівняння прикметників (наприклад, *“Since Jason met Melanie, I’ve seen terrific changes in him. He’s much more confident these days, more sure of what he wants. He’s happier, more caring, and he’s much more willing to bend, too”* [337]), а також модальних конструкцій (*“must have”*) і прислівників

(“*obviously*”), що висловлюють припущення, та лексичних засобів з відповідною семантикою – “*right, degree, awards, prizes*” (напр.: “*Jason had plans for his life and after much careful thought left his job and went back to school, which must have been a tough decision and one I very much respect him for. He obviously made the right choice because four years later he left with a degree and awards for the Dean's List, valedictorian, and a whole host of other prizes, which is hogging things by any standards*” [337]).

Промова почесного свідка нареченого є тематично зумовленою, оскільки передбачається, що свідок хвалитиме особисті або професійні якості нареченого, його вчинки та досягнення. Згідно дискурсивної класифікації жанрів [93], [99], промова є вербальним наративом (як усним, так і письмовим – бо спочатку вона обмірковується та готується письмово) і характеризується використанням минулого часу дієслова при описі подій, наявністю складних речень та вживанням займенника третьої особи однини. Відповідно, структуру промови почесного свідка нареченого складають зав’язка (життя нареченого до зустрічі з майбутньою дружиною), кульмінація (їхня зустріч) і розв’язка (одруження). Структура промови почесного свідка нареченого немає довільного характеру, оскільки є результатом соціальної та професійної практик, що склалися за певних інституціональних умов. Отже, дослідження свідчить, що структура промови є культурно детермінованою сутністю.

Аналіз структури промови почесного свідка свідчить, що початок як британської, так і американської промови – привітання – завжди є простим та ввічливим: “*Hello; Good afternoon; Good evening; Ladies and gentlemen*”, наприклад: “*Hello, how's everyone doing? If I could please have everyone's attention, I'd like to propose a toast to the Bride and Groom*” [334]. Саме такий простий початок без довгих коментарів для привернення уваги, які краще використати десь у середині промови, є дуже важливим для англомовних лінгвокультур: мовець поступово переходить до гумористичних історій та жартів і закінчує промову вітанням наречених. Лише в декількох випадках

було зафіксовано використання свідком розмовного стилю на початку промови (“*Hi; Folks*”), наприклад: “*Folks, there are wedding of two people who were made for each other right from the start*” [333]. Це пояснюється емоційним станом промовця - нервуванням щодо успішності виступу, що свідчить про неформальність такої події в американській лінгвокультурі, прагненням стати “своїм”, встановити дружні стосунки з реципієнтами (слухачами), щоб забезпечити хоча б часткову успішність промови. Спочатку свідок завжди відрекомендується та/ або дякує присутнім, наприклад: “*Good afternoon ladies and gentlemen. For those of you who don't know me, my name is Jason and I am the best man*” [336]; “*Firstly I would like to take the time to thank the rest of you who put so much time and effort into making this day a success*” [335]. Далі мовець розповідає про життя нареченого до зустрічі з нареченою (“*the embarrassing secrets*”) та про те, як він зустрівся з майбутньою дружиною і вирішив одружитися з нею. Поступово промова набуває неформальної та гумористичної тональності, що підтверджує використання стилістично маркованої лексики (“*buddy, folks, kind of*”), наприклад: “*The fact is, folks, this man who proposes to be the father of Carmen's children has a past. I don't want to go into all the details. I'll just mention some words*” [333], та іронічних висловлювань, наприклад: “*The first thing I thought when I heard Jason was getting married was “What a brave woman would marry my best friend?”*” [338]. Висловлення похвали нареченому відбувається саме в цій частині промови, однак в британських промовах свідок, як правило, не хвалить нареченого, а розповідає якусь гумористичну історію з його життя. Іноді свідок на британських весіллях хвалить зовнішній вигляд як нареченого, так і нареченої під час весілля, що є культурною відмінністю британських промов від американських.

Американській лінгвокультурі притаманно, щоб частиною промови був тост, проголошений на честь наречених, хоча іноді, якщо свідок вважає за потрібне, промова може складатися лише з тосту. Аналіз промов свідчить, що вони закінчуються висловленням побажань (у формальному стилі): свідок

виголошує тост (наприклад: *“To the Bride and Groom! To the newly weds!”* [339]), який і є сигналом до святкування (наприклад: *“Now let the festivities begin!”* [340]). Побажання висловлюються за допомогою використання умовного способу дієслова (наприклад: *“May you have years ahead of you filled with love, happiness, health, wealth and each other! May the most you wish for the least you get”* [340]); звороту *to be going to* для вираження майбутнього часу / близького майбутнього (наприклад: *“With this kind of track record, you just know they're going to have a spectacular future!”* [339]); або майбутнього неозначеного часу дієслова (наприклад: *“I only hope that they will continue to be so happy throughout their life”* [334]). Зворот *to be going to* вказує на високий ступінь впевненості мовця у своїх словах, тоді як майбутній неозначений час дієслова свідчить на менший ступінь впевненості. Іноді свідок, окрім цього, дає поради нареченому/нареченим (наприклад: *“Melanie and Jason – I just want to offer you two some advice, and that is this: always listen to each other, and keep on loving one another the way you are today”* [337]), що можуть бути представлені у вигляді цитати відомої людини, яке використовується для створення гумористичного ефекту, наприклад, Альберта Ейнштейна: *“On Albert Einstein’s 50<sup>th</sup> wedding anniversary, he explained the secret to his successful marriage. He said: “When we first got married, we made a pact: in our life together, it was decided that I would make all the big decisions, and my wife would make all the little decisions. For fifty years, we’ve held true to that agreement. However, the strange thing is that in fifty years, there hasn’t been one big decision!”* [339].

Промова почесного свідка нареченого передбачає діалогічний характер: мовець прямо звертається до адресата, але при цьому його відповідь не передбачається. Цей ефект досягається шляхом вживанням вставних речень, таких як *“I think you could say; As you can see and say; I’m sure you’ll all agree; As you can probably tell; You know”*, наприклад: *“One of my first observations about Rob was how trim he looked as I’m sure you’ll agree*

*he still does*” [340]. Такий засіб використовується для того, щоб залучити аудиторію до похвали нареченого.

Змістовно-концептуальна інформація (або, як визначає І. Р. Гальперін, глибинний сенс [57]) промови почесного свідка нареченого на весіллі полягає у висловленні похвали нареченому, емотивному впливові на адресатів, формуванні позитивного уявлення про людину, яку хвалять. Аналіз промов почесного свідка нареченого на весіллі встановив, що орієнтація на цілеспрямоване керування сприйняття адресатом досягається за допомогою дискурсивних практик: морфологічних і риторичних засобів, вибір яких зумовлений порядком (структурою) висловлення: початок і кінець промови відзначаються офіційним стилем і використанням переважно книжної лексики та відповідними морфологічними конструкціями, тоді як у розповіді про життя нареченого до одруження свідок вживає розмовний стиль та прості речення. Іноді такий спосіб побудови промови називають “технікою сандвіча” [267], оскільки свідок починає і закінчує промову ввічливими та щирими коментарями, вживаючи жарти та кумедні історії у середній її частині.

В американських промовах свідок хвалить позитивний вплив на особисті якості нареченого та позитивні зміни характеру, на які вплинула зустріч з нареченою. Для висловлення похвали особистих якостей мовець використовує певні морфологічні та риторичні засоби. Серед морфологічних засобів відзначається вживання найвищого ступеня порівняння прикметників (наприклад, “*Most of all, he must be just about the most high-spirited person I know*” [336]), щоб підкреслити унікальність та найкращі риси характеру нареченого. Також слід відзначити стилістичне вживання означеного артикля там, де має вживатися неозначений (наприклад, “*All in all, I think you could say Jim pretty much makes the ideal husband*” [335]). Серед риторичних засобів вживаються епітети, які допомагають створити яскравіший образ (наприклад, “*At school Bill was a very bright student, he was an avid reader and played a lot of sport*” [340]), метафора (“*He’s got a sarcastic sense of humor that could cut steel,*

*he's loyalty knows no bounds and he's always there for a friend in need*" [338], *"I've watched Jason grow from a baby to a young man. He's always been a source of joy in our lives and we've been very proud of him"* [337]) та порівняння (*"Seriously speaking in all the years I've known Jeff he's been one of the best friends anyone could ask for"* [333]). Оскільки порівняння (у тому числі й метафора [187]) є одним з найголовніших засобів втілення образного змісту народного менталітету та духовної культури [124], можемо зробити такі висновки: наречений завжди вмів усіх розсмішити; дружба між нареченим та свідком є настільки міцною, що він майже став членом родини свідка – це велика пошана, що свідчить про добропорядність та надійність людини. Для висловлення похвали досягненням і здібностям нареченого мовець використовує теперішній завершений час дієслів, наприклад: *"Dave has always been keen on keeping fit. One sporting activity Dave has used to keep fit is mountain biking"* [334]. Так, для американського суспільства важливим є також заняття спортом.

Висловлюючи похвалу, особливу увагу мовець приділяє позитивним змінам у характері нареченого, коли він зустрівся із майбутньою нареченою: він хвалить його турботливість, впевненість у собі тощо. Для цього використовуються як морфологічні, так і риторичні засоби висловлення похвали. Серед морфологічних відзначаються використання минулого завершеного часу дієслова (наприклад, *"We knew there was something special about Debbie because he hadn't acted like this before"* [333], *"At first he would call Kelly every other day and end up talking to Kris for an hour. After a while Kelly was out of the loop. He would call just hoping that Kelly would answer the phone so that he could get the dirt on how he was doing. It was funny; there was a point where he was so adamant about telling her the things that might embarrass him, first, so that we couldn't embarrass him later. I guess it worked, because she chose to keep him anyway"* [337], *"Anyway, something happened that day because soon after that, the planets aligned and Shane did something he had never done before and that was that he asked a girl out before being approached by her first"*

[338]) та ступенів порівняння прикметників (наприклад, “*Since Jason met Melanie, I've seen terrific changes in him. He's much more confident these days, more sure of what he wants. He's happier, more caring, and he's much more willing to bend, too” [337]). Серед риторичних засобів відзначається використання іронії (наприклад, “*When they first met, Troy immediately had Rob eating out of his hand, which was extremely useful because it saved on the washing up*” [333], “*I soon found that he was a highly respected man. Around our office he is known as God. He's rarely seen and if he does any work, it's a bloody miracle” [333] (+порівняння та метафора), “*He could be described as charming, intelligent, witty ... and perhaps one day he will be*” [334]). Наведені вище приклади свідчать, що свідок хвалить не тільки позитивні риси або події з життя нареченого, а й говорить про його недоліки, використовуючи при цьому іронію та метафору для їх перетворення у своєрідну похвалу, оскільки за І. П. Сусовим висловлення з негативною оцінкою імплікує позитивну [187], наприклад: “*What else he can offer Amber, Jim is never going to make her proud as a home handyman” [340]. Крім того, жарти використовуються не лише для того, щоб розважити публіку, присутню на весіллі, але й щоб зменшити напругу (нервування) свідка. Крім того, це кращий спосіб висловлення дружніх почуттів між чоловіками у порівнянні з тим, коли про це йдеться несерйозно.***

Культурною відмінністю британських промов від американських є висловлення похвали зовнішності як нареченого, так і нареченої. Для цього мовець використовує епітети, наприклад: “*Finally, I would also like to thank our bridesmaids Chloe and Katie who all look stunning and truly beautiful today and have made our day extra special*” [339]. Аналіз змістовно-концептуальної інформації (яка полягає у висловленні похвали) в промові почесного свідка нареченого на весіллі свідчить про наступні риси нареченого, які цінуються в англomовному світі, та їхні основні опозиції:

1. В американській культурі мають значення такі риси: надійний / ненадійний; відповідальний / невідповідальний; гарний / негарний. Засоби

висловлення похвали в лаудативному дискурсі допомагають зрозуміти риси, які характеризують “ідеального” нареченого. Так, цій цілі служить оцінювальна лексика вираження якості (*high-spirited, reliable, caring, hard working, pretty good, great friend, the strength of the character, special, highly respected, perfect, adventurous, fun-loving*), наприклад: “*He is truly a quality individual. He's a great friend and lifelong confidant” [336], “*Mike is a wonderful individual that could be described as handsome, entertaining, intelligent, and of course, charming” [334]. Для похвали нареченій також використовувалися переважно прикметники з емоційним забарвленням: (*fantastic, perfect, the best, brave, strong, wonderful, lovely, young, terrific, stunning*), наприклад: “*Dave you are a very lucky man! You have married Claire today and she is beautiful, intelligent, kind and caband. And in you she had definitely found one” [333].***

2. Характеристика “кохаючий/ закоханий”. Для похвали риси “той, що дійсно кохає” свідками в промовах, що досліджувалися, використовувалася іронія, наприклад: “*He must have really wanted to get married since he agreed to have the wedding in the middle of the football season and going on their honeymoon means he'll miss two of the Best Man games” [333].*

Результати здійсненого дослідження промов почесного свідка нареченого дозволяють зробити такі висновки. За іллокутивною метою (висловлення похвали) промова почесного свідка нареченого є жанром лаудативного дискурсу. У британських промовах, які досліджувалися, висловлюється похвала лише зовнішності наречених під час весілля, що досягається за допомогою використання епітетів. В американських промовах свідок нареченого хвалить особисті якості нареченого (за допомогою теперішнього завершеного часу дієслова, стилістичного вживання означеного артикля, ступенів порівняння прикметників, епітетів, метафори та порівняння) та позитивні зміни характеру, що сталися після зустрічі з нареченою (за допомогою минулого неозначеного часу дієслова, ступенів порівняння прикметників, іронії, порівняння). Для американського

суспільства важливими рисами є почуття гумору, відданість, наявність родинних зв'язків, захоплення спортом. Іронічне згадування недоліків нареченого є імпліцитною похвалою його позитивним рисам. Висловлення похвали нареченому в американських промовах зумовило формування характеристик у вигляді бінарних опозицій “надійний / ненадійний”; “відповідальний / невідповідальний”; “гарний / негарний”, “кохаючий / закоханий” для опису вимог до ідеального нареченого.

#### **2.2.4. Професійна належність.**

Як зазначалось вище, професійна належність впливає на об'єкт похвали й вибір мовних засобів лаудації в похвальних рецензіях на книгу. У роботі професійна належність розуміється як обіймання посади рецензента або експерта, тобто такої посади, до обов'язків якої входить написання рецензій на книгу. Відповідно, надалі рецензії називатимемо професійні/ рецензії експертів та непрофесійні/ рецензії читачів відповідно.

Похвальні рецензії на книги є жанром лаудативного дискурсу за єдністю комунікативної мети – висловлення похвали. Похвала є повсякденною, не зумовленою календарною або ритуальною подією. Пишеться рецензія заздалегідь, за необхідності просунути певну книгу. Похвала є суб'єктивною, експліцитною або імпліцитною у випадку, якщо об'єкт не хвалиться прямо, та прямою, адже мовець звертається безпосередньо до адресатів. Критерій щирості не є можливим для перевірки. Аналіз похвальних рецензій свідчить про відмінності у виборі мовних засобів вираження похвали і об'єкта похвали в таких рецензіях. Розглянемо такі відмінності більш детально.

Авторами експертних рецензій є видавці або журналісти популярних газет або журналів, редактори книг або спеціалізованих сайтів, відомі письменники (наприклад, Virginia Woolf, Thomas Mann, сучасні письменники Sarah Waters, Jan Needle, P.D. James, A.N. Wilson та інші.), співробітники бібліотек і навчальних закладів, спеціалізовані служби по наданню рецензій

та навіть самі автори книжок (наприклад, *Washington Irving*). Важливо, щоб автором рецензії була відома авторитетна людина, оскільки в іншому випадку рецензія не матиме відповідного впливу на читача. У рецензіях читачів мовцем виступає будь-яка людина, що читала книгу, на яку пишеться рецензія, або попередню книгу того чи іншого автора. Зазвичай, мовці неекспертних рецензій не вказують своєї професії (за винятком шести випадків з 300, проаналізованих у роботі, наприклад, *jackcoleman, author, writer, Rom Writer, Preschool teacher and Mom, SLP Mom*), обмежуючись лише власним іменем з електронною адресою або логіном, який, як правило, свідчить про любов до книжок та читання взагалі або про те, що мовець любить користуватися певним сайтом (наприклад, *Booklady123, Honest Review, A Reader, A Kid's Review, 'Potterphille', Book Collector, mother of two book-lovers, toddlestirred, AvidBookCrosser, devoted collector, A Customer, Amazon Afficionado, japanreviewed, Playful Literary Adventure, Book Lover, Bookwarm*). Причому, в рецензіях на книги для дорослих читачі називають себе на ім'я, а на книги для підлітків – за логіном, що дозволяє зробити припущення стосовно віку автора рецензії. Адресатом в обох випадках вважається будь-яка людина, що зацікавлена книгою. Дослідження свідчить, що на адресата впливає віковий чинник – має значення те, для якого віку призначена книга, оскільки кожна людина обирає книги для себе або в подарунок іншій людині відповідно до віку. Водночас, з іншого боку, дослідження встановило, що віковий чинник не є суттєвим обмеженням, оскільки дорослі часто люблять читати книги, призначені дітям, такі як, наприклад, “Аліса в країні чудес” Льюїса Керола або “Гарі Поттер” Джоан Роулінг.

Головна комунікативна мета рецензії на книгу - викликання зацікавленості, захоплення та спонукання до покупки та читання книги – досягається за допомогою когнітивно-інформативної та прагманіпулятивної стратегій, які спрямовані на придбання читачем певної книги. Ці стратегії реалізуються тактиками передачі інформації (через використання

синтаксичних лінгвістичних засобів, зокрема, простих і складних речень, наприклад: *“Since its publication in 1865, Lewis Carroll’s Alice’s Adventures in Wonderland has delighted the world with a wildly imaginative and unforgettable journey, inspiring children of all ages to suspend disbelief and follow Alice into her fantasy worlds”* [351]) та оцінки поведінки та ставлення (через використання лексичних засобів, наприклад, вживання емотивного прикметника найвищого ступеня: *“As most know by now Ian Falconer has created one of the most appealing children’s book characters to be found”* [351]). Важливе місце в рецензіях на книги посідає стратегія презентації, що реалізується тактикою похвали (реалізація через вживання лексичних засобів – оцінювальних прикметників, наприклад: *“Funny, clever, full of revelations to those who look carefully – this title represents picture book making at its best”, “This is a fabulous book with a great moral and the artwork is magnificent”* [351]), тактикою повідомлення інформації (через використання синтаксичних засобів – простих поширених речень, наприклад: *“David Wiesner is one of only two people to win the prestigious Caldicott Medal on three occasions, for Tuesday (1992), The Three Pigs (2002) and Flotsam (2007)”* [351]), тактикою цитування (через вживання порівняння, а також синтаксичних засобів – складних речень, наприклад: *“To read him is to find one’s way home, to everything within us that is fundamental and sane” by Thomas Mann* [351]), тактикою припущення (вживання майбутнього неозначеного часу дієслова або прислівника з відповідним значенням невпевненості, наприклад: *“Chicklit and women’s fiction readers will enjoy this spontaneous journey in Cornwall, England”, “Thus begun the immortal adventures of Alice, perhaps the most popular heroine in English literature”* [351]), тактикою налаштування емоцій (через морфологічні засоби – використання модального дієслова, що висловлює припущення, та емотивного дієприкметника, наприклад: *“If you haven’t reread it recently, you may be astonished by its suspensefulness and its disquieting power”* [351]), тактикою “гра на підвищення” (через риторичний засіб – градацію, наприклад: *“In much the same way Mowgli is carried away by the Bandar-log*

monkeys, young readers will be caught up by the stories, swinging from page to page, breathless, thrilled, and terrified" [351]), тактикою імпліцитної оцінки/переліку заслуг (через використання синтаксичних засобів – складних речень, наприклад: "*H.G.Wells was a professional writer and journalist who published more than a hundred books, including novels, histories, essays, and programs for world regeneration*" [351]) та тактикою обіцянки (через вживання граматичної форми майбутнього неозначеного часу дієслова, наприклад: "*It will become a classic*" [351]).

Тематика рецензій зумовлена тим, хто є мовцем – експерт чи читач. У першому випадку мовець звертає більшу увагу на досягнення автора книги (наприклад, за допомогою епітетів та прозопопеї: "*\*Starred Review\* Wiesner, the recipient of three Caldecott Medals and two Caldecott Honors, offers another fantastical winner that plays with the boundaries of traditional storytelling*" [351]), якісні характеристики (наприклад, за допомогою епітетів: "*Wyeth's thrilling, handsomely reproduced paintings, originally done in 1911, will attract a variety of readers, including some older high-schoolers*" [351]), фактор корисності (наприклад, за допомогою оцінювального прикметника: "*Given the colorful look of the book and the perennial appeal of the story, this version will be a useful addition to many libraries*" [351]), тоді як читачі посиляються на власні емоції та почуття (наприклад, за допомогою епітетів: "*For any parent that has ever tried to get their little one to sleep - while falling asleep yourself - this is a gorgeous, heartbreakingly beautiful book*" [351]) та хвалять сюжет книги (наприклад, "*The danger and suspense is nonstop, with many surprises, along the way*" [351]).

Рецензія на книги є наративом, оскільки характеризується стандартною композицією (зав'язка, кульмінація, розв'язка), каркасом з упорядкованих подій, що описуються за допомогою однотипних граматичних форм з сполучними елементами: використання минулого часу дієслова, дієприкметників, займенників тощо. Рецензія на книгу від читача починається з того, що мовець повідомляє, яким чином саме він

познайомився з книгою, можливо, за чієюсь рекомендацією, що спонукало придбати та прочитати певну книгу, причому мовець не звертається прямо до читача (виняток становить лише одна рецензія, у якій мовець на початку рецензії звернувся до адресата “*Dear reader*”), що становить особливість жанру. Далі, як правило, кожна рецензія містить переповідання сюжету книги. Закінчує рецензію, як правило, згадування про ставлення до книги або її автора. В останній частині висловлюється похвала, оскільки саме там мовець передає своє оцінювальне ставлення та емоції стосовно певної книги, наприклад, за допомогою оцінювальної лексики та прозопопеї: “*My admiration for and appreciation of Wiesner’s talent continues to grow*” [351].

На відміну від рецензії на книгу від читача, рецензії експертів складаються з декількох частин: власне рецензія (від редактора та обов’язково одна або більше від іншого видавництва, відомого автора тощо), опис книги, видавнича анотація рекламного характеру та інформація про автора. Експертні рецензії також завжди переказують зміст, до того ж їхній переказ становить вагомішу частину, аніж у рецензіях від читача. Похвальна інформація стосується головним чином самої книги та автора. Іноді інформація про автора являє собою імпліцитну похвалу через перелік заслуг, наприклад: “*With millions of copies in print, Deborah Smith is one of the best-known and most beloved authors of big, sweeping, contemporary novels set in the modern South. Her New York Times bestselling novel, A Place To Call Home, was named a Top 200 Romances Of All Time book by Romantic Times Magazine. She was nominated for a prestigious Townsend Award for her novel, On Bear Mountain*” [351].

Обсяг рецензії варіює від декількох речень до цілої сторінки. Зазвичай, рецензії експертів є коротким. Цей факт пояснюється тим, що вони зазвичай друкуються на обкладинках або безпосередньо в книгах. Іноді рецензія складається з інших рецензій, це так звані “рецензії в рецензії” [226]. У такому випадку, рецензії є невеликими за обсягом, зазвичай, довжиною в одне або декілька речень, наприклад: “*Mansell is a very talented writer who*

*definitely tapped into the issues of love, work, friendship and moving on. I actually laughed out at several points in the book and closed it with a grin on my face”, “This treasure of a book – which is appropriately gentle in both its understated text and artwork – catalogues many sorts of quiet that readers will recognize instantly” (Publishers Weekly) [351]. Рецензії читачів значно більше за обсягом та складаються з декількох абзаців.*

Як в рецензіях експертів, так і в рецензіях читачів міститься інформація про цільову аудиторію, тобто про те, на якого саме читача (дитину, підлітка або дорослого) розрахована книга, наприклад, як в цих рецензіях експертів: *“The words directly address a young listener with comforting, fanciful imagery”, “With plenty of humor to lighten the dark and ominous mood, this fantasy adventure series is a fun read for middle readers on up”, “A book sure to appeal to girl’s inner princesses – and inspire new ensembles and decor”, “These meaningful contemporary maxims are ideal conversation-starters for families or small groups” [351]; та в цих рецензіях читачів: “A perfect book for any little boy or girl who loves stories”, “It’s a story of suspense and adventure that can be enjoyed at a child’s level, but has substance for adults as well”, “A timeless story the whole family will enjoy!”, “While younger readers may find some of the wording as tough as an old gym shoe, anyone older than 13 with an interest in mystery, romance, and how society runs, will find this a pleasurable and haunting read” [351]. Як рецензія експертів, так і рецензія від читача завжди містить так звану “обіцянку” про те, що книга зацікавить читача та буде корисною. Читачі “обіцяють”, що книга викликати певні емоції – подив, радість (наприклад, “Young readers will laugh and be surprised at exactly what that is...as well as its effect upon the city” [351]), посмішку, захоплення тощо (наприклад, “Fans of this series will no doubt find this title humorous and enjoy the piglet’s newest adventure”, “Moses is most successful with the double-page landscapes and village scenes (similar to his great-grandmother’s style), which will intrigue readers with their detailed activity”, “This book brought a smile to my face. It is such a good, sweet story”, “The charm of The Sketch Book remains*

*unbroken, the old fascination still lingers about*” [351]); буде повчальною (наприклад, *“I gave this as many as two stars because baby's mom says that it will help her practice similar-sounding words and I like the graphics and title”, “Helps to build a child’s vocabulary”* [351]) та корисною (наприклад, *“Look, this might be a good book for a third-grader who is a reluctant reader”, “Whether you are a mom or dad, grandma, grandpa or know of a little one out there, you will find this book a treasure”* [351]). Читачі лише в деяких випадках згадують про те, що книга буде корисною (наприклад, *“A Christmas Carol will be passed down through generations, revisited regularly, and remembered into old age* [351]). Як видно з наведених прикладів, відрізняється й вибір лінгвістичних засобів для передачі певної інформації. Зокрема, читачі використовують майбутній неозначений час дієслів для висловлення обіцянки (наприклад, *“Everything about this hardback kids’ book is charming, but it’s the little details that will make you a Fancy Nancy fan”* [351]), теперішній неозначений час дієслів (наприклад, *“This is a fabulous book with a great moral and the artwork is magnificent”* [351]) і модальні дієслова (наприклад, *“I couldn’t wait to start reading, having finished rereading book four during my lunch hour”* [351]) для привернення уваги до корисності та повчальності книги. Експерти вживають майбутній неозначений час дієслів для висловлення обіцянки (наприклад, *“But children will enjoy talking about the feelings that are shown, and every page tells a different story”, “Transcending the traditional boundaries of both the romance and women's fiction genres, this grand buffet of a story will have readers laughing, crying, and cheering the tenacity of the human spirit”* [351]). Ця відмінність пояснюється тим, що читачі, які вже читали певну книгу, можуть напевне охарактеризувати свій власний досвід, а експерти можуть лише припустити, яке враження справить книга на читача.

Рецензії експертів також відрізняються від рецензій читачів об’єктом похвали. Так, у рецензіях експертів значна доля похвали приділяється видавництву, яке презентує книгу, наприклад: *“These deluxe Oxford editions offer the exploits of Holmes and Watson the red carpet treatment they truly*

*deserve*”, “*Founded in 1906 by J. M. Dent, the Everyman Library has always tried to make the best books ever written available to the greatest number of people at the lowest price*”, “*But the best feature must be Everyman’s uniquely low price*” [351]. Як свідчать приклади, лаудація у цьому випадку реалізується за допомогою оцінювальних прикметників (наприклад, “*deluxe*”) та прислівників (наприклад, “*uniquely*”), а також використанням найвищого ступеня порівняння прикметників (наприклад, “*the best, the greatest*”). Іноді однакова реклама певного видавництва зустрічалася в багатьох рецензіях. У рецензіях також хвалиться доступна ціна хорошої книги, наприклад: “*A lot of extras for the price*” [351].

Окрім видавництва, в рецензіях висловлюється лаудація авторові. Залежно від того, хто хвалить автора – видавництво, інші письменники або сам автор – варіюються мовні засоби. Видавництво хвалить автора за допомогою оцінювальних прикметників та іменників (наприклад: “*Washington Irving (1783-1859), America’s first successful professional writer, was born and raised in New York City*”, “*My all-time favourite author is Charles Dickens*”, “*Roddy Doyle is an award-winning novelist, dramatist, and screenwriter*”, “*He was also a master of satire, essay, travelogue, and folktale, as evidenced in this classic collection*”, “*Writing for kids is a gift, a responsibility, and an honor*” [351]), порівняння (наприклад: “*When he died in 1870 he was buried in Poet’s Corner in Westminster Abbey as an indication of his huge popularity as a novelist, which endures to this day*” [351]) та теперішнього завершеного часу дієслів, що вказує на результат і досягнення (наприклад: “*Jane O’Connor has always had a secret fondness for froufrou. An editor at a major publishing house, she has written more than thirty books for children*” [351]). Автор, висловлюючи похвалу собі, вживає найвищий ступінь порівняння прикметників (наприклад: “*I love the creative freedom this new venture gives me, I hope you’ll agree that The Crossroads Café shows my storytelling skills at their very best*” [351]), порівняння (“*so ... that*”), протиставлення (наприклад, “*My editor was so excited by this series proposal in*

2003 that she offered me a contract on only 50 pages. Then I had to hurry and finish the book -- it took three months. I usually take about 6 months to finish a book” [351]), а також використовує імпліцитну похвалу, наприклад: “Then it [the book] was honored by YALSA (librarians) and I was asked to do a 4<sup>th</sup> book” [351]. Іншим засобом висловлення похвали авторові є перелік його заслуг, що вважається імпліцитною похвалою, наприклад: “ERIC METAXAS is the author of Everything You Always Wanted To Know About God (But Were Afraid to Ask) and thirty children’s books. He has written for Veggie Tales and Rabbit Ears Productions, earning three Grammy nominations for Best Children’s Recording” [351]. Цей засіб є характерним саме для рецензій експертів, використаним для того, щоб привернути увагу до досягнень автора, а також щоб підкреслити його талант, успішність та авторитет серед колег. Хоча одиничні випадки вживання переліку заслуг були зафіксовані й у рецензіях читачів (наприклад, “As Creative Director of Craik Jones Watson Mitchell Voelkel, she helped the agency win hundreds of creative awards” [351]), такий спосіб висловлення похвали не є типовим для читачів. Отже, похвала авторові свідчить про те, що для англомовних країн важливо, щоб письменник був відомим, успішним, таким, що написав не одну успішну книгу та має певні відомі нагороди за творчі здобутки. Також важливо, щоб автор співпрацював з відомими видавництвами.

Видавництво також хвалить обкладинку книги (наприклад: “This [cover] is one of the best in the picture-book size Scribner Storybook Classic Series” [351]) та якість за доступною ціною (наприклад: “This book is a wonderful tactile experience, from the shimmery glittery cover to the gentle watercolors inside, which are printed on the creamiest of papers”, “That along with the full text make this one of the best editions available, especially at this remarkable price” [351]). Так, вживання ступенів порівняння прикметників (“*the best, the creamiest*”), метафори (“*tactile experience*”) та епітетів, які вказують на візуальне сприйняття (“*shimmery, glittery*”), свідчить про те, що книга є приємною на дотик.

У рецензіях експертів, на відміну від рецензій читачів, використовуються цитати відомих письменників, що є апеляцією до авторитету, наприклад: *“As fantasy writer Jane Yolen writes of this (the reviewer's favorite) edition, ‘The strong black and whites of the main text [illustrations] are dark and brooding, with unremitting shadows and stark contrasts. But the central conversation with the monster--who owes nothing to the overused movie image ... but is rather the novel's charnel-house composite--is where [Barry] Moser's illustrations show their greatest power ... The viewer can all but smell the powerful stench of the monster's breath as its words spill out across the page. Strong book-making for one of the world's strongest and most remarkable books.’”, “What an artist and what a psychologist! It seems to me there are some passages worthy of Shakespeare. I found myself crying out in admiration while reading” (by Gustave Flaubert) [351]. Читачі не цитують відомих людей, а наводять безособисті посилання, наприклад: *“It is considered a masterpiece of American literature and a classic moral study” [351].* Ще однією відмінністю рецензій експертів від рецензій читачів є посилання на те, що твори певного письменника слугували основою для книжок інших авторів (наприклад, *“The novel itself is, if not the progenitor, an early vessel of so many archetypes found science fiction and horror”, “This is a granddaddy of all alien invasion stories, first published by H.G. Wells in 1898” [351]), або навіть ставали родоначальниками жанрів (наприклад, *“This novel is considered one of the earliest works of science fiction and the progenitor of the ‘time travel’ subgenre”, “It goes without saying that this book is a science fiction classic in every sense of the word and that H.G. Wells was a founding father of the genre” [351]).***

У рецензіях експертів зустрічаються одиничні випадки похвали до ілюстрацій (наприклад, за допомогою епітетів: *“Lisbeth Zwerger's glorious watercolors for Charles Dicken's A Christmas Carol, first published in 1988, once again prove that she is as adept at creating the terrifying image of Christmas Yet to Come as she is showing the miraculous transformation of Scrooge”, “Ross's*

*lively and sophisticated* cartoons add interest, and historical information helps readers place the novel in proper context and gives insight into its characters” [351], або прозопопеї: “*The dozen wood engravings by Moser will knock you out*”) [351]), до оповідання (наприклад, за допомогою метафори: “*If you haven't read it recently, though, you may not remember the sweeping force of the prose, the grotesque, surreal imagery, and the multilayered doppelgänger themes of Mary Shelley's masterpiece*” [351]), до наявності коментарів (наприклад, за допомогою стилістичного засобу переліку: “*Each book contains the original, unabridged text, interspersed with background information, explanations of themes, maps, timelines, definitions, and carefully chosen illustrations that enhance the mood of the story*” [351]), до таких характеристик книги, як: повчальність (наприклад, за допомогою інфінітивних конструкцій: “*Gulliver's Travels is not an easy book to read; like all older literary novels it requires the attention and patience of the reader, has complicated and contemporary issues to discuss and a tendency to be a bit long-winded at times*” [351], та порівняння: “*This book deals with several issues that are as important now as they are today: the way our culture worships beauty and youth, an admiration that borders on homosexual love, virtues, the differences between men and women, and what art is and what makes it truly art*” [351]), корисність (наприклад, за допомогою епітетів: “*It is short and would make a great bedtime story for your kids or for yourself*” [351]), інтерес для читача (наприклад, за допомогою прозопопеї: “*Robert Louis Stevenson's cherished, unforgettable adventure magically captures the thrill of a sea voyage and a treasure hunt through the eyes of its teenage protagonist, Jim Hawkins*” [351], або синтаксично – поширеними простими реченнями з інфінітивним та дієприкметниковими зворотами: “*Over Treasure Island I let my fire die in winter without knowing I was freezing*” [351]). Так, експерти вважають, що картинки в книжці мають бути яскравими, “живими”, вражаючими, а оповідання – захоплюючим та зрозумілим.

Читачі більше уваги приділяють якісним характеристикам книги. Вони хвалять великий і зручний розмір книги (наприклад, через оцінювальні прикметники та метафору: *“It is a nice big format, with an exquisite typeface, easy to read and to hold in the lap”* [351]), мову, якою вона написана, - таку, що надихає і тішить (наприклад, через порівняння: *“The language that the novel is written in might be a little more difficult to read than contemporary literature, but once one gets accustomed to it, it makes the novel even more pleasurable”* [351]), захоплюючий та актуальний сюжет (наприклад, за допомогою епітетів: *“Overall, the plot is highly creative and intense, despite the writing”* [351], повторів: *“I was completely overcome by the greatness of the book, great from whatever way I looked at it: plot, speculation, characters, “sense of wonder”, even throw away humor were all topnotch”* [351], або порівняння: *“This basic message is more than applicable today”, “The whole book seems to be a warning against scientific omniscience and communal living”* [351]). Окрім цього, хвалиться корисність книги (наприклад, за допомогою оцінювальних іменників: *“The select biography by M. K. Joseph is of benefit to our students”* [351]), її цікавість (наприклад, за допомогою прозопопеї: *“The author manages to create a mood in the book that keeps you always on the edge of your seat waiting for the legend of the Headless Horseman to come into play”* [351]) та повчальність (наприклад, за допомогою інфінітивних конструкцій: *“Sometimes scary and always exciting, Kipling also uses the book to teach lessons much greater than a jungle in India”* [351]). У рецензіях читачів, на відміну від рецензій експертів, не згадують ціну книги. Дослідження виявило лише один випадок, коли читач порівнює користь недорогої книги (а не її якість) із більш дорогою, наприклад, за допомогою порівняння: *“As teaching aids go, My Big Animal Book has proven far more effective than many a high-priced electronic gadget or DVD”* [351].

Висловлюючи похвалу, читачі багато уваги приділяють популярності книги. Для підкреслення популярності тієї чи іншої роботи, мовці використовують теперішній завершений час дієслів, який акцентує увагу на вже досягнутих заслугах, що викликають почуття поваги та довіри, а, отже, й

захопленості (наприклад: *“Her award-winning artwork has graced the covers and pages of many magazines, and books”, “We have and love all five previous books; we have read them all and shared them countless times”, “The book has always been brilliant but I didn't imagine how great the pictures would be to go with it”, “My son received this book for his first birthday and it has quickly become a favorite” [351]) або теперішній неозначений час дієслова, який підкреслює, що так відбувається завжди (наприклад: *“He may not be consistent in terms of his content, but when it comes to quality David Wiesner is ever and always predictably magnificent” [351]). Деякі читачі вважають дуже важливим мати власний примірник книги, наприклад: *“I buy a copy for my school library with library money and for me with my money and another copy for my great-niece!” [351].***

При розповіданні сюжету книги читачі нерідко використовували графічні засоби для того, щоб акцентувати певну думку, наприклад: *“When Pinkalicious loses a tooth, it's not just any tooth – it's her sweet tooth! Suddenly candy no longer tastes sweet! With her pinkatastic pen, Pinkalicious writes a note to the Tooth Fairy and tucks it under her pillow...only to hear from Cupid, the Easter Bunny, and a Christmas elf instead. It is not until the Tooth Fairy finally responds—and works some magic—that Pinkalicious discovers where sweetness really comes from”, “I want to start by saying that we LOVE Olivia around here”, “I bought this beautiful book for my fancy 3 year old daughter and she absolutely LOVES it”, “We ALL adore Fancy Nancy”, “The sparkley covers are enough to make any princess swoon, but the delightful writing (so few words on a page--thank you!) and spectacular illustrations make Fancy Nancy a DAILY ritual in our house” [351]. Висловлюючи лаудацію, читачі часто висловлюють впевненість у тому, що наступна книга того ж самого автора або її продовження буде таким же гарним, як і перша частина або попередня книга (наприклад: *“I cannot wait until book two, ‘Last Dance’ comes out”, “I look forward to the next in this Seer series, Last Dance” [351]), що свідчить про те, що читач захоплюється творами певного автора. Багато з читачів відверто**

повідомляють, що є постійними шанувальниками того чи іншого письменника, що є імпліцитною похвалою, яка висловлюється за допомогою морфологічних засобів – теперішнього завершеного часу дієслів (наприклад: *“Deb Smith has NEVER disappointed me, ever since I first read Blue Willow many months ago, and this one is another book that will go on my keeper shelves to be read and loaned (carefully!!) again and again”* [351]), теперішнього неозначеного часу дієслів (наприклад: *“I really enjoy Ms. Carr’s books and this is one of my favorites”*, *“Jill Mansel never fails to delight me with her books”* [351]) і майбутнього неозначеного часу дієслів (наприклад: *“I will definitely be checking out her other books”* [351]). Вживання перших двох морфологічних засобів висловлює постійну дію, а останнього – обіцянку. Як і в рецензіях експертів, у рецензіях читачів висловлюється похвала авторові за допомогою ступенів порівняння прикметників, що підкреслюють перевагу особистості або речі, наприклад: *“Perhaps the ending is a slight anticlimactic, yet I, having read this novel before and being quite familiar with the Count, read the final pages with bated breath, an anxious mind, and the sense of exhilaration that only one the most talented of writers can induce”* [351]. Як вже було відмічено, закінчуючи рецензію, читач завжди висловлює своє ставлення до книги або виражає похвалу її авторові.

Для передачі своїх емоцій читач використовує лексику, яка вказує на емоційний стан (наприклад, *“I was very pleasantly surprised. I’ve not read anything else by Washington Irving. The story is simple; the prose is easy to read but in spots is downright beautiful”* [351]) або вживає метафору (наприклад, *“Richly written, with details and contexts unfamiliar to Western readers, “The Jungle Book” lifts imagination and language beautifully”, “But in Oliver Twist I sailed through the pages”, “A literal page turner, I found myself having more than one sleepless night when I just couldn’t put it down [351]), яка підкреслює здатність книги пробуджувати уяву та викликати захоплення.*

Лаудацією є висловлення мовцем оцінки книги за допомогою умовно прийнятої “системи зірок” (наприклад: *“I’d give it ten stars if I could”* [351])

або епітетів (наприклад: “A great book, and one I am glad to have finally read” [351]), а також використовують теперішній неозначений час дієслова (наприклад: “I simply love this book in its entirety, and I know it won't be too long before I pick it up again” [351]) або майбутній неозначений час дієслова (наприклад: “Her *Pride and Prejudice* will always have an honored spot on my bookshelf” [351]). Похвала авторів висловлюється лексичними засобами (оцінювальними іменниками та прикметниками, наприклад: “Minor characters such as the lunatic Renfield are also drawn clearly in our mind's eye by Stoker's incredible gift of characterization”, “Stevenson writes with a precise attention to detail and plot occasionally gets lost in the minor points of the story”, “His actual writing is amazing and skillful in all chapters” [351]) та риторичними – за допомогою порівняння (наприклад: “The power of [Dickens] is so amazing that the reader at once becomes his captive, and must follow him withersoever he leads” [351]) та метафори (наприклад: “Kipling will have you in the palm of his hand, even though it was first published over 100 years ago” [351]).

Окрім тематики похвали, рецензії експертів відрізняються від рецензій читачів лінгвістичними засобами висловлення лаудації, які надають мові експресивності. Так, емоційність мовлення читачів підтверджується завдяки вживанню лексичних, морфологічних і риторичних лінгвістичних засобів. Читачі використовують лексику з позитивною оцінкою для того, щоб передати емоції (наприклад: “Klassen's debut novel, *Lady of Milkweed Manor*, was a Christy Award finalist, and her new Regency promises the same thanks to fine storytelling and knowledge of the apothecary's art”, “This is a beautiful book - a must have for any art lover - young or old”, “Every page is like opening up to a new masterpiece of detail and beauty”, “Really cute book”, “This is a wondrous book about all the different kinds of quiet there are for kids”, “Ms. O'Connor has proved time and again that her stories are positive, family-friendly tales that are perfect for any child”, “The illustrations are a soft palate of earthy pastels and the child-animals are absolutely adorable”, “The irresistibly charming art

*complements the spare text beautifully*”, “*It was so rich and delightful in every aspect*” [351]).

Серед морфологічних засобів висловлення емоційності читача слід згадати такі: модальні засоби (наприклад: “*Austen’s Pride and Prejudice must be among the most quoted in literature*”, “*It is a great book that everyone should read!*” [351]) та інфінітивні конструкції (наприклад: “*One of those novels whose famous first and last lines are fixed in the minds of people who’ve ever read it, ‘A Tale of Two Cities’ demands to be read and admired*”, “*This version of the beloved book is interspersed with “life lessons” concise enough to share in a moment— compelling enough to be remembered for a lifetime*” [351]). Слід окремо відзначити стилістичне вживання означеного артикля там, де має вживатися неозначений (наприклад: “*Treasure Island is perhaps THE classic pirate’s tale*” [351]).

З-поміж синтаксичних засобів висловлення емоційності читача слід відзначити прості речення (наприклад: “*Every message is perfect*”, “*The plot is nice, too*”, “*There seems to be a little bit of everything in this book*” [351]) або прості поширені речення (наприклад: “*It is also incredibly atmospheric, and very well-written*” [351]), складні (наприклад: “*It is a novel to which I return again and again, enjoying Austen’s brilliant talent. I have little respect for people who describe it as dull, slow, out of date, for as long as men and women live and fall in love it will never be out of style, always meaningful, and always be funny*” [351]) та окличні речення, які характерні для рецензій читачів (наприклад: “*What a grand series!*”, “*\*\*\*\*W-O-W! You will not want to put this awesome book down!*”, “*An absolute delight!*” [351]). З-поміж рецензій експертів було відмічено лише одноразове використання цього синтаксичного засобу (наприклад: “*I definitely recommend this book for some light, fun reading!*” [351]), що пояснюється вживанням експертами офіційного стилю. Крім того, використовується інверсія, яка привертає увагу до об’єкта похвали (наприклад: “*Sophisticated and playful, this beautiful mind-stretcher invites viewers to think about art’s fundamentals: line, color, shape, and imaginative*

freedom”, “With plenty of humor to lighten the dark and ominous mood, this fantasy adventure series is a fun read...” [351]) та еліптичні речення (наприклад: “*Exquisite*”, “*Brimming with ‘Aaah factor’*”, “*Definitely worth the read*”, “*Fun, sexy, touching*” [351]).

Читачі також використовують такі риторичні засоби для надання мовленню емоційності: порівняння, метафору, емпатичні конструкції (наприклад: “What I didn’t anticipate was the power of Stevenson’s prose. His ability to bring everything vividly to life is still astonishing. It was probably the first time for me that reading became as exciting as messing about” [351]), протиставлення (наприклад: “*Dickens portrays the French Revolution simplistically, but powerfully*”, “*The book is long but the reading goes quickly*” [351]), перебільшення (одиночні випадки, наприклад, “*If you consider yourself a serious reader, then “Gulliver’s Travels” is essential reading, one of the many classic novels that you simply \*have\* to read before you die*” [351]), перифразу (наприклад: “*When so many contemporary Children’s books seem to appeal more to parents than kids, it was quite refreshing to come across this little gem!*” [351]), анафору (наприклад: “I love everything about it. I love the characters; especially Elizabeth Bennet! I love the Victorian vernacular which works so well for this particular novel. I love the scintillating plot and the suspense created by knowing that Elizabeth and Mr. Darcy should be together but their pride and prejudice (hence the title) are temporarily keeping them apart” [351]), повтор (наприклад: “I read it when I was 9 and I loved it. I read it again when I was 34 and I loved it again!”, “*There are so many, many unforgettable scenes*” [351]), риторичні запитання (наприклад: “*How I did NOT know about her????*”, “*Why have I not heard about this author before?????*” [351]), літоту (наприклад: “*After reading Klassen’s former novel, ‘Lady of Milkweed Manor’ I was eagerly awaiting her next work and was not left disappointed*” [351]), градацію (наприклад: “*In conclusion, this particular book has it all: an introduction by a late, a well-known author, an intriguing mystery/ horror story by a late, famous nineteenth century author, and an afterword by a gifted, modern writer*”, “*The Crossroads Cafe may*

very well become one of those books you keep, re-read, and hug to your memory with an affection usually reserved for a long-time, cherished friends” [351]). Серед рецензій експертів був відмічений лише один випадок вживання градації, який вже було згадано, наприклад: “*Mouth-watering illustrations, ideal text, two mightily engaging characters – altogether the star on top of the tree*” [351]). Порівняння використовується для висловлення похвали персонажам книги (наприклад, “*Julie Klassen’s characters are so detailed and fleshed out that you feel you actually know these people*”, “*Author/ illustrator Devon Kinch has created a charming, stylish character with a signature look, just like such classic children’s book characters as Madeline, Eloise, Pippi Longstock, and Olivia*” [351]), манері написання та мові (наприклад, “*It’s got everything in it, as if it were written by God*” [351]), а також порівняння з книгами відомих авторів (наприклад, “*No book since Mrs. Shelley’s Frankenstein or indeed any other at all has come near yours in originality, or terror*”, “*As well as this, the novel is full of wonder and humour (some of it bordering on the vulgar!) and Swift’s exploration of imaginary societies and countries is satire at its peak - no one before or since has reached Swift’s mastery of this style*” [351]). На відміну від рецензій експертів, читачі використовують також імпліцитні порівняння, наприклад: “*In the final book of the Percy Jackson series, Rick Riordan has woven a tale, pulling all the threads together into a tapestry, with everything he had done before coming together in an epic, emotional ending... an ending that stirred my emotions in a way only one other writer, and concluding book had done, and that was Harry Potter and the Deathly Hallows by J.K. Rowling. While their story telling and writing styles are vastly different, what they share is a thirst for a good story, red herrings to throw you off, and an ending that you couldn’t fully see coming, but can’t help but be moved by in the end*” [351]. Метафора вживається для висловлення похвали книжці, наприклад: “*From the arrival of the mysterious Billy Bones, to the attack on the inn, to the sea voyage, to the mutiny, to the battle for the island, to the treasure hunt, even to the final fate of John Silver,*

*this book is a stunning rollercoaster of suspense and adventure!”, “it is a rich lode for discovery” [351].*

У рецензіях експертів експресія виражається лексичними, морфологічними і риторичними засобами. Як і читачі, експерти використовують оцінювальні іменники (наприклад: “*His previous novels for adults include the hugely popular Tres Navarre series, winner of the top three awards in the mystery genre*”, “*Victoria Kann is author-artist of the #1 New York Times bestselling book Goldilicious, and is the artist and coauthor of Pinkalicious and Purplicious, which were both New York Times bestsellers” [351]), оцінювальні прикметники (наприклад: “*This pitch-perfect picture book by Deborah Underwood and illustrator Renata Liwska will quell the pre-bedtime crazies*”, “*With eye-popping illustrations, three-time Caldecott medalist David Wiesner takes readers on a stunning journey through the art world*” [351]) та оцінювальні прислівники (наприклад: “*Wonderfully energetic artwork*”, “*The scenes of large-scale mob violence are especially vivid, if superficial in historical understanding*”, “*Once again, Smith has created an unforgettably poignant story in the best tradition of contemporary southern romantic women's fiction*” [351]), щоб надати мовленню емоційної забарвленості.*

Серед морфологічних засобів емоційності також відзначаються інфінітивні конструкції (наприклад: “*Blending romance, family drama, and fascinating historical detail, The Apothecary’s Daughter is a novel to savor and share*”, “*Combining minimal text with remarkable images, this is a book to be cherished and poured over, inspiring the artist in all of us*” [351]). Оскільки серед рецензій читачів також зустрічалися одиничні випадки використання інфінітивних конструкцій (наприклад: “*There is a book especially for us to enjoy*” [351]), вважаємо, що інфінітивні конструкції характерні для рецензій експертів, ніж для рецензій читачів, що вказує на граматично правильну мову, яка відрізняє рецензію експертів від рецензії читачів. Крім того, експерти вживають ступені порівняння прикметників (наприклад: “*And as David Cordingly points out in his Introduction, Treasure Island is also the best*

and most influential of all the stories about pirates”, “*War and Peace, a Russian novel by Leo Tolstoy, is considered one of the most celebrated works of fiction*” [351]).

Серед синтаксичних засобів, які вживають експерти, слід відзначити прості непоширені речення (наприклад: “*The author’s attention to even the minutest historical detail is fantastic*” [351]). З-поміж риторичних фігур маовець використовує інверсію, що звертає увагу саме на те, до чого висловлюється похвала (наприклад: “*With a bouncy read-aloud text and gorgeous watercolor pictures, Madeline at the White House is in the best tradition of the beloved Madeline books*”; “*Full of bright details, this is a picture book young readers could well dream about as being the next best thing to entering its pages*”, “*Warm, funny, poignant, sophisticated, sentimental, fervently romantic and insightfully profound, The Crossroads Café is Deborah Smith’s biggest, best and most ambitious novel yet*” [351]) та еліптичні речення (наприклад, “*Irresistible!*”, “*It is splendid*”, “*A joy to read*”, “*Slick, sexy, funny stories*”, “*Fast, furious and fabulous fun*” [351]). Еліптичні речення не притаманні загалом рецензіям експертів, що зумовлено книжним стилем. Такі речення зустрічаються у так званих “рецензіях у рецензіях”.

Засобами вираження емоційності в рецензіях слугують й такі риторичні прийоми: метафора (наприклад: “*Fairy-tale characters and sparkling scenes make Silverlicious a sweet treat for all*”; “*Austen is the hot property of the entertainment world with new feature film versions of Persuasion and Sense and Sensibility on the silver screen and Pride and Prejudice hitting the TV airwaves on PBS*”, “*The wit of Jane Austen has for partner the perfection of her taste*”, “*Source of legend and lyric, reference and conjecture, Alice’s Adventures in Wonderland is for most children pure pleasure in prose*”, “*Rudyard Kipling pours fuel on childhood fantasies with his tales of Mowgli, lost in the jungles of India as a child and adopted into a family of wolves*” [351]) та одиничні випадки вживання перебільшення (наприклад: “*The soft, matte feel of the illustrations, created with pencil, are digitally enhanced, and are priceless*” [351]). Одночасно,

коли читачі використовують порівняння для того, щоб описати, наскільки талановито та захоплююче пише автор книги, експерти зазначають, який ефект має читання книги, наприклад: *“As comforting as a soft blanket and warm as a goodnight hug, Eric Metaxas’s lullaby is lovingly brought to life by bestselling artist Nancy Tillman (On the Night You Were Born) , whose illustrations celebrate the wonders of the natural world, and the bonds of family”, “Reading Treasure Island at the age of seven or eight was my real awakening as a reader... it is all as frightening and exciting when read for the umpteenth time in middle age as when first discovered in childhood”* [351]. Спільним для експертів та читачів є використання порівняння книги з іншими, наприклад: *“The obvious comparison is to Harry Potter, but these books are really something different. They’re a little lighter, and a little more fanciful, and just more ‘colorful’. They are shorter and just more fun with less dark overtones”, “There are few novels which grip so thrillingly as those first read in childhood, and for me none which quite matched the excitement of Robert Louis Stevenson’s Treasure Island”, “This comic sequel is as delightful as its predecessors”* [351].

Отже, аналіз впливу професійного чинника на лаудативний дискурс дозволив зробити такі висновки. Читачі висловлюють похвалу авторові (за допомогою оцінювальної лексики, ступенів порівняння прикметників, метафори, порівняння), сюжету книги (за допомогою епітетів, порівняння, повторів), її ідеї, засобу оповідання (за допомогою порівняння), наявності коментарів та ілюстрацій (за допомогою епітетів), а також таких рис книги, як корисність (за допомогою оцінювальних іменників), повчальність (за допомогою інфінітивних конструкцій) і цікавість (за допомогою прозопопеї). Вони хвалять захоплюючий, актуальний, інтригуючий, гумористичний, такий, що дивує, сюжет, великий та зручний розмір книги, мову, що надихає, корисність, цікавість, повчальність, популярність книги, а також талановитість автора. Читачі завжди висловлюють своє ставлення до книги (за допомогою епітетів, теперішнього та майбутнього неозначеного часів дієслова, метафори), а також впевненість в успіху продовження серії або

нової книжці (за допомогою модальних дієслів, теперішнього неозначеного та завершеного часів дієслова, а також майбутнього неозначеного часу дієслова).

Експерти в рецензіях хвалять видавництво (за допомогою оцінювальної лексики та ступенів порівняння прикметників), автора (за допомогою оцінювальної лексики, ступенів порівняння прикметників, порівняння, стилістичного засобу переліку, теперішнього завершеного часу дієслова), героїв та зовнішній вигляд книги (за допомогою епітетів, ступенів порівняння прикметників та метафори). Висловлюючи ладацію, використовуються цитати відомих людей, а також хвалиться той факт, що певний письменник/ книга слугувала взірцем для інших. Похвала авторові свідчить про те, що для англомовних країн важливо, щоб письменник був відомим, успішним, таким, що написав не одну успішну книгу та має певні відомі нагороди за творчість. Також важливо, щоб автор працював із відомими видавництвами. Експерти хвалять тактильні властивості книги з яскравими, “живими”, вражаючими ілюстраціями, захоплюючим сюжетом, книгу, написаною зрозумілою мовою.

Мовлення професійних рецензентів є граматично правильним з використанням книжкової лексики. Непрофесійні рецензенти посилаються на власний досвід, на емоції від прочитання книги, тому їхнє мовлення є емоційним з широким використанням оцінювальної лексики та лінгвістичних засобів висловлення ладації, а саме: морфологічних (засоби модальності), синтаксичних (окличні речення, емфатичні конструкції) та риторичних (протиставлення, перифразу, анафору, повтор, градацію, риторичні питання, літота), а також стилістичне вживання означеного артикля. До таких лінгвістичних засобів ладації, які є характерними для обох груп, належать риторичні (порівняння, метафора, перебільшення, еліпс, інверсія) та морфологічні засоби (інфінітивні конструкції).

## Висновки до другого розділу

Лінгвокультурні особливості лаудативного дискурсу відображають реалії, притаманні англомовним лінгвокультурам, та об'єкт похвали. Британці хвалять цілеспрямованість, працьовитість і почуття гумору. Мовлення британців характеризується емоційною маркованістю та використанням найвищого ступеня порівняння прикметників, теперішнього та майбутнього неозначеного часів дієслова, емфатичних конструкцій, перебільшення, літоти. Особливістю британської лаудації є стриманість при висловленні похвали собі та тактовність при вираженні похвали іншій людині. Американці відверто хвалять себе та висловлюють лаудацію дружелюбності, комунікабельності, авантюристичності, прагненню бути корисним іншим людям, цінностям (таким, як: сім'я, здоровий спосіб життя, країна, повноцінне спілкування), використовуючи гру слів, заперечення, окличні речення. Об'єктом похвали, що є типовим для обох культур, є почуття гумору, захоплення спортом, сімейні цінності, освіченість. Спільними для британської та американської лінгвокультур мовними засобами вираження похвали є іронія, порівняння, повтор, протиставлення, метафора.

Соціокультурні особливості лаудативного дискурсу виявляються у виборі мовних засобів вираження лаудації. Зокрема, на лаудацію впливають гендерні, вікові чинники, професійна й культурна належність мовця та (або) адресата. У різних жанрах лаудативного дискурсу вплив соціокультурних чинників на об'єкт похвали й на засоби вираження лаудації нерівнозначний.

Гендерний чинник впливає на об'єкт лаудації та на вибір мовних засобів. Мовлення жінок характеризується вживанням простих речень, поширених інфінітивними конструкціями, та складно-сурядних речень. Мовлення чоловіків насичене еліптичними реченнями. У персональних оголошеннях на сайті знайомств жінки хвалять власну зовнішність, а чоловіки – особисті якості. Мовлення жінок в Інтернет-оголошеннях насичене яскравими образами та детальним описом, на що вказує використання анафори, порівняння, метонімії, іронії. Чоловіки для

вираження лаудації вживають іронію, перебільшення, метафору, літоту, протиставлення. Спільними рисами мовлення жінок і чоловіків є такі: висока оцінювальність (вживання оцінювальних прикметників, іменників, причому чоловіки вживають іменники, що позначають предмет, тоді як жінки – що позначають діяльність), вживання прислівників, дієслів, графічних засобів лаудації, посилення на своїх знайомих/ родичів при висловленні похвали собі, похвала рис “другій половинці”, улюбленим речам/ місцям/ роботі тощо, єдина спільна для похвали цінність – почуття гумору.

Віковий чинник впливає на вибір мовних засобів висловлення лаудації у таких жанрах лаудативного дискурсу, як: персональне оголошення на сайті знайомств і похвальна рецензія на книгу. У персональних оголошеннях на сайті знайомств вплив вікового чинника проявляється у висловленні похвали зовнішності (передусім для жінок), активному способу життя та незвичним для певного віку зайняттям. У рецензіях на книги для дітей вживаються морфологічні засоби похвали (інфінітивні конструкції), синтаксичні (емфатичні конструкції), графічні (використання великих літер), риторичні (епітети, метафора, порівняння, антономазія, перебільшення, повтори). У рецензіях на книги для підлітків використовуються епітети, ступені порівняння прикметників, метафора, градація, анафора, перебільшення та оцінювальна лексика. Характерною соціолінгвістичною особливістю висловлення похвали є використання цитат відомих письменників у рецензіях на книги для дорослих. У книгах для дорослих читачів вживаються ступені порівняння прикметників, епітети, майбутній неозначений час дієслова та оцінювальні дієприкметники. У рецензіях на книги для дітей віком до 5-ти років хваляться фактори цікавості та корисності книги (як для дітей, так і для дорослих), її розмір та побудова, ілюстрації та їхня якість, зовнішній вигляд книги, наскільки вдало книга може бути використана для навчання та присипляння дитини, як ставиться до книги сама дитина. У рецензіях на книги для підлітків висловлюється похвала сюжетові та ідеї книги, авторові, мові, якою написана книга. Спільними рисами є висловлення

похвали корисності та цікавості книги та її ілюстраціям. Рецензія, яка написана дитиною, є більш емоційною, аніж рецензія дорослої людини, що підтверджується широким використанням не лише оцінювальної лексики (іменники, прикметники, прислівники та дієслова), а також морфологічних (ступені порівняння прикметників, інфінітивні конструкції, модальні засоби) та риторичних засобів (метафора, порівняння, повтори, анафора, градація, протиставлення, перебільшення). Рецензії на книги для дорослих характеризуються меншим ступенем експресивності. Такі рецензії містять переказ сюжету; хваляться лише емоції, які книга викликає у читача під час читання. Характерною особливістю таких рецензій є використання цитат відомих письменників при лаудації.

Культурною відмінністю британських промов від американських є висловлення похвали лише зовнішності наречених під час весілля, що досягається за допомогою використання епітетів. В американських промовах хваляться особисті якості нареченого (за допомогою теперішнього завершеного часу дієслова, означеного артикля, ступенів порівняння прикметників, епітетів, метафори та порівняння) та позитивні зміни, що сталися у характері нареченого після зустрічі з нареченою (за допомогою минулого неозначеного часу дієслова, ступенів порівняння прикметників, іронії, порівняння). Для американського суспільства важливими рисами є почуття гумору, віддана дружба, наявність родинних зв'язків та заняття спортом. Іронічне згадування недоліків є імпліцитною похвалою нареченого. Висловлення похвали нареченому в американських промовах зумовило формування характеристик у вигляді бінарних опозицій “надійний / ненадійний”; “відповідальний / невідповідальний”; “гарний / негарний” для опису вимог до рис “ідеального” нареченого.

Професійна належність впливає на об'єкт похвали та вибір мовних засобів лаудації в похвальних рецензіях на книгу. Непрофесійні рецензенти (читачі) висловлюють похвалу авторові (за допомогою оцінювальної лексики, ступенів порівняння прикметників, метафори, порівняння),

сюжетові книги (за допомогою епітетів, порівняння, повторів), її ідеї, засобу оповідання (за допомогою порівняння), наявності коментарів та ілюстрацій (за допомогою епітетів), а також таким рисам, як корисність (за допомогою оцінювальних іменників), повчальність (за допомогою інфінітивних конструкцій) та цікавість (за допомогою прозопопеї). Вони хвалять захоплюючий, актуальний, інтригуючий, гумористичний, такий, що дивує, сюжет, великий та зручний розмір книги, мову, що надихає, корисність, цікавість, повчальність, популярність книги, а також талановитість автора. Читачі завжди висловлюють своє ставлення до книги (за допомогою епітетів, теперішнього та майбутнього неозначеного часів дієслова, метафори), а також упевненість в успіху продовження серії або нової книги (за допомогою модальних дієслів, теперішнього неозначеного та завершеного часів дієслова, а також майбутнього неозначеного часу дієслова). Професійні рецензенти (експерти) хвалять видавництво (за допомогою оцінювальної лексики та ступенів порівняння прикметників), автора (за допомогою оцінювальної лексики, ступенів порівняння прикметників, порівняння, теперішнього завершеного часу дієслова, стилістичного засобу переліку), героїв та зовнішній вигляд книги (за допомогою епітетів, ступенів порівняння прикметників та метафори). У лаудації використовуються цитати відомих людей, хвалиться той факт, що певний письменник/ книга слугувала прикладом/ взірцем для інших. Для англomовних країн важливо, щоб письменник був відомим, успішним, таким, що написав не одну успішну книгу та має певні відомі нагороди за творчість. Мовлення професійних рецензентів є граматично правильним із використанням книжної лексики. Непрофесійні рецензенти посилаються на власний досвід, на емоції від прочитання книги, тому їхнє мовлення є емоційним з широким використанням оцінювальної лексики та лінгвістичних засобів висловлення лаудації, а саме: морфологічних (засоби модальності), синтаксичних (окличні речення, емфатичні конструкції) та риторичних (протиставлення, перифраза, анафора, повтор, градація, риторичні питання, літота), а також стилістичне

вживання означеного артикля. Лінгвістичними засобами лаудації, характерними для обох груп, є риторичні (порівняння, метафора, перебільшення, еліпс, інверсія) та морфологічні (інфінітивні конструкції).

У статтях “Гендерні особливості лаудативного дискурсу (на матеріалі англомовних персональних оголошень)” [155], “Вік як соціолінгвістичний чинник формування лаудативного дискурсу (на матеріалі англійської мови)” [154] та “Лінгвокультурні особливості промови почесного свідка нареченого на весіллі (на матеріалі англійської мови)” [159] викладені результати дослідження, що представлені в розділі.

## РОЗДІЛ 3

### ОСОБЛИВОСТІ ВИРАЖЕННЯ ЛАУДАЦІЇ У РІЗНИХ ЖАНРАХ АНГЛОМОВНОГО ЛАУДАТИВНОГО ДИСКУРСУ

Відповідно до класифікації дискурсу за комунікативною метою [93], [23], лаудація характерна для таких комунікативних сфер, як: академічна, рекламна, релігійна, сфера ЗМК тощо. Розглянемо характеристики лаудативного дискурсу залежно від комунікативної сфери. Всі мовленнєві жанри лаудативного дискурсу аналізуються за схемою, запропонованою В. І. Карасиком [95], а саме: учасники комунікації, хронотоп, мета, стратегії, матеріал (тематика), різновиди (за наявністю), мовні засоби вираження похвали. Як було зазначено вище, хронотоп є нерелевантним для дослідження, тому надалі не розглядатиметься.

#### **3.1. Похвальна академічна рекомендація**

Академічна комунікативна сфера нараховує такі жанри: наукова стаття, монографія, дисертація, науковий доклад, виступ на конференції, стендовий доклад, науково-технічний звіт, рецензія, реферат, анотація, тези [95]. Однак похвала висловлюється лише в похвальній рекомендації, що надається для вступу до навчального закладу або для працевлаштування (надалі “рекомендація”) та у рецензіях. Оскільки іллокутивною метою мовця є висловлення похвали для того, щоб сприяти подальшому зростанню об’єкта похвали, то академічна рекомендація вважається жанром лаудативного дискурсу. Такі рекомендації як жанр лаудативного дискурсу досі не досліджувалися. Для аналізу висловлення лаудації в академічному дискурсі були відібрані похвальні рекомендації до вступу до вищого навчального закладу або іншої навчальної програми.

Похвальна рекомендація є поширеною в англomовних країнах. Вона є обов’язковою при вступі до вищого навчального закладу або навчальної програми. Пишеться рекомендація професором навчального закладу, який

хвалить академічні успіхи людини, її особисті якості, а також висловлює загальне враження про неї, яке формується під впливом його поведінки та академічної успішності. Академічні характеристики (вмотивованість, психологічні характеристики) є важливими, оскільки при вступі до навчального закладу таким чином визначається, як людина навчатиметься надалі.

Комунікація має опосередкований вербальний характер, оскільки контакт мовця і читача в часі та просторі є відсутнім, адже мовець звертається до адресата не прямо, а за допомогою заздалегідь підготовленого письмового тексту, що має певну структуру та стиль. Комунікація візуальна та характеризується вживанням складних речень та синтаксичних конструкцій, вживанням пасивних форм, що свідчать про відсторонення мовця та адресата. Висловлення похвали в академічній рекомендації є формальним, експліцитним, непрямим (оскільки похвала спрямована не на об'єкт похвали, а на третю особу), підготовленим заздалегідь, оскільки така рекомендація пишеться за необхідністю. Щирість та об'єктивність похвали не є можливими для перевірки. Комунікативною метою рекомендації є висловлення похвали третій особі для того, щоб останню зарахували до навчання до певного навчального закладу або програми. Основними комунікативними стратегіями та тактиками, які мовець використовує для досягнення мети, є інформативно-аргументативні, експресивно-апелятивні та контрольні-оцінювальні [149], [219]. Інформативно-аргументативна стратегія реалізується за допомогою вживання повторів (наприклад, *“I have worked with over 200 student workers during my tenure with the office and John stands out as one of the very, very best”* [350]), протиставлення (наприклад, *“The academics at Eastern Little Hope are most challenging, and Kaya fulfilled all the requirements with the added challenge of honors and advanced courses”*) [350], стилістичного засобу переліку (наприклад, *“He is fun-loving, likable, enthusiastic, trusting and trustworthy”* [350]) і теперішнього завершеного часу дієслова (наприклад, *“She has consistently demonstrated an ability to rise to any*

*challenge that she must face*” [350]), які надають інформацію про об’єкт похвали. Експресивно-апелятивна стратегія реалізується вживанням оцінювальної лексики: прикметників (наприклад, *“If your undergraduate business program is seeking superior candidates with a record of achievement, Cheri is an excellent choice”*, *“Please feel free to contact me if you have any questions about this extraordinary young woman”* [350]), діеприкметників (наприклад, *“Kate not only headed the project, she ensured its success by demonstrating leadership abilities that her classmates both admired and respected”* [350]), епітетів (наприклад, *“Dan studied in my classroom and laboratory program for close to three years, during which time I witnessed his tremendous growth and development”*, *“Please feel free to contact me if you would like any additional information or perspective regarding this outstanding young woman”* [350]) та емпатичних конструкцій (наприклад, *“What I find most engaging in John's character are his wide-ranging interests outside of software”* [350]), за допомогою яких мовець апелює до емоційного стану адресата, намагається створити позитивний образ об’єкта похвали для того, щоб досягти комунікативної мети. Контрольно-оцінювальна стратегія реалізується за допомогою ступенів порівняння прикметників (наприклад, *“As for the Book-copies class, his work stands out to be the best-prepared piece compare to all others, which showed me his solid foundations in the field of texts, pictures”* [350]) та порівняння (наприклад, *“Audrey has been more than the ideal student”* [350]), які висловлюють оцінку професійним та персональним якостям об’єкта похвали.

Мовцем є викладач або керівник навчального закладу (школи, коледжу, університету). Мовець та адресат мають рівний соціальний (професійний) статус. Реакція читача спрямована не на мовця комунікації, а на третю особу, про яку йдеться у рекомендації. За умови її зарахування до навчального закладу, комунікативний акт вважається успішним, а іллокутивна мета – досягнутою. Реакція читача висловлюється через дію (зарахування до навчального закладу) та є сповільненою, що зумовлено відстороненням

мовця та читача, оскільки мовець не отримує негайної відповіді. Крім того, реакція читача може бути відсутня. У такому випадку перлокутивний ефект є недосягненим, а комунікативний акт – неуспішним. Тематикою похвальної рекомендації є досягнення третьої особи в академічній сфері, її професійні успіхи, а також особисті якості.

За професійним статусом мовця похвальні рекомендації розподіляються на такі, що написані викладачами, та такі, які написані керівниками навчального закладу. Структура та мова похвальної рекомендації зумовлена належністю до академічної комунікативної сфери. Так, мовець використовує формальний науковий стиль з вживанням книжної лексики, морфологічних (інфінітивних) та синтаксичних конструкцій (наприклад, *“This letter is to serve as my formal recommendation for Andrew Fuller”, “I would like to take an opportunity to offer a formal recommendation for Jane Glass” [350]), хоча було виявлено одне порушення формального стилю у вживанні вставного речення, за допомогою якого мовець звертається до адресата та висловлює впевненість у тому, що читачеві відомі факти, про які йдеться, наприклад: *“During his time at our institution, Betty, who as I’ m sure you know is an excellent writer and publicist, also has done a good deal of work for the yeshiva” [350].**

За класифікацією М. М. Бахтіна [19], рекомендація є наративом, оскільки має стандартну композицію (зав’язка, кульмінація, розв’язка) та відповідні мовні особливості: впорядковані у часі події, які описуються однотипними морфологічними формами (у цьому випадку – вживанням пасивного стану, минулого часу дієслова та синтаксичним засобом - складними реченнями). Зав’язкою рекомендації є вступ, в якій мовець розповідає, як уперше зустрівся з людиною, якій надає рекомендацію. На початку мовець згадує, що написання рекомендації для певної особи вважає за честь, гордість та задоволення (наприклад, за допомогою протиставлення: *“When Emily John asked me to write a letter of recommendation for her for a P.E.O. scholarship, I was not only happy to do so, I was also honored*

*to be asked*” [350], або оцінювальної лексики: *“I am proud to recommend a beloved student, Nancy Smith, for your fellowship program”, “It is with great pleasure and enthusiasm that I am writing to endorse Alice’s application to your program”* [350]). Надалі мовець розповідає про академічні успіхи та висловлює похвалу особистим якостям. Кульмінацією є зазначення необхідності в продовженні навчання та розвитку людини в певному навчальному закладі. Розв’язкою є заключна частина, в якій висловлюється впевненість у майбутніх успіхах особи, якій надається рекомендація, та загальне обґрунтування цього факту. Для цього мовець використовує дієслова та сполучення дієслів із прикметниками та прислівниками з семантикою впевненості (наприклад, *“I have strong confidence that Mr. William Connor will be one of the most promising students in your program and I am sure that he will succeed in the future”* [350]). У першій та останній частині вживається перша особа однини, оскільки мовець висловлює власні думки та переконання, а в основній частині - третя особа однини. За допомогою займенника в третій особі однини мовець концентрує увагу на об’єкті похвали. Належність похвальних рецензій до академічного наукового стилю зумовлює наявність мовних клише. Дискурсивні формули виявляються на початку та наприкінці рекомендації. До них належать такі: *“It is my honor to recommend...”*, *“For these reasons, I highly recommend...”*, *“I am confident that”*, *“I am writing to recommend...”*.

Загальна характеристика об’єкту похвали висловлюється за допомогою ступенів порівняння прикметників (наприклад, *“He has long since become the most valuable member of my student-lab team, and a role model for his newer classmates”*, *“I urge you to carefully consider Alice who is, quite simply, the most remarkable young leader I have ever met”* [350]), епітетів (наприклад, *“Thank you once again for the opportunity to recommend such a special and impressive young man”*, *“Carrie Youstis is an exceptional young lady”* [350]), метафори (наприклад, *“Indeed, she is a sort of legend in her small hometown”*, *“She has been a tremendous student and an asset to our school”* [350]), повторів

(наприклад, *“I have worked with over 200 student workers during my tenure with the office and John stands out as one of the very, very best”* [350]). Перелічені морфологічні та риторичні засоби слугують для виокремлення об’єкта похвали серед інших людей, підкреслює його особливість. Таким чином, людина, яка рекомендується до вступу до навчального закладу, описується як особлива, незвичайна, найкраща, цілеспрямована. За допомогою теперішнього завершеного часу дієслова мовець зазначає удосконалення навичок та здібностей людини, якій надається рекомендація (наприклад, *“My appreciation of Elizabeth’s intellectual abilities and leadership skills has grown exponentially as I have become familiar with her background and experienced her dedication to her studies”* [350]). Мовець використовує порівняння для того, щоб виокремити певну людину з-поміж інших, підкреслити її розум, підготовленність до вступу до навчального закладу/ програми, наприклад: *“His intelligence, diligence, and honesty outweighed any other students in his class”, “In fact, his overall results ranked top two among the 90 students that I was teaching”, “I consider Michael Thomas to be one of the most studious and responsible members of our organization”, “Out of a class of 150 students, Peter graduated with honors in the top 10”, “In over twenty-five years of teaching, I have known other students with talent equivalent to Ezra’s. Many of them lacked his good nature and humility, and few demonstrated the genuine intellectual curiosity that Ezra has exhibited over and over -- a curiosity that is often accompanied by his excitement or enthusiasm for an idea, an author, a literary work or the lead role in a challenging operatic performance”* [350]. Претендент до вступу до навчального закладу імпліцитно порівнюється з викладачем за ступенем інтелектуального розвитку та освіченості. Мовець згадує свою залежність від цієї людини для того, щоб залишатися кращим прикладом. Для цього використовуються інфінітивні конструкції, наприклад: *“I could always depend on her to set the best example as an instructor”* [350].

Мовець також зазначає, що професійні, інтелектуальні або особисті якості об’єкта похвали вражають не лише його одного, а й інших викладачів і

студентів/ учнів. Для цього використовуються дієслова та іменники з відповідною семантикою (наприклад: “*Although other students achieve through hard work and the seeking of advice and assistance with their writing, I was impressed by Iris’s ability to comprehend the points we covered so thoroughly and to make the knowledge her own*”, “*Melony not only headed the project, she ensured its success by demonstrating leadership abilities that her classmates both admired and respected*” [350]) та емпатичні конструкції (наприклад: “*In additions, his ability as a leader to other students and confidence in varieties of challenges had brought his praises not just from me, but also other members of the Department Board as well*” [350]). Висловлюється похвала здатності людини виконувати більше, ніж від неї очікують. Для цього використовується теперішній завершений час дієслова, наприклад: “*Mr. Brown has been a superb performer in each role which he has played with the office and has far exceeded expectations for productivity*” [350].

Похвалою є також згадування про те, що об’єкта лаудації поважають викладачі та враховують його думку (що висловлюється за допомогою епітетів та лексики (іменників та дієслів) з відповідною семантикою, наприклад: “*I have enormous respect for her teaching and leadership skills, and have been pleased to work with her on many occasions*” [350]), що викладачі вважають за честь працювати з ними (що зазначається за допомогою іменника з відповідною семантикою та найвищого ступеня порівняння прикметників, наприклад: “*She has instituted many impressive programs for her peers, and it has been an honor to consult with her on some of these projects. I have the greatest admiration for her work*” [350]). Мовець говорить про те, що можливість працювати з людиною, якій надається рекомендація, вважає за честь. Висловлюючи таку похвалу, мовець використовує епітети та іменники з відповідною семантикою, наприклад: “*She has superb written and verbal skills that are a pleasure for any teacher to encounter*”, “*He has made me proud, as his teacher and friend, and I am sure will continue to do so as he grows in your business program and beyond*” [350]. Мовець хвалить прагнення об’єкта

похвали продовжити навчання та дізнатися більше. Для цього мовець використовує теперішній завершений час дієслова (наприклад, “*While a student at ABC High School, Beth has always challenged herself academically*” [350]) та складно-підрядні речення з обставиною поступки (наприклад, “*Although the Department Board has recommended him to follow his Master’s Degree at our department without mandatory qualifying examinations, he has determined to face higher challenges and stronger competitions internationally*” [350]).

Упевненість у тому, що людина виконає завдання вчасно та якісно хвалиться за допомогою вживання конструкції “складне доповнення” з перфектним інфінітивом, наприклад: “*I can count on her to have completed her reading assignments and to have reflected on them to a depth that leads to informed, thoughtful comments in class discussions*” [350]. Епітети в наведеному прикладі також підкреслюють важливість того, щоб думки людини були інформативними та добре продуманими (“*informed, thoughtful comments*”). Це свідчить про розвиток особистості та можливість формування обґрунтованих висновків. За допомогою епітетів також хваляться комунікативні навички, наприклад: “*Mark is also a valued contributor to my classes*” [350]. Мовець хвалить успішне та якісне виконання завдань, незважаючи на обмежений час, за допомогою оцінювальних якісних прислівників (наприклад, “*In the teaching assistant assignments I gave him, he always completed them efficiently and effectively*”, “*During the course of studies, his grades were exceptionally good*” [350]) та іменників з відповідною семантикою (наприклад, “*She accomplished all these tasks with great initiative and with a very positive attitude*”, “*While setting limits, Denis managed to respond consistently with respect and compassion*” [350]). Мовець також хвалить відповідальність та організованість людини, якій надається рекомендація. Для цього використовуються стилістичний засіб переліку (наприклад, “*Dan quickly learned to manage his time, work in group situations under strict deadlines, and to recognize the importance of a strong work ethic, persistence, and intellectual*

*integrity*” [350]), епітети та складні речення (наприклад, “*In class, she has proven to be a take-charge person who is able to successfully develop plans and implement them*” [350]), імпліцитне порівняння (наприклад, “*On account of his mature approach to her responsibilities, I often thought of Harry as a colleague*” [350]).

При виконанні завдання важливі також старанність, креативність та розуміння своєї справи. Так, старанність об’єкта похвали описується за допомогою іменників із відповідною семантикою (наприклад: “*This ability indicates intelligence and a commitment to applying what she learns*” [350]), епітетів (наприклад, “*In my opinion, Michael's unwavering devotion to his community exemplifies strong moral fiber and character*”, “*Demonstrating an incredible initiative and a strong dedication, she moved up the ranks quickly*” [350]), стилістичного засобу переліку (наприклад, “*Always, in his work, Steven is consistent, dedicated and passionate, enthusiastic, cheerful, and a pleasure to work with*” [350]). Лаудація також висловлюється вживанням пасивного стану, що виражає посилення на думки інших людей, епітетів та емпатичних конструкцій (наприклад, “*Students and faculty often remark that Chris is blessed with considerable talent. What many of them overlook is how hard Chris works to cultivate his talent, whether it be the development of his beautiful voice for an operatic performance or of his writing skills as he works through an essay*” [350]). Так, важливим є те, що старання людини у навчанні відзначають не лише викладачі, а й інші студенти/ учні. Креативність під час виконання завдання хвалиться за допомогою епітетів, наприклад: “*Her creative ideas for presentations and activities were inventive and entertaining; they were also astonishingly effective*” [350]. Якщо людина добре виконує свою справу, це також хвалиться за допомогою порівняння, наприклад: “*Ann presented material with such ease and humor that she set the tone for the entire workshop*” [350].

Академічна успішність хвалиться також за допомогою епітетів (наприклад, “*She has excellent written and verbal communication skills, is*

*extremely organized, reliable and computer literate*”, “*I must also make note of Rayna’s exceptional academic performance*” [350]), інфінітивних конструкцій (наприклад, “*As for the Book-copies class, his work stand out to be the best-prepared piece compare to all others, which showed me his solid foundations in the field of texts, pictures*” [350]), стилістичного засобу переліку (наприклад, “*This student exhibits some good characteristics, such as independent, excellent participation in class and confidence*” [350]), які вказують на те, що людина відзначається від інших кращими оцінками, навичками, вміннями, інтелектуальним розвитком взагалі, тому саме вона є достойним претендентом для вступу до певного навчального закладу/ програми. Мовець також згадує отримання людиною нагород, що є імпліцитною похвалою та вказує на особливі інтелектуальні здібності, наприклад: “*She has won many awards on the speech and debate circuits, and qualified for national tournaments*”, “*Laura also holds the degree of Special Distinction, as a member of the National Forensic Leagu*” [350].

Важливими характеристиками є лідерські та організаторські якості, які також хваляться. Мовець використовує стилістичний засіб переліку (наприклад, “*I am most impressed with her combination of academic strength, leadership skills, and community involvement*” [350]), епітети (наприклад, “*Toms leadership and organizational skills have been invaluable to these programs, most of which have been started from the ground up*”, “*In order to achieve the highest grades and my deepest respect, she has demonstrated outstanding leadership and maintained a clear sense of purpose*”, “*During the time I have known Lisa, she has distinguished herself as a conscientious and energetic pioneer in the fields of leadership and management*” [350]), інверсію (наприклад, “*Because of his natural leadership abilities, Tim was selected as our Debate Captain*” [350]). Ці засоби використовуються для того, щоб виокремити та відзначити лідерські якості.

Якщо людина, окрім навчання, є членом громадської або академічної організації, це також заслуговує на похвалу (наприклад, за допомогою

прозопопеї та теперішнього неозначеного часу дієслова, що вказує на звичну дію: *“In addition to exceeding expectations academically, Julia continues her long tradition of service through membership in a number of college organizations”* [350]). За допомогою вставних речень хвалиться готовність допомоги іншим людям у навчанні, наприклад: *“Indeed, he had put in a large amount of extra effort in helping the other students with class notes and revisions”* [350]. Про це також свідчать згадки про те, що людина, якій надається рекомендація, є прикладом для інших або її думка є важливою для інших студентів/ учнів. Це підкреслюється за допомогою теперішнього завершеного часу дієслів (наприклад, *“He has long since become the most valuable member of my student-lab team, and a role model for his newer classmates”*, *“ Hannah is a dedicated student and thus far her grades have been exemplary”*, *“Her advice has been a great help to these students, many of whom have taken time to share their comments with me regarding her pleasant and encouraging attitude”* [350]). Хвалиться також, якщо людина сама заробляє на додаткові витрати (наприклад, за допомогою теперішнього неозначеного часу дієслова: *“She also works to earn money for the extras such as books and food, that she needs at college”* [350]).

За допомогою метафори мовець висловлює похвалу подальшому потенційному успішному розвиткові об’єкта похвали, наприклад: *“I have to wonder how much potential she harbors that will be revealed over the next few years; my guess is that is a great deal”* [350]. Мовець висловлює припущення про майбутні успіхи людини за допомогою майбутнього неозначеного часу дієслова (наприклад, *“I know that she not only will succeed at whatever she attempts but will also contribute greatly to any field or institution of which she is a member”*, *“I believe with your renowned faculties he will progress his knowledge and practices in communications design and into a professional level”*, *“And knowing Brandon, he will not disappoint, and probably will exceed our expectations”* [350]), хвалить особисті якості за допомогою стилістичного засобу переліку (наприклад, *“His combination of intelligence, commitment,*

*perseverance, creativity, and compassionate character will certainly make him a valuable member of any academic program” [350]).* За допомогою метафори та градації вказує на майбутню корисність людини не лише для компанії, а для всього світу (наприклад, *“I feel strongly that supporting Sara through this scholarship not only helps Sara but also is a sound investment that will continue to reap benefits for the community, country and world long after Sara has completed her education” [350]).*

Мовець висловлює похвалу, якщо людина, якій надається рекомендація, цікавиться не лише тим, що є її спеціалізацією у навчанні, а також якщо вона має різнобічні інтереси. Для цього використовуються емфатичні конструкції (наприклад: *“What I find most engaging in Jack's character are his wide-ranging interests outside of software” [350]), прозопопею (наприклад: *“William's broad range of interests speaks well to his potential as researcher, both in bringing a wide range of theory to the research at hand, as well as carrying forward new hypotheses of interest to researchers” [350]).* Мовець також хвалить, якщо людина взмозі виконувати успішно декілька завдань одночасно, за допомогою відповідних прислівників, а також епітетів та інфінітивних конструкцій, наприклад: *“She is able to successfully complete multiple tasks with favorable results despite deadline pressure” [350].* Допитливість хвалиться за допомогою складних речень, літоти, прозопопеї, порівняння, наприклад: *“He seeks truth in each and every area of his life, whether in learning, discussing philosophy, or relating to his fellow students and his teachers. Because of his positive disposition, his reflective way of operating, and all of the character traits that make him so special, Dan's questions never go unanswered, and his searches always bring him to exciting new discoveries” [350].**

Мовець також хвалить особисті якості об'єкта похвали. Так, прагнення допомогти іншим хвалиться імпліцитно, за допомогою протиставлення, наприклад: *“During the middle of tenth grade, Carrie received news that Kelly was suffering from a rare degenerative disease. It was terminal, Carrie was told*

*but did not cry. She did not even take a moment to worry about how this might affect her. She simply called me, her principal, and asked if she could miss a few days of school, explaining to me the grave situation. I told her that, of course, she may miss school, provided that she make up her work” [350]. Також хваляться скромність (за допомогою епітетів, наприклад: “*At first, he had difficulty accepting his place as a young, less experienced lab member. But soon, he learned the valuable trait of humility, and enjoyed the opportunity to learn from his older peers and his professor” [350]), розумність (за допомогою стилістичного засобу переліку, наприклад: “*Mary is a highly intelligent, perceptive young woman” [350]), надійність та твердий характер (за допомогою епітетів, наприклад, “*Michael's unwavering devotion to his community exemplifies strong moral fiber and character. He is a trustworthy individual and would be an excellent candidate for your business school” [350]).****

Отже, дослідження дозволяє зробити такі висновки. В академічних рекомендаціях хвалять як академічні, так і особисті якості людини. Автор рецензії, як правило, згадує про те, що людину, якій надається рекомендація, поважають не лише викладачі, а й інші студенти/ учні. Хваляться такі професійні якості: прагнення до навчання, різнобічні інтереси, успішне та вчасне виконання завдань, здатність виконувати декілька завдань одночасно та суміщати навчання та роботи, креативний підхід, організаторські та лідерські якості. З-поміж особистих якостей хвалиться скромність, розумність, надійність, прагнення допомогти іншим. Похвала в академічних рекомендаціях здійснюється за допомогою лексичних, морфологічних та риторичних мовних засобів. Лексичними засобами вираження лаудації є оцінювальні іменники, прислівники та дієслова. Морфологічними засобами висловлення похвали є ступені порівняння прикметників та граматичні часи дієслова (теперішній неозначений та теперішній завершений час дієслова). З-поміж синтаксичних засобів відзначаються емпатичні конструкції та складно-підрядні речення поступки. Риторичними засобами вираження лаудації є метафора, повтори, епітети, прозопопея та порівняння.

### 3.2. Видавнича анотація рекламного характеру

Рекламна комунікативна сфера характеризується висловленням похвали. У рекламних похвальних повідомленнях лаудація має неофіційний характер та зазвичай перебільшена, нещира. Висловлення похвали не пов'язане з певною календарною подією та залежить від суб'єктивних умов. Підґрунтям висловлення лаудації є поява нового продукту або послуги, які потребують просування та розповсюдження або виникнення необхідності просування вже наявного об'єкту. Лаудація є підготовленою заздалегідь, експліцитною (або імпліцитною – якщо увага звертається не лише на основний об'єкт похвали) та прямою, адже спрямована відразу на споживачів.

З-поміж жанрів рекламної комунікативної сфери слід виокремити видавничу анотацію рекламного характеру (англійською *blurb*), яка друкується на обкладинці книги. За єдністю комунікативної мети мовця – висловлення похвали – така анотація є жанром лаудативного дискурсу. Видавнича анотація рекламного характеру є особливістю англійськомовних країн світу. Дослідження особливостей висловлення похвали в рекламній комунікативній сфері здійснювалося саме на прикладі цього жанру, оскільки інші жанри рекламної комунікативної сфери є добре вивченими.

Аналіз електронних словників (Oxford, Merriam-Webster, Cambridge, Dictionary of the English Language, Lingvo, Longman, New Collegiate, Macmillan, OneLook, Macmillan for English learners, Roget's Thesaurus) виявив такі визначення слова *blurb*: інформація, що друкується на зворотній сторінці чогось, особливо чогось для продажу, на зразок книги, для того, щоб надати опис предмету та викликати бажання придбати його; рекламне ствердження; короткий опис книги, фільму або іншого продукту, написаний з метою просування продукції; коротка видавнича нотатка; короткий опис, в якому щось (напр., книга) хвалиться так, щоб у людей виникло бажання купити це [300-309]. Письменник Пітер Кларк називає *blurb* “жанром, формою поп-арту, хайку реклами” [233]. Біл Кук аналізує видавничу анотацію рекламного

характеру та застосовує це поняття стосовно створення сайту. Дослідник визначає такі функції анотації: чіткий та швидкий підсумок змісту, на який вказує (тобто книги), обіцянка винагороди або користі для читача та заохочення користувача (читача) відповідним тоном або “голосом” [235]. У дослідженні використовується термін як “видавнича анотація рекламного характеру”.

Перша видавнича анотація рекламного характеру була написана в 1907-му році. Американський гуморист Джелет Бургес (Gelett Burgess) використав її для висміювання надмірної похвали, що друкувалася на обкладинках книг. Зараз такі видавничі анотації можна вважати лінгвокультурною особливістю англомовного світу, адже слов’янській культурі вони не притаманні. Всі видавничі анотації можна умовно поділити на два види: перші лише переказують сюжет або містять інформацію про автора, другі – містять похвальну інформацію про книгу або автора. Саме остання група є релевантною для дослідження, тому мова надалі йде про похвальні видавничі рекламні оголошення (надалі – “рекламна анотація”/ “видавнича рекламна анотація”).

Видавнича анотація рекламного характеру містить експліцитну або імпліцитну інформацію про користь книги, оскільки анотації сприяють продажу книг, їх розповсюдженню, росту їхньої популярності у читачів, наприклад: *“This new edition of Inferno is distinctly user-friendly”, “[The narrator] will break your heart...”* [341]. Важливою також є імпліцитна обіцянка, оскільки багато читачів, після ознайомлення з анотацією, можуть поставити типове для англомовних культур запитання “Як я можу це використати? Яка користь особисто для мене?”, тому анотація щось обіцяє, вказує на певну цінність книги та пояснює, у чому саме вона полягає, наприклад: *“Martinez and Durling’s Introduction and Notes are designed with the first-time reader in mind, but will be useful to others as well. The concise Introduction presents essential biographical and historical background and a discussion of the form of a poem...”* [341]. Як свідчать наведені приклади,

“обіцянка” корисності та цікавості книги забезпечується використанням майбутнього неозначеного часу дієслова (“*will break, will free, will be useful*”) або позитивно забарвленої лексики (“*user-friendly*”).

Видавничі анотації рекламного характеру розміщуються на зворотній обкладинці книги та становлять невеликий текст, зазвичай в одне речення (напр., “*This is a haunting work of art*” [341]), але не більше трьох (напр., “*I was so obsessed with this book I had to take it with me out to dinner and hide it under the edge of the table so I wouldn’t have to stop reading. The story kept me up for several nights in a row, because even after I was finished, I just lay in bed wide awake thinking about it... the Hunger Games is amazing*” [341]). Такі речення, як правило, еліптичні (напр., “*Splendid...*” [341]) або прості, зазвичай поширені (напр., “*Women, Food and God is daring, dazzling, funny, comforting, wise and profoundly spiritual*” [341]), що зумовлено головною метою таких анотацій, а саме: коротко висловити ставлення й думку про ту чи іншу книгу певної людини/організації, яка обов’язково вказується (напр., *Stephenie Meyer, author of the Twilight Saga; Time magazine; The New York Times Book Review, Library Journall, etc.* [341]). Видавничі анотації рекламного характеру, на відміну від звичайної реклами, завжди мають автора (одного або колективного), що користуються авторитетом в очах читачів. Автором видавничої анотації рекламного характеру, як правило, є відома людина (письменник, актор/ акторка, тощо) або відома організація (видавництво, журнал, газета та ін.).

Жанровою особливістю видавничих анотацій рекламного характеру є той факт, що вони наявні не на всіх книгах, що свідчить про вплив на них вікового чинника. На сайті [www.amazon.com](http://www.amazon.com), який досліджувався, представлено літературу для таких вікових категорій: діти від 3 до 5 років, діти віком до 6 до 12, підлітки та дорослі. У книгах першої вікової категорії видавничі анотації рекламного характеру відсутні, що можна пояснити тим, що такі книги обирають, як правило, не для читання, а для перегляду картинок. Крім того, книги обирає не сама дитина, а переважно батьки. Слід

вказати, що на книгах для дітей віком від 3 до 5 немає також видавничих аотацій рекламного характеру, які б були призначені для дорослих.

Тематика аотацій зумовлена соціальними чинниками, оскільки їхній автор має бути відомим та мати певний авторитет, щоб становити зразок для наслідування – в іншому випадку читач не зважатиме на похвальну рекомендацію і, можливо, не купить книгу. Крім того, важливу роль відіграє також віковий чинник: автори видавничих аотацій мають скласти їх таким чином, щоб вони були зрозумілі читачам. Іншою особливістю рекламних аотацій є відсутність певної структури. Така аотація може складатися з одного речення, але не більше десятих. Тематика похвали залежить від суб'єктивного вибору мовця.

Видавничу аотацію рекламного характеру можна розглядати як комунікацію, у якій беруть участь два учасники, які є відстороненими один від одного – автор та читач. Адресантом повідомлення може бути будь-яка відома людина (письменник, редактор, журналіст, дослідник – у залежності від сфери, до якої належить книга) або організація (наприклад, авторитетне книговидавництво, видавництво газети чи журналу). Адресатом, загалом, може бути будь-яка людина, яка зацікавилася певною книгою, але можна зробити припущення, що існують вікові та соціальні обмеження, оскільки діти не читають “дорослих” книг, крім того, люди обирають книги відповідно до освіти та інтересів. Хоча, в такому випадку, незацікавлений читач, можливо, проігнорує видавничу аотацію та книгу взагалі. Головною комунікативною метою видавничої аотації рекламного характеру є висловлення похвали книзі або автору з метою викликати інтерес, зацікавленість книгою з боку читача та, в такий спосіб, сприяти рекламному просуванню книги та здійсненню покупки.

Оскільки видавничі аотації рекламного характеру прямо пов'язані з рекламою (що очевидно навіть із їхньої назви – “рекламні”), мовець використовує стратегії, поширені у рекламному дискурсі. Ці стратегії за класифікацією М. Ю. Олешкова належать до прагма-маніпулятивних [134],

за допомогою яких мовець нав'язує необхідність покупки товару, що рекламується, наприклад: “*Read this when a lesson goes terribly wrong...*” [341]. Такі стратегії, як правило, реалізуються морфологічним засобом використання наказового способу. Іншою головною стратегією є власне стратегія похвали [89], оскільки похвала і є основною комунікативною метою мовця. Ці стратегії реалізуються за допомогою таких тактик: похвали (напр., за допомогою епітетів: “*Elegant, accurate, and highly readable*” [341], або ступенів порівняння прикметників: “*It is simply the best edition*” [341]), повідомлення інформації (напр., за допомогою порівняння та оцінювального дієприкметника: “*In this new translation, Durling tries to be as concrete as possible, producing a version that is more fluent and accurate than the versions of Mandelbaum and Musa... Highly recommended!*” [341]) та обіцянки (напр., за допомогою майбутнього неозначеного часу дієслова: “*Readers will prize the directness and clarity*” [341]).

Для того, щоб видавнича анотація рекламного характеру була переконливою (що також важливо для досягнення комунікативної мети), адресант використовує різні лінгвістичні засоби, які, власне, слугують втіленню стратегій та тактик похвали. Так, для емоційного забарвлення, а також для викликання емоційного впливу на адресата автори видавничих анотацій рекламного характеру використовують книжну піднесену лексику, зокрема іменники (напр., *life-changer, #1 Bestseller, book of the year, winner, perfection, work/ piece of art*) та прикметники (напр., *mesmerizing, funny, beautiful, extraordinary, searing, daring, dazzling, comforting, wise*), які створюють віддтінок урочистості, висловлюють якісну (позитивну) оцінку книзі або автору. Так, книги, які хвалять, є бестселерами, шедеврами, незвичайними, такими, що впливають або навіть змінюють життя, тішать. Для підтримки своїх слів мовець використовує емотивні прислівники, такі як: “*profoundly, hugely, absolutely, extremely*”. Разом лексичні засоби впливають на створення позитивної емоції-відгуку, яка може втілитися в уявну “картинку” у читача або просто здійснити позитивний емоційний вплив на

нього або неї. Даючи оцінку авторові книги, адресант вживає евалюативні дієслова (напр., “*load, generate, map, free, improve, present*”), які увиразнюють таку позитивну оцінку. Для наголошення важливості твору, як підкреслення результату, автор анотації використовує теперішній завершений час дієслів (напр., “*Geneen Ruth has written an extraordinary book...*”, “*Collins has done that rare thing...*” [341]), найвищий ступінь порівняння прикметників (напр., “*the most important, the best*”) та емпатичні конструкції (напр., “*What makes Incendiary such a POIGNANT and COMPELLING novel is its narrator*” [341]). Як свідчить останній приклад, емпфаза також підкреслюється невербальними засобами висловлення лаудації, серед яких є такі графологічні засоби: використання великих літер (наприклад: “*WELL WORTH READING*” [341]) та вживання окличного знаку (наприклад: “*Highly recommended!*” [341]).

Створенню емоційного впливу на читача також сприяють стилістичні та риторичні засоби, серед яких метафора (напр., “*It maps the journey from the darkness of obsession to the pure sense of being*”, “*Geneen Roth is an international treasure*”, “*Whereas Katniss kills with finesse, Collins writes with raw power*” [341]), порівняння (напр., “*Justin Halpern tosses lightening bolts of laughter out of his pocket like he is shooting dice in a back alley*” [341]), перебільшення (напр., “*It left me breathless*”, “*I couldn't stop reading*” [341]), епітети (напр., “*brilliant, notable, stunning, haunting, warm, relievable, addicting, powerful*”), градація (напр., “*Read this when a lesson goes horribly wrong, when your whole class 'forgets' a major project, or when a parent curses at you in front of the kids*” [341]), іронія (напр., “*This book is ridiculously hilarious, and makes my father look like a normal member of society*” [341]), повтор (напр., “*really, really funny*”). Так, лінгвістичний аналіз свідчить, що читання книги порівнюється з захоплюючою подорожжю, під час якої відкриваються нові таємниці. Хвалиться також талант автора. Важливо, щоб книга була гумористичною, такою, щоб від неї неможливо “відірватися”.

Підсумовуючи результати дослідження, можемо зробити такі висновки. Видавнича анотація рекламного характеру – це невелике за обсягом

повідомлення похвального характеру, яке друкується на зворотній обкладинці книги з метою її просування та продажу. Вибір мовних засобів, що використовуються у написанні видавничої анотації рекламного характеру, зумовлений соціокультурними, зокрема віковим, чинниками. Для реалізації стратегії похвали книзі та переконання читача в необхідності її придбання автори видавничих анотацій рекламного характеру використовують переважно лексичні (піднесені книжні іменники та прикметники) та стилістичні (метафора, порівняння, епітети, перебільшення) засоби. Мовець хвалить унікальність, незвичайність, гумор книги, здатність її захопити читача, змусити затамувати подих або позитивно вплинути на читача. Крім того, хвалиться яскрава мова та стиль, якою написана книга.

### **3.3. Ювілейна промова**

Ювілейні промови – це промови, які виголошуються на честь ювілею до дня народження, весілля або іншої важливої події, з моменту якої минуло 25 або 50 років [297; 298]. У таких промовах висловлюються вітання та похвала певній людині, тому за комунікативною метою ювілейні промови є жанром лаудативного дискурсу. Лаудація у таких промовах є ритуальною, оскільки виголошується на честь певної події, офіційною та неофіційною в залежності від формальності тієї обстановки, в якій вона виголошується, щирою або нещирою, експліцитною, прямою, підготовленою або непідготовленою.

Ювілейна промова розглядається як комунікація, учасниками якої є мовець – той, хто виголошує цю промову, та реципієнт – той, до кого звертається адресант. За тим, чи виголошується промова ювіляром, такі промови можна поділити на два типи: ті, в яких ювіляр є мовцем (надалі “промова ювіляра”), та ті, в яких він є адресатом (надалі “промова ювіляру”). Реципієнтом в промовах ювіляра є всі присутні – колеги, родичі, друзі. Комунікативною метою мовця в таких промовах є висловлення подяки реципієнтам за підтримку в житті або роботі, дружню відданість та любов. У

промовах ювіляру мовець, яким є колега, друг або родич, звертається до об'єкта промови - ювіляра з метою висловлення йому похвали. Реципієнтом у цьому випадку є не лише ювіляр, а також всі присутні люди, оскільки ювілейна промова не виголошується віч-на-віч. Комунікативною метою промов ювіляру є висловлення лаудації. Для досягнення комунікативної мети мовець використовує інформативно-аргументативну стратегію, яка реалізується тактикою передачі інформації (наприклад, за допомогою складних речень: *“He can hear the voices of multiethnic America, he cares for the future of American democratic values, and he can restore America's positive image on the global political arena, He is the president who is entrusted with the task of remaking ‘one nation, one people’”* [327]), стратегією вихваляння, яка реалізується тактикою повідомлення похвальної інформації (наприклад, за допомогою епітетів: *“Francesco was not only head boy, head of the Cadet Force a talented and popular pupil – he also showed surprising skills in technical drawing and later dishing out punishments to his friend for walking on the Chapel Lawns!”* [331], метафори та повторів: *“Our director Marc Forster, you're a genius. You're a genius”* [331]), тактику оцінки поведінки та ставлення (наприклад, за допомогою епітетів: *“Let us also remember and pray for those people who made an invaluable contribution in his life to be what he is today especially his parents and the school in particular”* [315]), тактику позитивного позиціонування та використання колишніх заслуг (наприклад, за допомогою вживання означеного артикля замість неозначеного, теперішнього завершеного часу, який вказує на результат, завершеність певної дії: *“He is the hope of many other ethnic groups because he has demonstrated that even the highest post in the country may be held irrespective of race and ethnicity”* [320]).

Ювілейні промови є тематично зумовленими, оскільки передбачається, що мова йтиме про досягнення людини в житті та професійної діяльності (нагороди, кар'єрний зріст тощо) та особисті якості. За дискурсивною характеристикою ювілейні промови є наративом, оскільки характеризуються певною структурою та використанням мовних засобів. Зав'язкою промов є

зазначення приводу, з якого виголошується промова, та ким мовець доводиться ювілярові (якщо не сам ювіляр виголошує промову), наприклад: *“Dear family and friends! I am happy to see all of you here today. I want to thank you all for coming here. Today is an outstanding event. It is the “25th” birthday of my darling mother”* [311]. Надалі висловлюється подяка за підтримку або професійний внесок та хваляться особисті та професійні якості, наприклад, за допомогою епітетів (*“He is energetic, resolute, and trustworthy”* [312]) та метафори (*“He is rightly called ‘generational tsunami’”* [312]). Кульмінацією є “підбивання підсумків” – тобто зазначення, чого досяг ювіляр. Розв’язкою є висловлення сподівання стосовно майбутніх успіхів ювіляра (наприклад, за допомогою вживання майбутнього невизначеного часу для висловлення обіцянки та дієслів з семантикою упевненості: *“I am quite convinced that he is leaving his footprints in the sands of time and he’ll be remembered always”*) [313].

Ювіляр висловлює подяку іншим людям, які підтримували його протягом життя або кар’єрного зросту. Можна вважати це імпліцитною похвалою – таким чином мовець хвалить дружню відданність та вміння підтримати. Наприклад, похвала висловлюється за допомогою складних речень, прикметників та дієприкметників з оцінювальною семантикою: *“At such a time it is a great help to know that there are multitudes of friends all round the world who are thinking of me and who wish me well. I am grateful and I am deeply moved”* [323]. Особлива увага приділяється висловленню похвали власній родині, наприклад, за допомогою епітетів (*“invaluable”*) та порівняння (*“as”*): *“I take this opportunity to mention the strength I draw from my own family. The Duke of Edinburgh has made an invaluable contribution to my life over these past fifty years, as he has to so many charities and organisations with which he has been involved”* [312]. Підтримка рідних хвалиться за допомогою повторів, наприклад: *“Even when times were band, you always stayed positive. When Emily was born and had to stay in the intensive care unit for several months, you always tried to stay positive for me. It if wasn't for you, I would have completely fallen apart those months”* [318]. Те, що рідні люди надихали

ювіляра, хвалиться за допомогою епітетів (наприклад: “*Reggie, you've been a huge inspiration to me throughout our marriage*” [321]), дієслів з відповідною семантикою у теперішньому завершеному часі (наприклад, “*You've inspired me to be a hard worker*” [317]).

Особистість ювіляра хвалиться за допомогою риторичних та морфологічних засобів. Риторичними засобами є епітети (“*But first and foremost, Natalie is an amazing person, and on her birthday I'd like to wish her simple human happiness*” [324], “*Mary and John are very special people*” [316]) та порівняння (наприклад, “*People like John are rare these days and that's why we are making a fuss of him tonight*” [322]). Морфологічними засобами висловлення похвали є ступені порівняння прикметників (наприклад, “*In fact they are wonderful parents, marvellous family members and the best friends anyone could have*” [330], “*She's got one of the greatest personalities of anyone I've ever met*” [331]). Перелічені засоби підсилюють оцінку позитивним якостям ювіляра.

У промовах ювіляру мовець хвалить професійні або особисті якості в залежності від того, на честь якої події виголошується промова – день народження, весілля або визначна дата професійної діяльності. Для того, щоб похвалити професійні якості, мовець використовує метафору (“*deeds worked by God*”) та епітети (“*marvelous, humble, simple, dedicated*”), наприклад: “*I am more than conscious at the moment of the importance of celebration. A celebration that calls us all to rejoice over the marvelous deeds worked by God through this simple, humble and dedicated teacher. God has purpose for all of us and here we see someone who completely cooperated with God and put all his trust in Him*” [326]. У цьому прикладі мовець за допомогою перифрази (останнє речення у прикладі) вказує, що ювіляр є вчителем “від Бога”. Професійна діяльність ювіляра також хвалиться за допомогою епітетів (“*remarkable, immense*”), наприклад: “*It has been a pretty remarkable fifty years by any standards. There have been ups and downs, but anyone who can remember what things were like after those ten long years of service as a Principal of this institute, appreciates*”

*what immense changes have been achieved since then. This is only one example of the many. He has contributed to the growth of each institution in his own capacity*" [327]. За допомогою оцінювального дієслова ("appreciate") мовець вказує на значення професійного внеска, який мовець зробив, та який відзначають інші люди. Вживання теперішнього завершеного часу ("have been achieved, has contributed") вказує на важливість професійних досягнень. Талановитість ювіляра хвалиться за допомогою повторів ("She's so talented... She's such a talent"), епітетів ("amazing") та оцінювальних прислівників ("so, such"), наприклад: "*She's so talented. She's an amazing musician and she has given so much to this community. She started the Children's Music Association and she just works tirelessly teaching children piano and guitar. She's such a talent*" [331]. Здатність людини не засмучуватися через невдачі хвалиться за допомогою інфінітивних конструкцій та епітетів, наприклад: "*When his team is beaten you can always rely on John to lift spirits. He is very positive and upbeat*" [319]. За допомогою епітетів також хваляться лідерські якості, наприклад: "*He has great leadership qualities*" [313]. Прагнення людини бути корисною у багатьох сферах хвалиться за допомогою епітетів, наприклад: "*50 years are a very, very long period. Life must have been surely tough those days and yet, worked his way through. But his untiring quest for serving in various capacities is quite amazing*" [320]. Лаудацією є посилення на думку інших людей, які захоплюються ювіляром та його діями. Це захоплення та любов висловлюються за допомогою епітетів та лексики (іменників та дієслів) з відповідною семантикою, наприклад: "*The amount of love and admiration this person draws from teachers, students, coworkers, friends etc., is overwhelming and I am really moved*" [321].

З-поміж особистих якостей хваляться такі: чесність і порядність (за допомогою оцінювального прислівника "so", епітетів та лексики з відповідною семантикою: "*And her values are so strong. She always does the right thing. That's one thing that you can count on. She'll never lie to you. She tells it like it is*" [328]), сила характеру у скрутному становищі (за допомогою

протиставлення: “*After the twins came and I had to work loses to take care of them, you picked up a second job so that we would have enough money to get by. I don't know how you did it those days when you had to wake up at five in the morning and didn't drag yourself back into the house until ten o'clock that night. You were exhausted, but never failed to give me a kiss, and talk with me about my day. Sometimes you would fall asleep while I was talking, but I knew you would hear me so I could continue to talk to you” [318]), готовність допомогти та підтримати в нелегкій ситуації (наприклад, за допомогою протиставлення: “*When I think about stopping work, when the car breaks down, when life throws me a curve ball, I think about those nights when you would drag your tired body into the house but never cared about yourself, and instead turned the focus and your attention on me and my day” [323]), метафори: “*Natalie has always been - and is - a good mixer ready to listen to a problem and offer some advice” [324]), веселий норов (за допомогою метафори: “*I have known Natalie since our freshman times in Glasgow University and it is a pleasure for me to note that she hasn't changed a bit in five years, and is still a cheerful energizer of all our student (now graduate) parties and the soul of the company” [327]), почуття гумору (за допомогою дієслів з відповідною семантикою: “*In the changing rooms he is always the one to make the rest of the team laugh” [325]), та епітетів: “*More than anything else John has a wonderful sense of humour” [330]), дружлюбність (за допомогою дієслів з відповідною семантикою: “*Well, I see that my mother has made a lot of friends. And family is also big enough! This is not surprise for me, because mother always attracts people who want to be near her” [314]), епітетів: “*I know that my mother is a true friend. She is responsive and open; she will be glad to help you if it is in her power. Her devotion to other people is outstanding. She increases her joy by giving it” [321]), перифрази: “*They are generous to a fault and they have an open door policy when it comes to family and friends” [322]). За допомогою епітетів (“*positive, sympathetic*”) та метафори (“*embody a passion and zest for life*”) мовець хвалить любов до життя та оптимізм, наприклад: “*Through all of these magical milestone Mary has remained positive**********

*and sympathetic. She embodies a passion and zest for life that is infectious and we have all shared in these moments - they have been magical and many and everyday!”* [323].

Висловлення почуття гордості за ювіляра або згадка про те, що ювіляра люблять та поважають інші, є також лаудацією. Почуття гордості висловлюється за допомогою прикметника з семантикою похвали, наприклад: *“I am proud of you, my dear mother”* [324]. Для того, щоб висловити почуття поваги, мовець використовує дієслова з оцінною семантикою та епітети (наприклад: *“Everybody in this town loves her. You just mention her name and words that people use to associate with her are loving, generous, kind and would give you the shirt off her back”* [319]), протиставлення та метафори (наприклад: *“He may never win an Olympic medal but he has won many hearts”* [318]). Якщо ювіляр позитивно впливає на життя інших (наприклад, у подружньому житті намагається зробити щасливою свою “другу половинку”), це висловлюється за допомогою епітетів (“wonderful”), метафори (“brightened my life”) та перебільшення (“words cannot describe”), наприклад: *“You have made my life simply wonderful. I want you to know how happy you have made me, but words cannot describe it. You've brightened by life in large ways and small. Having you wake up next to me for the past fifty years, knowing that you're there for me through thick and thin has made life worth living”* [321], а також за допомогою прозопопеї та ступенів порівняння прикметників, наприклад: *“Her strength, her tenacity has made me a better man”* [322].

У весільних ювілейних промовах мовець хвалить довге шлюбне життя, взаєморозуміння та підтримку подружжя. Для цього використовується протиставлення, наприклад: *“Their marriage has had its trials and tribulations of course. It has also had its golden moments. There have been births and birthdays. There have been triumphs and disasters but over all the years John and Mary clung together and survived it all. I have no doubt but that they have cried and wiped each others' tears”* [317]. Мовець хвалить той факт, що чоловік та

дружина є єдиним цілим, за допомогою метафори, наприклад: “*We are celebrating how two totally different people became a unit while still retaining their individuality. We are definitely celebrating the attraction of opposites” [320].*

Дослідження ювілейних промов дозволяє зробити такі висновки. Ювілейна промова є жанром лаудативного дискурсу за єдністю комунікативної мети. Мовцем є колега, родич, друзі або власне ювіляр. Реципієнтами є всі присутні. Комунікативна мета реалізується за допомогою використання тактик передачі похвальної інформації, оцінки поведінки та ставлення, позитивного позиціювання та використання колишніх заслуг. Лаудація висловлюється професійним та особистим якостям об’єкта похвали.

### **3.4. Панегірик**

Панегірик посідає особливе місце в англійських країнах. Він вважається жанром лаудативного дискурсу за єдністю комунікативної мети мовця. Похвала є ритуальною, оскільки його виголошення пов’язане із релігійними традиціями, суб’єктивною, підготовленою заздалегідь, експліцитною та непрямую, адже неспрямована на об’єкт похвали. За критерієм щирості не можна визначити вираження похвали як щиру або нещирі, оскільки це критерій щирості є неможливим для перевірки.

Англійське слово “панегірик, хвалебне слово” (“*eulogy*”) походить від грецького “добрі слова” й означає вихвальну промову або літературний твір, що висловлює похвалу людині чи речі, особливо на честь померлої людини або людини, яка пішла у відставку, а також високу похвалу та подяку [220]. Традиція виголошувати хвалебне слово на похороні походить від римлян, які дотримувалися її, головним чином, коли йшлося про еліту. Хвалебне слово виголошувалося сином померлого або іншим близьким родичем на місцевих зборах згідно громадських й особистих ритуалів (тоді як сучасні промови виголошуються на цвинтарі під час поховання). Під час промови перелічувалися вчинки та чесноти людини, гідні похвали, а також підкреслювалася моральність і благодійність померлого. Крім того,

згадувалися досягнення і легендарні вчинки предків людини, що вказувало на зв'язок теперішнього й минулого [277]. Поступово роль і структура похвального слова змінювалися. За наших часів існують різні типи хвалебного слова, залежно від тематики, яку мовець обирає для презентації (наприклад, хронологічна або життєва історія, слово на спеціальну тему тощо). Незалежно від типу хвалебного слова, його головна мета – розповісти про життя людини. Важливо звернути увагу не лише на життя, але й підкреслити роль померлої людини в житті інших. Мовець також розповідає про власне ставлення до померлої людини [247].

Учасниками комунікації є мовець та реципієнт. Мовець звертається до адресата із іллокутивною метою висловити похвалу життю та діяльності об'єкту похвали. Комунікація не носить опосередкований характер, оскільки мовець прямо звертається до реципієнта. Очікуваним перлокутивним ефектом є виклик в реципієнта почуттів захоплення об'єктом похвали. Основними тактиками, які мовець використовує для досягнення комунікативної мети, є тактика передачі похвальної інформації (наприклад, за допомогою лексики з семантикою похвали – *“award, honorary degree”*, ступенів порівняння прикметників – *“the most read, the highest”*, епітетів – *“stunningly influential”*, перебільшення – *“gifts infinite”*: *“Sagan was awarded the Peabody Award and an Emmy for his stunningly influential public television series, Cosmos. He earned the Pulitzer Prize for his book Dragons of Eden on the evolution of human intelligence, and numerous other awards and honorary degrees. He is the most read scientific author in the world, and upon awarding him their highest honor, the National Science Foundation heralded his gifts to mankind as ‘infinite’”* [343]) та тактика оцінки поведінки та ставлення (наприклад, за допомогою епітетів: *“Sagan made significant contributions to the fields of chemical evolution, Martian topography, and Venusian meteorology”* [343]). Слід виокремити тактику імпліцитної оцінки, яка реалізується через комунікативний хід переліку заслуг. Лінгвістично ця стратегія реалізується за допомогою вживання теперішнього завершеного часу дієслів (*“have been*

*opened, has declined, have been absorbed, have increased, has doubled, has advanced, have begun*”) для того, щоб підкреслити, що було досягнуто, та теперішнього продовженого часу (*“is flourishing”*), щоб підкреслити, які позитивні зміни відбуваються зараз, наприклад: *“New crossroads have been opened, new roads paved; unemployment has declined; immigrants have been absorbed; exports have increased and investments expanded; the economy is flourishing; education has doubled; and science has advanced. And above all, perhaps at the root of it all, the mighty winds of peace have begun to blow”* [344].

Панегірик є наративом, оскільки характеризується певною структурою та морфологічними засобами [93]. Зав’язкою у панегірику є висловлення співчуття від втрати близької людини. Надалі мовець у похвальній формі розповідає про якості та досягнення померлої людини (особисті або професійні). Закінчується промова висловленням припущення стосовно того, що відбудеться з душею втраченої людини після смерті. Тематика панегірика є обумовленою структурою, оскільки передбачається, що мовець розповідатиме про життя та діяльність померлої людини в похвальній формі. Залежно від соціального статусу об’єкта похвали панегірики можна умовно поділити на такі, що виголошуються відомим людям, та такі, які виголошуються пересічним людям.

Аналіз панегіриків відомим людям, а саме: політикам (президентам, прем’єр-міністрам, сенаторам), королівським персонам, акторам, режисерам, спортсменам, свідчить про наявність спільних та відмінних рис вираження похвали залежно від соціального статусу об’єкта похвали. Серед спільних рис панегіриків добре відомим особистостям слід назвати згадку про значну роль, яку людина відігравала в житті інших, чи була вона прикладом для наслідування, чи надихала інших, чи була гарним другом, а також згадка про її доброту та скромність. Але для висловлення лаудації цим рисам мовці використовують різні мовні засоби. Наприклад, для висловлення похвали ролі, яку політики відіграли в житті інших, використовується стилістичний засіб переліку (наприклад, *“She found peace at last with her Creator, and that*

*thought is what made us get through the experience of losing our mentor, our model, our mom*” [343]) і метафора (наприклад, “*He was vigorous and healthy and smiling and friendly -- a complete human being, concerned about other human beings who were no longer as vigorous and not quite as healthy as they used to be. This concern for the unfortunate by a many with all of the social graces and all the social status and as much power as America allows one man was what made him so much the symbol of the youth of our country*” [343]), тоді як роль акторів, режисерів, спортсменів вихваляється за допомогою епітетів (наприклад, “*We shared lots of things together and she was one of my favorite mentors*” [344]) і протиставлення (наприклад, “*In the last year, Mickey Mantle, always so hard on himself, finally came to accept and appreciate the distinction between a role model and a hero. The fist he often was not, the second he always will be*” [344]). Похвала висловлюється також у випадку, якщо політика вважали прикладом для наслідування. Для цього використовуються засоби модальності (наприклад, “*We must, and do, thank God for him, and strive to be worthy of his example*” [343]), повтори, метафора, порівняння (наприклад, “*He was a great Englishman that he was able to speak for the English people. It was because he was a great commonwealth statesman that he was able to warm hearts and inspire courage right round the seven seas. It was because he was a great human being that, in our darkest days, he lit the lamps of hope at many firesides and released so many from the chains of despair. There has been nobody like him in our lifetimes*” [343]) і гіперболи (наприклад, “*During its delivery the reporters forgot their vocations, dropped their pens, and sat enchanted from near the beginning to quite the close*” [344]). Спортсмена в такому випадку хвалять за допомогою порівняння (наприклад, “*He was our guy. When he was hot, we felt great. When he slumped or got hurt, we sagged a bit too. We tried to crease our caps like him; keel in an imaginary on-deck circle like him; run like him, heads down, elbows up*” [343]). Якщо людина була натхненням для інших, політика хвалять за допомогою метафори (наприклад, “*As I end my talk to you from the crypt of St Paul's, with its reminders of Nelson and Wellington, those marvellous defenders of*

*long ago, the body of Winston Churchill goes in procession through the streets of London; his London, our London, this most historic city, this ancient home of freedom, this place through which, in the very devastation and fire of war, his voice rang with courage, and defiance, and hope, and rugged confidence”* [344]), а людей, що не мали відношення до політики – через протиставлення (наприклад, *“We remember Christa McAuliffe, who captured the imagination of the entire nation, inspiring us with her pluck, her restless spirit of discovery; a teacher, not just to her students, but to an entire people, instilling us all with the excitement of this journey we ride into the future”* [343]). Особисті якості політика – доброта, скромність і те, що він був справжнім другом, хваляться за допомогою епітетів (наприклад, *“A brilliant orator and writer, whose insistence upon nonviolence in the Gandhian tradition accounted for the success of the movement, Dr. King was assassinated on April 4, 1968, in Memphis, Tennessee, by a white man”* [344]), повторів (наприклад, *“He was a man of courage, a man of vision and he was endowed with one of the greatest virtues that any man can have. He was endowed with humility”* [344]), порівняння (наприклад, *“I will miss him most of all as a friend because good friends like John don’t happen often in lifetime”* [344]) відповідно. Ті ж самі особисті якості спортсменів, акторів хвалять за допомогою порівняння та гіперболи (наприклад, *“Well, there were days when Mantle was so darn good that we kids bet that even God would want his autograph”* [344]), парцельованих конструкцій (наприклад, *“He never advertized the fact that he helped so many people in so many different ways. He never talked about his numerous acts of kindness”* [343]), метафор (наприклад, *“He had a gift for friendship”* [343]) та епітетів (наприклад, *“For us Marilyn was a devoted and loyal friend”* [344]) відповідно.

З-поміж відмінних рис і якостей людей, яким висловлюється похвала у панегіриках, слід відзначити такі: при висловленні похвали політикам підкреслюється їхні відмінності від інших. Багато уваги приділяється лаудації професійним якостям політиків, серед яких надійність,

красномовство, обізнаність у своїй справі, професійність, гідність, хоробрість, серйозність, гуманність, якості керівника, відданість країні та своїй справі, чесність, справедливість. Мовець порівнює виконання політиком своєї справи з тим, на що очікують інші (наприклад, *“Accordingly, in the days of Nullification, and more recently in the re-appearance of the slavery question, connected with our territory newly acquired of Mexico, the task of devising a mode of adjustment, seems to have been cast upon Mr. Clay, by common consent -- and his performance of the task, in each case, was little else than, a literal fulfillment of the public expectation”* [343]), а також вихвалює досконале виконання справ, використовуючи метафору (наприклад, *“John's father taught us all to reach for the moon and the stars. John did that in all he did”* [343]). Те, що померлий був звичайною, скромною людиною, хвалиться через протиставлення, наприклад: *“Winston Churchill was not an institution, but a man; a man of wit and chuckling humour, and penetrating understanding, not a man who spoke to us as from the mountain tops, but one who expressed the simple and enduring feelings of ordinary men and women”, “He was a man completely without pretense as all of his friends knew”* [344]. Висловлюється похвала також тому внеску, що людина зробила у розвиток держави. Наприклад, шляхом порівняння мовець асоціює народження та становлення цієї людини з народженням і становленням країни, за допомогою метафори та вживання *The Present Perfect Tense*, наприклад: *“The infant nation, and the infant child began the race of life together. For three quarters of a century they have travelled hand in hand. They have been companions ever. The nation has passed its perils, and is free, prosperous, and powerful. The child has reached his manhood, his middle age, his old age, and is dead. In all that has concerned the nation the man ever sympathised; and now the nation mourns for the man”* [344]. Якщо людина була удостоєна нагород, це також згадується у панегіриках.

Особисті якості хваляться менше, що можна пояснити тим, що для політика важливі перш за все професійні якості. Так, серед особистих рис, що хваляться у панегіриках, слід відзначити дружелюбність, оптимізм,

принциповість, сміливість і любов до життя. Для висловлення похвали, окрім перелічених, використовувалися такі мовні засоби: лексичні (прислівник-інтенсифікатор), морфологічні (модальні засоби), синтаксичні (складнопідрядні речення), риторичні засоби (інверсія, літота, прозопопея), стилістичний засіб переліку.

Панегірики королівським особам відрізняються тим, що в них здійснюється похвала стосункам членів королівської родини з простим народом за допомогою використання епітетів (наприклад: *“The Queen Mother's strength as a person was expressed best through the remarkable quality of her dealings with people -- her ability to make all human encounters, however fleeting, feel both special and personal”* [344]), порівнянь і метафор (наприклад: *“Like the sun, she bathed us in her warm glow. Now that the sun has set and the cool of the evening has come, some of the warmth we absorbed is flowing back towards her”* [344]). Серед особистих якостей королівських осіб, які хваляться, слід відзначити гідність, хоробрість, сильний характер і почуття гумору. Спільним у панегіриках політичним діячам і королівським особам є похвала того, ким була померла людина для інших, але в панегіриках королівським особам ця риса описується за допомогою метафори. Так, принцесу Діану називають *“the very essence of compassion, of duty, of style, of beauty”*, *“a symbol of selfless humanity”*, *“a standard bearer for the rights”*, *“girl who transcended nationality”*, *“brand of magic”*, наприклад: *“Diana was the very essence of compassion, of duty, of style, of beauty. All over the world she was a symbol of selfless humanity. All over the world, a standard bearer for the rights of the truly downtrodden, a very British girl who transcended nationality. Someone with a natural nobility who was classless and who proved in the last year that she needed no royal title to continue to generate her particular brand of magic”* [344].

У панегіриках акторам, режисерам і спортсменам мовець детально говорить про те, як людина впливала на життя інших, а також про ставлення інших до цієї людини, про те, що її любили, поважали, захоплювалися нею, відчували гордість за її вчинки. Професійні якості вихвалюються менше,

висловлюється похвала лише тому, наскільки професійно людина виконувала свою роботу. Більше уваги приділено висловлюванню похвали стилю життя і особистим рисам і якостям, серед яких щедрість, готовність допомогти, розум, почуття гумору, мужність. Крім того, мовець підкреслює, що людина є не лише надбаням країни, а й усього світу (через протиставлення, наприклад: *“He is not America's - he is the world's”* [343], *“He belongs not to our age, but to all ages”* [343]), а також те, що для людини важлива не слава та похвала інших, а їхні любов і почуття (через повтор, наприклад: *“Mickey Mantle got from something other than misplaced and mindless celebrity worship. He got something far more meaningful. He got love. Love for what he had been, love for what he made us feel, love for the humanity and sweetness that was always there mixed in the flaws and all the pain that racked his body and his soul”* [344]). Мовець підкреслює, що людину найкраще хвалить не похвала інших людей, а її власні вчинки. Це висловлюється за допомогою прозопопеї, протиставлення і порівняння, наприклад: *“What we say today is only an inadequate expression of what we carry in our hearts. Words pale in the shadow of grief; they seem insufficient even to measure the brave sacrifice of those you loved and we so admired. Their truest testimony will not be in the words we speak, but in the way they led their lives and in the way they lost those lives- with dedication, honor and an unquenchable desire to explore this mysterious and beautiful universe”* [343], *“To him, ceremonies and words were less important than actions and deeds”* [343]. Мова панегіриків акторам, режисерам, спортсменам є емоційнішою, ніж у панегіриках політичним діячам і членам королівської родини, що пояснюється її неофіційністю. Серед мовних засобів висловлення лаудації, переважають риторичні (гіпербола, градація, еліпс), а також використовуються лексичні (оцінювальні дієслова, прислівники, прикметники), морфологічні (ступені порівняння прикметників) і синтаксичні (емфатичні конструкції, уточнення).

Гендерними особливостями панегіриків є такі: у панегіриках жінкам здійснюється похвала їхньої зовнішності, тоді як в панегіриках чоловікам

зовнішність не згадується. Особлива увага приділяється силі та стійкості характеру, якщо ця похвала висловлюється жінці. Для цього мовець використовує інверсію і повтор, наприклад: “*Strength, dignity and laughter -- three great gifts which we honour and celebrate today. Strength, dignity and laughter*” [344], а також порівняння, наприклад: “*Many have done excellently, but you exceed them all*” [344].

Панегірики від імені близьких родичів містять особисту інформацію про померлу людину. Наприклад, брат принцеси Діани висловлює похвалу її хвилюванню за інших, описує її дитячі риси та згадує її психологічну реакцію на занепокоєність, наприклад: “*For all the status, the glamour, the applause, Diana remained throughout a very insecure person at heart, almost childlike in her desire to do good for others so she could release herself from deep feelings of unworthiness of which her eating disorders were merely a symptom*” [344]. У панегіриках родичам згадується, чи були вони друзями та порадиниками, що висловлюється за допомогою парцельованих конструкцій (наприклад: “*He never judged me or scolded me. He always has some great advice ready for me*” [343]), або через уживання епітета з прислівником-інтенсифікатором (наприклад: “*She was also a very good advisor*” [343]). Батьківські якості також хваляться за допомогою прозопопеї і найвищого ступеня порівняння прикметників, наприклад: “*But more than anything, to me, he was dad And what a dad. He loved us with the passion and the devotion that encompassed his life. He taught us to believe in ourselves, to stand up for ourselves, to know ourselves and to accept responsibility for ourselves. We knew we were the luckiest kids in the world*” [343], а також метафори, наприклад: “*For her family, that maternal strength -- given across the generations to children, grandchildren, great-grandchildren -- has been a precious gift and blessing*” [343].

Отже, в панегіриках політикам висловлюється похвала їхнім професійним якостям. Серед мовних засобів переважають риторичні (епітети, прозопопея, заперечення, метафора, протиставлення, повтор,

інверсія) і стилістичний засіб переліку, що роблять мовлення образнішим. У панегіриках акторам, спортсменам, режисерам вихваляються переважно особисті якості. Спільними мовними засобами вираження похвали є епітети, протиставлення, метафора, порівняння, парцельовані конструкції, повтори. Серед спільних рис слід відзначити роль, яку померла людина відігравала в житті інших, чи була вона прикладом для наслідування, чи надихала інших, чи була гарним другом, а також її доброта та скромність. Відмінними лінгвістичними засобами в панегіриках є еліптичні речення та емфатичні конструкції. Мова таких панегіриків є більш емоційною, що пояснюється належністю об'єкта похвали в панегірику до певного соціального класу, яке вимагає більшої офіційності та меншої емоційності. Особливостями панегіриків, що зумовлені впливом соціальних чинників, є висловлення похвали зовнішності, силі характеру, а також батьківським якостям людини.

### **3.5. Некролог**

У християнському світі смерть людини супроводжується певними ритуалами, такими як організація поховання, саме поховання, поминки та інше. З появою преси з'явилася ще одна традиція, що пов'язана зі смертю людини: писати некролог на її смерть. Некролог є одним з жанрів комунікативної сфери ЗМК. За комунікативною метою мовця – похвальна розповідь про померлу людину, некролог є жанром лаудативного дискурсу. Похвала у некролозі є офіційною, ритуальною, підготовленою заздалегідь, експліцитною та непрямую, оскільки вона не спрямована на об'єкт лаудації.

Некролог – це коротке повідомлення на одній з останніх сторінок видання, яке містить висловлювання співчуття родичам та близьким померлого. Некролог - один із жанрів газетної журналістики, а також інших матеріалів, що публікуються у засобах масової інформації з нагоди чиєїсь смерті. Звичайний, “традиційний” некролог – це опублікований, як правило, невеликий за обсягом текст, присвячений пам'яті померлої людини, який детально описує її біографію з метою ознайомлення читачів з життям

людини та похвали її життя і діяльності. Часто некролог також повідомляє причину смерті людини.

В американській лінгвокультурі жанр некрологу є доволі поширеним. В англійських країнах некрологи пишуться так, щоб навіть ті, хто не знав, ким був померлий, про його життя, дізналися про смерть цієї людини та зрозуміли при цьому, чому це важливо знати. Тому не дивно, що некрологи розглядаються як доволі популярний серед читачів жанр. Кожна велика та престижна газета має в штаті співробітників, які пишуть виключно некрологи. Наприклад, *Telegraph* на окремій полосі 'Obituaries' наводить 3-4 некрологи; *The Times*, як правило, у кожному номері публікує 5-7 некрологів на двох полосах великого формату. Ці повідомлення зазвичай наповнені фактами, причому особисті події у житті людини розглядаються в історичному контексті. Понад усе, *The Times* у кожному номері публікує доповнення від читачів до окремих опублікованих раніше некрологів (звісно, якщо вони викликають інтерес).

У лінгвістиці вже досліджувалась структура некрологів, їх історична динаміка [111], [131], [193] та стилістичні особливості некрологів [73]. Некролог як жанр письма розглядав М. Стариков [183]. Серед іноземних дослідників некрологів – А. Баранік [222], М. Джонсон [266], Б. Фаулер [245], Д. Шиллер [283], які вивчали історію становлення та структуру некрологів. Більш того, ніхто з перелічених авторів не використовував дискурсивний підхід у вивченні некрологу.

Доцільним є почати характеристику некрологу як жанру лаудативного дискурсу з його визначення. Слово "некролог" походить від грецького слова, що дослівно перекладається як "слово про померлого". Аналіз словникових дефініцій виявив такі визначення некрологу: стаття з приводу смерті будь-якої людини з повідомленням про її життя і діяльність [297]; [298]; спроба публікацією дати звіт про життя когось, хто вважався видатною людиною (Lingvo [303]); звістка про смерть; історія життя; інформація про поховання; висловлення подяки тим, хто допоміг (виручив); прохання про пам'ятне

пожертвування (Meriam-Webster [306]); непереборна історія життя (Macmillan [305]); повідомлення (особливо газетне) про чиюсь смерть, іноді з короткою біографією (Oxford [300]); відгук на смерть (Cambridge [301]).

Жанрова специфічна риса некрологу визначається предметом відображення, а саме: фактом смерті якоїсь людини (зазвичай – відомої конкретній публіці). Некрологи відрізняються від інших повідомлень про смерть людини, наприклад, від звичайних кримінальних повідомлень у пресі, які сповіщають аудиторію про факт смерті людини, тоді як некролог повідомляє, чим вони займалися протягом життя, чого досягли. Некролог зазвичай пишеться за певною структурою: зав'язка, кульмінація, розв'язка. За наявністю структури, некролог називають “машиною для закінчення судиб”, тому що в деяких випадках в декількох некрологах виявляється одна й та сама матриця. Зав'язка - це опис життя померлої людини. Кульмінацією некрологу є та його частина, яка висловлює біль утрати, сумніви щодо можливостей повноцінного життя без втраченої людини. Розв'язкою є останні слова, в яких мовець висловлює обіцянку пам'ятати померлу людину. Мова некрологів відрізняється від мови інших матеріалів, що друкуються у виданні, стилем та використанням мовних засобів. Так, стиль некрологів є поетичним, а серед мовних засобів найбільш вживаними є метафори, епітети, перифрази, порівняння, евфемізми ( “*passed away*”/ “пішов з життя” замість “*died*”/ “помер”), найвищий ступінь порівняння прикметників, а також емоційно-зabarвлена лексика.

Дослідження свідчить, що некрологи публікуються не в спеціалізованих виданнях, а в загальнонаціональних, загальнополітичних газетах, таких як: *The Times*, *The Guardian*, *Telegraph*, *The New York Times*, *The Economist*. Дивним здається те, що некрологи навіть пишуться передчасно та періодично поновлюються. Будь-яка людина може замовити для себе некролог, ознайомитися з ним і навіть внести поправки, якщо забажає. Зазвичай у некрологах завжди можна прочитати нову, ще невідому інформацію про людину.

Дослідження некрологів на смерть відомих людей (Мерілін Монро, принцеса Діана, Майкл Джексон та ін.) дозволяє стверджувати, що такі некрологи відрізняються від традиційних. Тому залежно від соціального статусу об'єкта похвали можна умовно поділити всі некрологи на такі, що пишуться на смерть відомих людей, та такі, що пишуться на смерть пересічних громадян. За аналогією з терміном Ю.Зацного VIP-неологізми [77], некрологи на відомих людей ми вперше називатимемо VIP-некрологами. Характерними рисами VIP-некрологу є такі: більший, ніж зазвичай, обсяг, наявність цитат відомих особистостей (зокрема, в некрологах на смерть М. Джексона цитуються висловлювання його друга Стіві Вандера, його сестри Джермейн Джексон, фотографа Кевіна Мацури, музичного продюсера Квінсі Джонса та інших) та можливе порушення структури. Так, дослідження виявило некролог, в якому автор замість опису життя Майкла Джексона детально описав його поховання. Іншою рисою некрологів з приводу смерті М.Джексона, як правило, нетиповою для некрологів, є повідомлення неприємних фактів з його життя (звинувачення у педофілії, що спричинило розривання деяких музичних контрактів, невдалі пластичні операції, проблеми з виплатою позики на будинок). Хоча, зазвичай, некролог не відрізняється великим обсягом, дослідження спростовує цей факт, оскільки обсяг 87% досліджених некрологів становив від 14 до 21 умовних друкованих сторінок. Це пояснюється тим, що інтерес до відомої особи є більшим, ніж, наприклад, до життя пересічної людини, що змушує авторів некрологів описувати найменші подробиці її життя, що, в свою чергу, позначається на обсязі некрологу.

Якщо розглядати прагматичні аспекти лаудації, то стає важливим її вивчення як засобу впливу на емоційний стан – настрої, який, в свою чергу, впливає на оцінку людей та подій, а також на передбачення та оцінку ймовірних результатів діяльності. Мета похвали в цьому випадку – залишити якомога світліший образ та пам'ять про померлу людину, увіковічити її ім'я. Це можливо досягти тільки за умови, якщо життя людини буде піднесене на

найвищий щабель. Так, з розумінням, що таке некролог, пов'язані вислови відомих людей, наприклад: “немає в світі нічого більш щирого, більш змістовного, ніж некролог”; “некролог – найкоротша та найприємніша службова характеристика” (Андре Моруа), “некролог був би найкращою візитною карткою” (Станіслав Єжі Лец), “якщо вірити некрологам, абиякі (посередні) та не здатні ні на що громадяни зовсім не вмирають” (Пітер Лоренс) [104]. Ці афоризми найкраще вказують на лаудацію в некролозі, а також на місце похвали в некролозі. Іноді некролог порівнюють з макіяжем: подібно макіяжу, він надає обличчю гарного вигляду; для досягнення цієї мети нерідко людині приписуються певні атрибути, яких насправді вона немала.

Розглядаючи некролог як жанр лаудативного дискурсу, дослідження виявило деякі особливості, притаманні лише некрологу. Так, в некролозі обов'язково присутній герой та згадуються його позитивні риси. При написанні некрологу не можна використовувати негативні міркування (“Про померлих або добре, або ніяк”). Лаудативний некролог є персональним буттєвим опосередкованим письмовим видом дискурсу, а саме: наративом. Некролог складається з упорядкованих у часі подій, які описуються однотипними граматичними формами зі сполучними елементами. Як жанр оповідання, лінгвістично він характеризується використанням складних речень та синтаксичних конструкцій, пасивним станом для відсунення агента від викладених подій. Основними параметрами наративу є використання минулого часу дієслова для опису подій, дієприкметників та займенників.

Некролог розглядається як комунікація, учасниками якої є автор (мовець) та читач (адресат). Мовцем у некролозі є його автор (у даному випадку, це журналісти відомих газет). Оскільки некролог є офіційним текстом, автор виконує роль реєстратора фактів. Через те, що він ледь помітний, мовець не має особливого значення, його думка завжди є завуальованою, тому що концепція у некролозі може бути лише одна – позитивне ставлення до суб'єкта. Оскільки мовець не просто перераховує

події, які вихваляють померлу людину, але таким чином апелює до попередніх знань читача, ніби нагадує про них, то можна стверджувати, що у якості аргументації у більшості випадків у некрологах використовується пережита аналогія за фоновими знаннями. Таким чином, дослідження некрологів дозволяє стверджувати, що вихваляння померлої людини – це аргументація, бо саме таким чином мовець переконує читача в незвичайності померлої людини та в її корисності суспільству. Крім того, в якості аргументації використовуються такі емотивні прислівники як “*absolutely*” та “*undoubtedly*”, наприклад: “*His music bridged races and ages and absolutely defined the video age*” [332].

Дослідження інвенційної мети мовця у некрологах показало, що вона полягає у вихвалянні життя та діяльності померлої людини, для збереження світлого образу та вічної пам’яті про неї. Реакція читача на некролог повинна бути погоджувальною: читач має легко переходити на бік промовця, вірити йому. Для досягнення цієї мети використовується апологія (надмірна похвала [295]). Отже, логічно постає питання, як саме мовець висловлює похвалу, якими засобами увиразнення, образності й естетизації фігуральної мови він створює цей ефект. Розглянемо методи досягнення цієї мети мовцем детально пізніше, здійснюючи лінгвістичний аналіз некрологу.

Читання некрологу передбачає емоційний відгук, тобто емоційну реакцію, відповідь на інформацію ззовні. Мовець прагне здійснити вплив на адресата та на його емоційні реакції. Іллокутивна функція мовця у некролозі – це висловлення похвали життю та діяльності померлої людини з метою переконання читача в її унікальності та корисності суспільству; формування не тільки моральних почуттів суму, співчуття, жалю та втрати цієї людини, але й почуття захоплення цією людиною. Крім того, похвала в некролозі може сприяти задоволенню особистих та професійних потреб, якщо людина намагатиметься, у порівнянні із померлим, перевершити досягнення у житті та залишити відповідний слід у житті та вічну світлу пам’ять. Для того, щоб підтримати зацікавленність читача, мовець використовує прийом емоційного

заряду, який втілюється у використанні великої кількості риторичних фігур, які будуть проаналізовані нижче. Для активізації читачів інформація в некролозі надається поступово, від початку життя (кар'єри) до становлення як самостійної, відомої та успішної людини, а також використовується асоціативний метод повідомлення інформації, який спирається на систему уявлень та образів у світосприйманні читачів, що підтверджується використанням великої кількості метафор, наприклад: *It [Off the Wall] heralded his arrival as a major star; Thriller was the one that ... turned him into a phenomenon; MTV seized on the album's singles ... and played them to death; Jackson became a prisoner of his own celebrity) [342].*

Стратегія викладу матеріалу в некролозі є повідомлювальною (мовець сповіщає читача про події, які вплинули на життя і діяльність померлої людини); та наративною (мовець описує життя та творчість відомої людини). Типовими для некрологів комунікативними стратегіями є стратегія вихваляння, налаштування емоцій і стратегія позитивних стимуляцій. Стратегія вихваляння реалізується за допомогою тактики повідомлення похвальної інформації, яка висловлюється за допомогою порівняння (напр.: *“He was so energetic that at 5 years old he was like a leader,” brother Jackie once told Rolling Stone magazine. “We saw that. So we said, “Hey, Michael, you be the lead guy.” The audience ate it up”* [345]), лексичних (використання оцінювального прикметника та іменника, наприклад: *“Michael Jackson's unique blend of soul, funk and rock made him the biggest pop act in the world. Beyond this, his business acumen and intuitive understanding of the music market allowed him to showcase his remarkable talents”* [349]) та морфологічних засобів (вживання найвищого ступеня порівняння прикметників, наприклад: *“This translation of the Majjhima Nikaya is considered by scholars to be the most reliable source for the original teachings of the historical Buddha”* [352]). Стратегія вихваляння також реалізується комунікативними ходами посилення переконливості за допомогою цитування (наприклад, за допомогою лексичного засобу – оцінювального дієслова або прикметника:

“Michael was snapped rehearsing for his comeback concert, and photographer Kevin Mazur said: “When he hit the stage I was thrilled. The magical Michael was back” [353]) та припущення (наприклад, за допомогою лексичних засобів, зокрема, використанням прислівника, що висловлює невпевненість: “Despite loving the razzle-dazzle of performance – even his off-duty wardrobe, with its epauletted jackets, looked like stagewear – he was crushed by the pressure of maintaining a cherubic public persona. He probably would have been happiest working behind the scenes, in the mode of his collaborator and mentor, Quincy Jones, producer of the 50m-selling Thriller” [354]). Тактика налаштування емоцій адресата висловлюється морфологічними засобами (вживання прикметника найвищого ступеня порівняння), наприклад: “Jackson’s 1982 album Thriller sold 57 million copies, making it the biggest selling record of all time” [355]. Стратегія позитивних стимуляцій реалізується тактикою обіцянки (за допомогою морфологічних засобів - вживання граматичної форми майбутнього часу дієслова, наприклад: “Michael may be gone, but he certainly won’t be forgotten” [356]), та комунікативним ходом узагальнення, який реалізується за допомогою морфологічних засобів (використання прикметника у найвищому ступені порівняння та теперішнього завершеного часу дієслова), наприклад: “But Jackson’s impact on pop music, on video, on dance and on the nature of fame itself can’t be measured in mere records sold: He was, simply put, one of the most famous people who’ve ever lived on this planet. Period” [357].

Розглянемо структуру некрологу через призму використання лінгвістичних та риторичних засобів висловлювання лаудації (за допомогою яких мовець висловлює такі почуття, як захоплення, любов, відданість, величність) детально. Більшість некрологів розпочинається зі вступного слова, яке являє собою коротку характеристику відомої людини. Це є класичний вступ, який ґрунтовно, широко готує читачів до основного змісту. Вступна промова за допомогою риторичних засобів висловлювання похвали викликає інтерес до людини, життя якої описується. Той факт, що померла

людина була знаковою для держави, культури, суспільства в цілому, підтверджується використанням таких мовних засобів: метафори, перифрази, порівняння, гіперболи, антономазії, прозопопеї та антитези. Мовець повідомляє, як ставилося суспільство до видатної людини або що померла людина вважалась майстром своєї справи, “зіркою”, за допомогою метафори (наприклад, *“Times critic Robert Hilburn, who observed the performance live at the Pasadena Civic Auditorium, said the broadcast marked Jackson's “unofficial coronation as the King of Pop”* [356], *“Tommy Mottola, a former head of Sony Music, called Mr. Jackson “the cornerstone to the entire music business”* [357]) та антономазії (наприклад, *“For his legions of fans, he was the Peter Pan of pop music: the little boy who refused to grow up”* [358]). За допомогою метафори також хвалиться його/її вклад у культурний розвиток (наприклад: *“He bridged the gap between rhythm and blues and pop music and made it into a global culture...”* [332] (+ полісиндетон). Мовець хвалить вклад людини у розвиток суспільства також за допомогою прозопопеї (наприклад, *“Michael Jackson’s unique blend of soul, funk and rock made him the biggest pop act in the world”* [342], *“His music bridged races and ages and absolutely defined the video age”* [345]). Те, що померла людина була предметом захоплення, мовець висловлює шляхом вживання перифрази (наприклад, *“In that decade, he became the world's most popular entertainer thanks to a series of hit records -- “Beat It,” “Billie Jean”, “Thriller” -- and dazzling music videos”* [349], *“Mr. Jackson was an object of fascination for the news media since the Jackson 5’s first hit, “I Want You Back,” in 1969”* [352]) та гіперболи (наприклад, *“It seemed the perennial manchild would cease to exist if the applause ever stopped”* [353]). За допомогою риторичного порівняння (“*like a family member*”) та ступенів порівняння прикметників (“*the best*”) мовець порівнює померлу людину з іншими, тим саме підкреслюючи її перевагу, наприклад: *“Paris’ words revealed what no one else could say for her--that she considered Michael Jackson to be the best father anyone could imagine”* [354], *“Perhaps the best dancer of his generation, he created his own iconography: the single shiny glove, the Moonwalk,*

*the signature red jacket and the Neverland Ranch*” [355], “*He was like a family member to me*” [356]. Успішність людини хвалиться за допомогою антитези, наприклад: “*Michael Jackson sold records by the million – and broke records too*” [357]. Для того, щоб передати почуття горя, скорботи та жалю від втрати відомої людини, мовець використовує неозначені порівняння (наприклад: “*Words revealed what no one else could say*” [358]), гіперболу та метафору (наприклад: “*I’ve lost my little brother today, and part of my soul has gone with him*” [332]) та антиклімакс (наприклад: “*There were tears, loud wails, and quiet prayers as old neighbors joined hands with people who had driven in from Chicago and other nearby towns to pay their respects*” [342]).

Далі детально описуються етапи життя відомої людини: як формувалася її індивідуальність як зірки, що впливало на це, чи випадково чи ні вона стала відомою. Основний зміст некрологу починається, в основному, з розгляду подій, які впливали на формування індивідуальності, а саме: з опису дитинства, її сімейних стосунків та успіху. Якщо дитинство померлої людини було важким, це згадується. Наприклад, аналіз некрологів на смерть М. Джексона свідчить про те, що співак боявся свого батька, що висловлюється за допомогою лексики з семантикою страху (наприклад: “*Joseph Jackson ruled the family, by most accounts, with his fists and a bellowing rage. In a 2003 documentary by British journalist Martin Bashir, Jackson said his father often brandished a belt during rehearsals and hit his sons or shoved them into walls if they made a misstep. “We were terrified of him,” Jackson said*” [345]).

У деяких некрологах висвітлюються невдачі в житті відомої людини. Мовець використовує певні мовні засоби для вираження почуття жалю у тому, що талант може бути знехтуваний. Похвала у цьому випадку зустрічається дуже рідко, але лаудація при описі невдач може бути використана для висловлення похвали персональним якостям людини – стійкості та мужності. Мовець зазначає, що невдача не зламала людину, а, напевне, зробила її сильнішою, що викликає до неї більшу повагу; зробила прикладом для наслідування у скрутному становищі. Для вираження похвали

в цьому випадку використовуються такі мовні засоби: антитеза (наприклад: “*Conviction could have brought Mr. Jackson 20 years in prison. Instead, he walked away a free man to try to reclaim a career that at the time had already been in decline for years*” [349]) та повтор – анафора (наприклад: “*Instead, he walked away a free man to try to reclaim a career that at the time had already been in decline for years. After his trial, Mr. Jackson largely left the United States for Bahrain, the island nation in the Persian Gulf, where he was the guest of Sheik Abdullah, a son of the ruler of the country, King Hamad bin Isa al-Khalifa. Mr. Jackson would never return to live at his ranch. Instead he remained in Bahrain, Dubai and Ireland for the next several years, managing his increasingly unstable finances. He remained an avid shopper, however, and was spotted at shopping malls in the black robes and veils traditionally worn by Bahraini women*” [352]).

Завершують некрологи висловлювання сподівання, що померла відома людина залишиться назавжди у пам’яті людей. В цій частині відсутні приклади лаудації.

Дослідження встановило, що лаудація у некрологах – не лише похвала позитивному, але й похвала тому факту, що людина вийшла з скрутного становища (неприємності у особистому житті, зменшення популярності, фінансові труднощі тощо). Наприклад, в некрологах на смерть Майкла Джексона хвалиться сила характеру співака у той момент його життя, коли він переживав невдачі. Незважаючи на “чорну смугу” в особистому та творчому житті, співак не здався, а навпаки, готувався до так званого “третього акту” (“*the third act*”) свого успіху. У текстах некрологів ця інформація передається за допомогою емфатичних сполучників “*although, despite, though, even though, nevertheless, however*” (наприклад: “*Despite his high, childish voice, he quickly emerged as the main draw*” [352]); дієслів “*to recover, to remain, [the public never] abandoned [the star], to be cleared of, to be acquitted, to impact, try to reclaim [the career], to plot [his return]*” (наприклад: “*Despite his troubles, the press and the public never abandoned the star*” [353]).

З-поміж позитивних рис характеру мовець хвалить такі: працездатність, талант, успіх та кар'єрні досягнення. Так, працездатність хвалиться за допомогою порівняння, наприклад: *“As a boy [he] always wanted to be the best, and he was willing to work as hard as it took to be that. He was so energetic that at 5 years old he was like a leader”* [354]. Талант хвалиться шляхом використання метафори (наприклад: *“The group went onto become one of the singing phenomenon of the 70s”* [355]; *“Michael was well on his way to becoming a musical force to be reckoned with”* [356]; *“the Jackson 5 was an instant phenomenon”* [357]; *“music producer ... took Jackson’s raw talent and moulded it into an awesome new sound”* [358]), порівняння (наприклад: *“The group’s first four singles — “I Want You Back,” “ABC,” “The Love You Save” and “I’ll Be There” — all reached No. 1 on the pop charts in 1970, a feat no group had accomplished before”* [332], *“He displayed a degree of showmanship rare in a performer of any age”* [342] (що підтверджує те, що він був найкращим), *“He seemed lit from within. Michael took command of the group even as a chubby-cheeked kindergartner”* [345] (похвала підкреслює талановитість співака ще з дитинства), *“I remember my pockets being so full of money that I couldn’t keep my pants up”* [349]) та перифраза (наприклад: *“A series of solo hits, including Got To Be There, Rockin’ Robin and Ben - the maudlin, yet chart-topping, paean to a rat - had shown that the promise of early years had come to fruition”* [352]). Успішність відомої людини хвалиться шляхом використання порівняння (наприклад: *“As a solo performer, Michael Jackson ushered in the age of pop as a global product – not to mention an age of spectacle and pop culture celebrity [353]”, “He became more character than singer’, “ The video for the title track ... was an elaborate horror-movie pastiche that was more of a mini-movie than a promotional clip. It [the dance] felt like second nature”* [354]), прозопопеї (наприклад: *“The album spent two years on the Billboard album chart...It also won eight Grammy Awards”* [355]) та антономазії (наприклад: *“The Jackson phenomenon showed no sign of slowing down”* [356]). За допомогою оцінювальних прислівників, що виражають

якісну оцінку предметів і явищ, мовець хвалить те, як старанно працювала померла людина, наприклад: *“It is the place where the singer had been rehearsing rigorously in preparation for a series of concerts in London”* [357].

Описуючи життєвий та творчий шлях померлої людини, автори некрологів також використовують метафору (наприклад: *“He bridged the gap between rhythm and blues and pop music and made it into a global culture”* [358]; *“the images of Jackson [his videos] beamed around the world”* [332]) та яскраві епітети (наприклад: *“Mr. Jackson was responsible for a string of hits like “I Want You Back,” “I’ll Be There”, “Don’t Stop ‘Til You Get Enough” “Billie Jean” and “Black or White” that exploited his high voice, infectious energy and ear for irresistible hooks”* [342]). Досягнення відомої людини мовець хвалить за допомогою таких морфологічних засобів: найвищого ступеня порівняння прикметників (наприклад: *“According to Guinness World Records, Thriller remains the biggest-selling album of all-time, with some 52 million copies moved worldwide since its release on Dec. 1, 1982”* [345], *“Jay Cocks wrote in Time magazine that Jackson “just may be the most popular black singer ever”* [349], *“With five number one hits, including Man in the Mirror and Dirty Diana, the album also featured a 17-minute video, courtesy of Martin Scorsese, to promote the title track and a year-long world tour, at the time the largest-grossing in history”* [352]), теперішнього завершеного часу дієслова (наприклад: *“He has sold more than 750 million albums”* [354], *“He has always been a source of pride”* [355], *“Thriller, which has been certified 28 times platinum”* [356]), минулого завершеного часу дієслова, що також використовується для висловлення похвали не тільки досягненням, а й силі волі, великій працездатності, палкому бажанню приголомшливого повернення на сцену, наприклад: *“The group’s first four ... all reached No. 1 on the pop charts in 1970, a feat no group had accomplished before”* [357], *“A frail-looking Jackson had spent his last weeks in rehearsal for an ambitious comeback attempt and 50 already-sold-out shows at London’s O2 Arena”* [358]. Слід відзначити стилістичне вживання означеного артикля замість неозначеного (наприклад:

“Michael Jackson sold records by the million” [353]). Для того, щоб привернути увагу до об’єкта похвали, мовець використовує морфологічні та синтаксичні засоби. Такими є пасивний стан (наприклад: “*It is the place where the singer had been rehearsing rigorously in preparation for a series of concerts in London in which he was scheduled to perform as part of what was to be an unprecedented revival and promotion of his popularity*” [332]), речення з прикметниковими зворотами (наприклад: “*Having already experimented with video on Off The Wall, Jackson now took the new medium to new height*” [342]) та емпатичні конструкції (наприклад: “*Another unique feature of Michael Jackson's funeral is that it actually took place twice-- a “private” memorial service for close family and friends, and another for the adoring public*” [345], “*In fact, it would be hard to imagine the success of such '90s boy groups as Backstreet Boys and 'N Sync without Jackson's inspiration*” [349], “*They became the first group in pop history to have their first four singles topping music charts*” [352], “*In 1979 the fruits of their labour were realised when Michael's first solo album, Off The Wall, was the first album to have four top 10 US hits for one artist*” [353], “*Their first collaboration, Off The Wall, released in 1979, became the first album to provide four top ten US hits for an artist*” [354]).

Окремо слід відзначити мовні засоби для передачі горя від втрати, скорботи та жалю. Опис цих почуттів є непрямою лаудацією: якщо люди відчують горе від втрати, значить, втрачена людина дійсно була гідною. У такому випадку лаудація висловлюється за допомогою оцінювальної лексики: дієслів (наприклад: “*devastate*”), прикметників (наприклад, “*tragic, unexpected*”), наприклад: “*The music producer Quincy Jones said early this morning: “I am absolutely devastated at this tragic and unexpected news”*” [352], а також за допомогою морфологічних засобів: теперішнього продовженого часу дієслова (наприклад: “*One fan of the pop music star commented on how powerfully Jackson's 11 year old daughter, Paris, affected the ceremony in her eulogy. Seldom do adults encourage the deliverance of eulogies by children, especially if they are having a difficult time with the loss of a loved one*” [355]),

умовного способу (наприклад: “*I wish I’d never lived to see [this moment]*” [356]), найвищого ступеня порівняння прикметників (наприклад: “*It’s one of the greatest losses*” [357]).

Аналіз засобів висловлення похвали дозволяє стверджувати, що лаудація вказує не лише на певні події, а й на цінності суспільства. Наприклад, в американському некролозі хвалиться здатність померлої людини заробляти великі гроші (наприклад, “*I remember my pockets being so full of money that I couldn’t keep up my pants*” [358]). Таким чином, в американській культурі гроші рівноцінні успіху. Мовець фактично таким чином хвалить успішність співака. Іншим прикладом того, що лаудація вказує на цінності, є висловлення похвали процесу поховання. Це також важливо, бо найчастіше церемонія поховання вказує на ставлення до померлої особи. Досягненню цієї мети сприяє використання синтаксичних засобів – емфатичних конструкцій (наприклад: “*The element that made this type of homage unique is that some fans addressed Jackson personally in statements such as, “I will always love you Michael. Your music will live forever”*” [345]) та морфологічних засобів: “would” (наприклад: “*Happy and smiling, a performer getting back to his prime. That’s how someone would describe this picture*” [342]) та теперішнього завершеного часу дієслова (наприклад: “*The internet has made it possible for every admirer of his to not only offer their tribute, but also to have it hear and read by others*” [332]).

Лінгвістичний аналіз некрологів як жанру лаудативного дискурсу дозволяє зробити такі висновки. Некролог, метою якого є висловлення похвали померлій людині, є жанром лаудативного дискурсу. VIP-некрологи, на відміну від традиційних, публікуються на спеціально відведених сторінках газет і журналів та характеризуються великим обсягом, недотриманням традиційної структури та тематики. Серед синтаксичних засобів відзначається поширеність складних речень, речень з прикметниковими зворотами та, особливо, емфатичних конструкцій. Лаудація також висловлюється і морфологічними засобами, а саме: використанням пасивного

стану для привернення уваги до об'єкта похвали, вживанням найвищого ступеня порівняння прикметників, означеного артикля та теперішнього та минулого завершеного часів дієслова. До основних риторичних засобів висловлювання лаудації у некролозі належать: метафора, порівняння, епітет, антономазія, перифраза, гіпербола, прозопопея, антиклімакс і повтор (анафора). Засоби висловлювання похвали допомагають спростувати сумніви щодо важливості померлої людини для суспільства, а тому лаудація є засобом аргументації: у такий спосіб мовець переконує адресата в тому, що смерть людини – це велика втрата для суспільства. Мовець хвалить внесок померлої людини у розвиток суспільства (за допомогою метафори та прозопопеї), її успішність (за допомогою антитези, порівняння, прозопопеї та антономазії), талант (за допомогою метафори, порівняння та перифрази) та досягнення (за допомогою супенів порівняння прикметників, означеного артикля, теперішнього та минулого завершеного часів дієслова). За допомогою порівняння мовець підкреслює перевагу померлої людини над іншими, а вживання перифрази та гіперболи вказує на те, що померла людина була предметом захоплення. Згадування невдач є імпліцитною похвалою, оскільки хвалиться те, яким чином об'єкт похвали вийшов з скрутного становища. Для цього мовець використовує антитезу та повтор (анафору).

### **Висновки до третього розділу**

Лаудація характерна для таких комунікативних сфер: академічна, рекламна, святкова, релігійна, сфера ЗМК тощо. За єдністю комунікативної мети жанрами лаудативного дискурсу є похвальна академічна рекомендація, видавнича анотація рекламного характеру, ювілейна промова, панегірик і некролог.

У похвальній академічній рецензії хваляться академічні і особисті якості людини, якій надається рекомендація. Мовець зазначає, якщо її поважають та відзначають її академічні успіхи інші викладачі та студенти/

учні. Хваляться різнобічні інтереси, прагнення до навчання, успішне та вчасне виконання завдань, здатність виконувати декілька завдань одночасно та здатність поєднувати навчання та працю, креативний підхід, організаторські та лідерські якості. З-поміж особистих якостей, що хваляться, - скромність, розумність, надійність, прагнення допомогти іншим. При висловленні похвали в академічних рекомендаціях мовець використовує лексичні (оцінювальні іменники, прислівники та дієслова), морфологічні (ступені порівняння прикметників та вживання граматичних часів дієслова - теперішнього неозначеного та теперішнього завершеного), синтаксичні (емфатичні конструкції та складно-підрядні речення поступки) та риторичні (метафора, епітети, повтори, прозопопея та порівняння) мовні засоби та стилістичний засіб переліку.

У видавничій анотації рекламного характеру хвалиться унікальність, незвичайність, гумористичність книги, її здатність захопити, змусити читача затамувати подих, яскрава мова та стиль, якою написана книга, за допомогою лексичних (піднесені книжні іменники та прикметники) та риторичних (метафора, порівняння, епітети, перебільшення) засобів.

У ювілейних промовах хваляться професійні та особисті якості. З-поміж професійних якостей хваляться такі: професійний внесок (за допомогою теперішнього завершеного часу дієслова, метафори, порівняння, перифрази), талановитість (за допомогою повторів, епітетів, оцінювальних прислівників), лідерські якості (за допомогою епітетів), бажання бути корисним (за допомогою епітетів). Серед особистих якостей, що хваляться, слід відзначити такі: чесність і порядність (за допомогою оцінювальних прислівників, епітетів), сила характеру (за допомогою протиставлення), бажання допомогти у скрутному становищі (за допомогою протиставлення, метафори), веселий норов (за допомогою метафори), почуття гумору (за допомогою оцінювальних дієслів, епітетів), дружелюбність (за допомогою оцінювальних дієслів, епітетів, перифрази), любов до життя (за допомогою епітетів, метафори). Позитивний вплив ювіляра на інших хвалиться за

допомогою епітетів, метафори, перебільшення, прозопопеї, ступенів порівняння прикметників.

У панегіриках для похвали професійним якостям використовуються риторичні (епітети, прозопопея, заперечення, метафора, протиставлення, повтор, інверсія) та стилістичний засіб переліку, що роблять мовлення образнішим. При вираженні лаудації особистим якостям (роль, яку померла людина відіграла в житті інших, чи була вона прикладом для наслідування, чи надихала інших, чи була гарним другом, доброта та скромність, зовнішність, сила характеру, батьківські якості людини) вживаються епітет, протиставлення, метафора, порівняння, парцельовані конструкції, повтори, еліптичні речення та емфатичні конструкції. У панегіриках простежується вплив соціального чинника на засоби вираження та об'єкт лаудації, який полягає у ступені емоційності (чим вище соціальний статус об'єкта похвали, тим емоційнішим є мова панегірика) та предметі похвали (чим нижче соціальний статус об'єкту похвали, тим більше хваляться особисті якості, аніж професійні).

У некрологах похвала висловлюється тому внеску, який померла людина зробила у розвиток суспільства (за допомогою метафори та прозопопеї), її успішність (за допомогою антитези, порівняння, прозопопеї та антономазії), талановитості (за допомогою метафори, порівняння та перифрази) та досягненням (за допомогою ступенів порівняння прикметників, означеного артикля, теперішнього та минулого завершеного часів дієслова). Для того, щоб привернути увагу до об'єкта похвали, мовець використовує пасивний стан дієслова та емфатичні конструкції. За допомогою порівняння мовець підкреслює перевагу померлої людини над іншими, а вживання перифрази та гіперболи вказує на те, що померла людина була предметом захоплення. Згадування невдач є імпліцитною похвалою, оскільки у цьому випадку хвалиться те, яким чином об'єкт похвали вийшов зі скрутного становища. Така похвала висловлюється за допомогою антитези та повторів (анафори).

Результати аналізу особливостей вираження лаудації в різних жанрах знайшли відображення у статтях “Лінгвістичні особливості VIP-некрологу як жанру лаудативного дискурсу (на матеріалі англійської мови)” [158], “Риторичні засоби вираження лаудації в англомовному некролозі” [162], “Мовні засоби вираження лаудації у видавничих рекламних оголошеннях (на матеріалі англійської мови)” [160] та “Лінгвістичні особливості лаудації в англомовних панегіриках” [157].

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Лаудативний дискурс формується під впливом мовних та позамовних чинників та визначається як складний усний або письмовий комунікативний процес, іллокутивною метою учасників якого є висловлення похвали. Мовленнєвий акт лаудації відбувається як в офіційній, так і неофіційній обстановці для надання позитивної оцінки об'єкту похвали, яка виражається за допомогою як мовних, так і позамовних засобів. Комунікативна мета мовця полягає у висловленні похвали об'єкту, яка б спонукала реципієнта до певних дій та викликала б в адресатові певні емоції. Лаудація класифікується як офіційна/ неофіційна, щира/ нещира, суб'єктивна/ об'єктивна, ритуальна/ повсякденна, спонтанна/ підготовлена, імпліцитна/ експліцитна, пряма/ непряма.

Типовими для англомовних лінгвокультур жанрами лаудативного дискурсу є персональне оголошення на сайті знайомств, промова почесного свідка нареченого на весіллі, видавнича анотація рекламного характеру, похвальна рецензія на книгу або фільм, ювілейна промова, похвальна академічна рекомендація, надгробне слово та некролог.

Стратегії лаудативного дискурсу (самопрезентації/ презентації, похвали, ввічливості, рекламна, дискредитації, створення “кола своїх”) визначаються як інформаційно-аргументативні, експресивно-апелятивні та контрольні-оцінювальні та включають такі тактики: самопрезентації, похвали, компліменту, похвального повідомлення, обіцянки, оцінки, самопохвали, формування емоційного настрою, встановлення загального тону, тактику позитивного позиціонування та використання колишніх заслуг, “створення образу героя” та інші, які реалізуються за допомогою лексичних, морфологічних, синтаксичних і риторичних засобів.

Лінгвокультурні особливості лаудативного дискурсу проявляються через використання реалій, притаманних англомовним культурам, об'єкт похвали та аховні засоби вираження лаудації. Вплив соціальних чинників

(вік, стать, соціальний статус, культурна та професійна належність мовця тощо) варіюють залежно від жанру лаудативного дискурсу.

Вплив гендерного чинника виявляється у тому, що чоловіки хвалять свої риси характеру, у той час як жінки хвалять зовнішність. Відмінними мовними засобами є такі: для чоловіків – еліптичні речення, іронія, перебільшення, метафора, літота, протиставлення; для жінок – прості речення, поширені інфінітивними конструкціями, анафора, порівняння, метонімія.

Соціальний чинник (під яким розуміємо професійний або непрофесійний статус мовця – у похвальних рецензіях на книги, а також соціальний статус об'єкта похвали – у панегіриках та некрологах) впливає на об'єкт похвали та вибір мовних засобів при висловленні лаудації таким чином. Мова експертів та мова похвали людям з вищим соціальним статусом є офіційною, граматично правильною з використанням морфологічних (ступені порівняння прикметників, теперішній завершений час дієслова, пасивний стан дієслова), синтаксичних (відокремлення) та риторичних (антономазія, прозопопея, гіпербола, антиклімакс, повтор, протиставлення, інверсія) засобів висловлення похвали та стилістичного засобу переліку. Мова непрофесійних рецензентів і мова похвали пересічним людям насичена синтаксичними засобами (окличні речення та речення з емпатичними конструкціями) та риторичними (епітети, порівняння, прозопопея, метафора, протиставлення, перифраза, анафора, градація, еліпс), які роблять мову образнішою та яскравішою. В людях з вищим соціальним статусом хвалять успішність, талант, досягнення, внесок у розвиток суспільства, професійні якості, доброту, скромність, роль, яку людина відігравала в житті інших, той факт, що людина є прикладом для наслідування. В людях з нижчим соціальним статусом хвалять особисті якості людини (зовнішність, батьківські якості, сила характеру тощо) або якісні характеристики об'єкту похвали.

Вплив вікового чинника на об'єкт лаудації полягає у виловленні похвали тієї цінності, яка є актуальною для певного віку, незвичному для певного віку заняттю, активному способу життю. Мовні засоби висловлення похвали в залежності від віку характеризуються відмінним ступенем емоційності. Чим доросліша людина, яку хвалять, тим частіше мовець вживає граматично правильну мову із використанням експресивної лексики (іменників, прикметників, прислівників). Якщо похвала націлена на молодшу за віком людину, то мова є образнішою та яскравішою, що підтверджує використання відповідних морфологічних засобів (інфінітивні конструкції, модальні засоби), риторичних (епітет, метафора, порівняння, антономазія, перебільшення, градація, повтор та протиставлення) та синтаксичних (емфатичні конструкції).

Вплив культурного чинника (під яким розуміємо належність до британської або американської лінгвокультури) проявляється у тому, що американці хвалять особисті якості (за допомогою вживання означеного артикля, ступенів порівняння прикметників, теперішнього та минулого завершеного часів дієслова, епітетів, метафори, іронії, порівняння), у той час як британці хвалять зовнішність (за допомогою епітетів).

Згадування невдач при висловленні похвали є імпліцитною похвалою. Мовець, використовуючи антитезу та повтор (анафору), хвалить те, яким чином об'єкт похвали вийшов з скрутного становища. Така похвала є типовою для персональних оголошень на сайтах знайомств, промови почесного свідка нареченого на весіллі, похвальної академічної рекомендації і некролога.

Лаудація є засобом аргументації, за допомогою якого мовець переконує адресата в правдивості тих речей, що хваляться.

Лаудація людині полягає у похвалі професійним та особистим якостям. Професійні якості (успіхи у навчанні, різнобічні інтереси, успішне та вчасне виконання завдань, здатність виконувати декілька завдань одночасно та зумісництво навчання та праці, креативний підхід, організаторські та

лідерські якості, талановитість, бажання бути корисним суспільству, слугування прикладом для наслідування, вклад померлої людини у розвиток суспільства, її досягнення, те, що померла людина була предметом захоплення) хваляться за допомогою оцінювальних іменників, прислівників, дієслів, ступенів порівняння прикметників, теперішнього неозначеного та теперішнього завершеного часів дієслова, емпатичних конструкцій, повторів, складно-підрядних речень поступки, метафори, прозопопеї, епітетів, порівняння, перифрази, інверсії, заперечення, протиставлення і стилістичного засобу переліку. Особисті якості (зовнішність, сила характеру, батьківські якості, скромність, розум, надійність, чесність та порядність, веселий норов, почуття гумору, дружелюбність, любов до життя, позитивний вплив на інших людей) хваляться за допомогою оцінювальних прислівників, дієслів, ступенів порівняння прикметників, означеного артикля, епітетів, протиставлення, порівняння, парцельованих конструкцій, повторів, метафори, перифрази, перебільшення, прозопопеї, еліпсу та емпатичних конструкцій, антономазії, гіперболи, антиклімаксу. За допомогою використання пасивного стану мовець привертає увагу до об'єкту похвали.

Напрямами подальших досліджень лаудативного дискурсу можуть бути: порівняльний аналіз комунікативних стратегій і тактик окремих лаудативних жанрів, вивчення жанрів лаудативного дискурсу в порівняльному та діяхронічному аспектах, дослідження невербальних засобів лаудації.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. *Абрамович С. Д.* Риторика загальна та судова: Навч. посіб. / С. Д. Абрамович, В. В. Молдован, М. Ю. Чикарькова — К. : Юрінком Інтер, 2002. - 416 с.
2. *Аверинцев С.С.* Риторика и истоки европейской литературной традиции / С. С. Аверинцев. - М. : Флинта, 1996. – 362 с.
3. *Аверинцев С. С.* Жанр как абстракция и жанры как реальность: диалектика замкнутости и разомкнутости / С. С. Аверинцев // Риторика и истоки европейской литературной традиции. – М. : Флинта, 1996. – С. 191-219.
4. *Азнаурова Э. С.* Прагматика текстов различных функциональных стилей / Э. С. Азнаурова // Общественно-политический и научный текст как предмет обучения иностранным языкам. - М. : Наука, 1987. - 200 с.
5. *Александрова О. В.* Проблемы экспрессивного синтаксиса: На материале английского языка / О. В. Александрова. – М. : Высшая школа, 1984. – 216 с.
6. *Андреева Г. М.* Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений [Электроний ресурс] / Г. М. Андреева. — 5-е изд., испр. и доп. — М.: Аспект Пресс, 2007. — 363 с. - ISBN 978-5-7567-0274-3. - Режим доступа: <http://psylib.org.ua/books/andrg01/index.htm>. - Назва з екрану.
7. *Анисимова Т. А.* Типология жанров деловой речи (риторический аспект) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Т. А. Анисимова. – Краснодар, 2000. – 41 с.
8. *Апресян В. Ю.* Метафора в семантическом представлении эмоций / В. Ю. Апресян, Ю. Д. Апресян // Вопросы языкознания. – 1993. - № 3. – С. 27-35.
9. *Аристотель* 1984 / Аристотель. – Собрание сочинений в 4-х томах. – М., 1975-1984. – Т. 3. - С. 360.
10. *Арнольд И. В.* Лексикология современного английского языка / И. В. Арнольд. – М. : Высшая школа, 1986. – 464 с.

11. *Арнольд И. В.* Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов / И. В. Арнольд. – М. : Флинта : Наука, 2002. – 4-е изд., испр. и доп. – 384 с.
12. *Арутюнова Н. Д.* Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы / Н. Д. Арутюнова. — 3-е изд., стер.. — М. : Едиториал УРСС, 2003. — 383 с.; 22 см. — (Лингвистическое наследие XX века). — Предм. указ.: с. 379—381.
13. *Арутюнова Н. Д.* Фактор адресата / Нина Давидовна Арутюнова // Изв. АН СССР. Сер. Лит. и яз. - 1981. - Т. 40. - № 4.- С. 356 - 357.
14. *Арутюнова Н. Д.* Язык и мир человека / Нина Давидовна Арутюнова. — М. : Языки русской культуры, 1998. — 896 с.
15. *Балли Ш.* Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. - М. : Изд-во иностранной литературы, 1955. - 416 с.
16. *Баранов А. Н.* Введение в прикладную лингвистику: учеб. пособие / А. Н. Баранов. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
17. *Баранов А. Н.* Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание / А. Н. Баранов, П. Б. Паршин // Роль языка в средствах массовой информации. – М., 1986. – С. 100 - 142.
18. *Бахтин М. М.* К эстетике слова / М. М. Бахтин. - М. : Наука, 1974. - С. 539.
19. *Бахтин М. М.* Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Бахтин М.М. Собр. соч. – М. : Русские словари, 1996. – Т. 5: Работы 1940-1960 гг. – С. 159-206.
20. *Бацевич Ф. С.* Основы комунікативної лінгвістики: Підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : Видавничий центр “Академія”, 2004. – 344 с.
21. *Белл Т. Роджер.* Социолінгвістика / Т. Роджер Белл // Цели, методы и проблемы / Под ред. А. Д. Швейцера. - М. : Международные отн., 1980. – 318 с.

22. *Белова А. Д.* Лингвистические аспекты аргументации : монографія / А. Д. Белова; [отв. ред. А. И. Чередниченко] – [2-е изд., перераб и доп.] – Киев : Логос, 2003. – 304 с.
23. *Белова А. Д.* Поняття “стиль”, “жанр”, “дискурс”, “текст” у сучасній лінгвістиці / Алла Дмитрівна Белова // Вісник. Іноземна філологія. – Вип. 32-33. – 2002. – С. 11 - 14.
24. *Белова А. Д.* Стратегия соблазнения в современной рекламе роскошных товаров (на материале виртуальной рекламы) / Алла Дмитриевна Белова //Лінгвістика ХХІ століття: Нові дослідження і перспективи. – К. : Логос, 2007. – С. 56 - 67.
25. *Бенвенист Э.* Общая лингвистика / Эмиль Бенвенист / Под ред. Ю. С. Степанова. – М. : Прогресс, 1974. – 446 с.
26. *Берн Ш.* Гендерная психология / Ш. Берн. – СПб. : ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2002. — 320 с.
27. *Бессонова Л.Е.* Коммуникативные аспекты политического дискурса / Л. Е. Бессонова // Ученые записки ТНУ им. В.И.Вернадского. Т. 16 (55). - № 1: Филологические науки. - Симферополь, 2004. - С. 22-27.
28. *Бігарі А. А.* Дискурс сучасної англомовної сім'ї: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 [Електронний ресурс] / А.А. Бігарі; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. — К., 2006. — 21 с. — укр. Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/ard/2002/02byoahp.zip>. - Назва з екрану.
29. *Бігунова Н.О.* Рівнева структура мовленнєвих актів похвали і схвалення [Електронний ресурс] / Н. О. Бігунова // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2007. - № 32. – С. 117-119. – Режим доступу до статті: <http://eprints.zu.edu.ua/1564/>. - Назва з екрану.
30. *Біскуб І.П.* Лінгвістична категоризація і моделювання знань в англомовному дискурсі програмного забезпечення : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04 / Біскуб І.П. ; КНУТШ. – Київ, 2011. – 565 л. – Бібліогр.: л. 507-565.

31. *Богачевська І. В.* Релігійний дискурс і релігійний ритуал [Електроний ресурс] / І. В. Богачевська // Мультиверсум. Філософський альманах. - К. : Центр духовної культури, 2006. - № 54. – Режим доступу: [http://www.filosof.com.ua/Jornel/M\\_54/Bohachevska.htm](http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_54/Bohachevska.htm). - Назва з екрану.
32. *Богданович Г. Ю.* Лингвокультурная ситуация и некоторые методы ее описания / Г. Ю. Богданович // Ученые записки Т. Н. У. им. В. И. Вернадского. - Т.15 (54)№1: филологические науки. – Симферополь, 2004. – С. 235-245.
33. *Борботько В.Г.* Принципы формирования дискурса: От психолингвистики к лингвосинергетике / В. Г. Борботько. - М. : КомКнига, 2006. – 288 с.
34. *Булыгина Т. В.* Оценочные речевые акты извне и изнутри / Т. В. Булыгина, А. Д. Шмельов // Логический анализ языка. Язык речевых действий. – М. : Наука, 1994. – С. 49-59.
35. *Булыгина Т. В.* Языковая концептуализация мира / Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев. – М. : Шк. “Языки русской культуры”, 2003. – 576 с.
36. *Бурейчак Т. С.* Конструювання гендерних ідентичностей в дискурсах реклами : дис... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Тетяна Сергіївна Бурейчак // Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. — Л., 2006. — 287арк. : табл. — Бібліогр.: арк. 195-212.
37. *Быкова О. Н.* Языковое манипулирование: Материалы к энциклопедическому словарю “Культура русской речи” / О. Н. Быкова // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: Вестн. Российской риторической ассоциации. - Вып. 1(8). – Красноярск-Ачинск, 1999. - С. 91 – 103.
38. *Вежбицка А.* Понимание культур через посредство ключевых слов / А. Вежбицка. – М. : Языки славянской культуры, 2001. - 288 с.
39. *Вежбицка А.* Речевые акты / А. Вежбицка // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. – М. : Прогресс, 2007. – С. 251-275.

40. *Вежбицка А.* Речевые жанры (в свете теории элементарных смысловых единиц) / А. Вежбицка // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. – М., 2007. – С. 68-80.
41. *Вежбицка А.* Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики : пер. с англ. / Анна Вежбицкая ; Под общ.рук. А.Д. Шмелева. – Москва : Языки русской культуры, 2001. – 272 с. – (Язык. Семиотика. Культура . Малая серия) . - Библиогр.:с.269-272 . – На рус. яз. - ISBN 5-7859-0190-0.
42. *Вежбицка А.* Язык. Культура. Познание / А. Вежбицка. – М. : Рус.словари, 1997. – 411 с. – С. 77-79.
43. *Верещагин Е. М.* В поисках новых путей развития лингвострановедения: концепция речеповеденческих тактик / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. - М., 1999. – 84 с.
44. *Виноградов В.В.* История русских лингвистических учений: Учеб. пособие для филол. специальностей ун-тов / В. В. Виноградов // Сост. Ю. А. Бельчиков; Предисл. Ю. В. Рождественского. — М. : Высш. школа, 1978. — 367 [356] с.
45. *Винокур Т.Г.* Закономерности стилистического использования языковых единиц / Т. Г. Винокур. - М. : Наука, 1980. - 238 с.
46. *Вит Н.* Стимулирование коммуникативных тактик уклонения и противодействия в телеинтервью [Электроний ресурс] / Надежда Вит, Марина Харитоновна. – 2004. – С. 29-39. – Режим доступа: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/doksa/2004\\_6/29-39.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/doksa/2004_6/29-39.pdf). - Назва з екрану.
47. *Витгенштейн Л.* Философские исследования / Л. Витгенштейн // Хрестоматия по философии. – Часть I. Пер. с нем. / Составл., вступ. статья, примеч. М. С. Козловой. Перевод М. С. Козловой и Ю. А. Асеева. - М. : Издательство “Гнозис”, 1994. — 612 с.
48. *Водак Р.* Язык. Дискурс. Политика / Р. Водак. – Волгоград: Перемена, 1997. – 139 с.

49. *Вольф Е. М.* Оценочное значение в соотношении признаков “хорошо/плохо” / Е. М. Вольф // *Вопр. языкознания.* - 1986. - № 5. - С. 98-106.
50. *Вольф Е. М.* Метафора и оценка / Е. М. Вольф // *Метафора в языке и тексте.* - М. : Наука, 1988. - С. 52-65.
51. *Вольф Е. М.* Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – М., 1985. – 280 с.
52. *Воркачев С. Г.* Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании / С. Г. Воркачев // *Филологические науки* – 2001. - № 1. - С. 64-72.
53. *Воробьева О. П.* Реализация фактора адресата в аспекте лингвокультурной традиции / О. П. Воробьева // *Филологические науки.* – 1992. – № 1. – С. 59-66.
54. *Воробьева О. П.* Текстовые категории и фактор адресата / О. П. Воробьева. - К. : Вища шк., 1993. – 200 с.
55. *Вострова С. В.* Лінгвокогнітивні та комунікативно-прагматичні особливості сучасного англomовного медичного дискурсу (на матеріалі медичних текстів з проблематики ВІЛ/ СНІДу) : автореф. дис. ... канд. філолог. наук: 10.02.04 / Вострова С.В.; КНУТШ. – Київ, 2003. – 20 с. – Бібліогр.: 5 назв.
56. *Гальперин И. Р.* Очерки по стилистике английского языка / И. Р. Гальперин. – М. : Издательство литературы на иностранных языках, 1958 г. - 462 с.
57. *Гальперин И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : Изд-во литер. на иност. языках, 1958. – 459 с.
58. *Гловинская М. Я.* Русские речевые акты со значением ментального действия / М. Я. Гловинская // *Логический анализ языка: ментальные действия.* - М. : Наука, 1993. - С. 82-88.
59. *Головня А. В.* Лінгвокультурний простір художньої прози Редьярда Кіплінга: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / А. В. Головня

- [Електронний ресурс] / А.В. Головня; Донец. нац. ун-т. — Донецьк, 2008. — 19 с. — укр. - Назва з екрану.
60. Гольдин В. Е. Имена речевых событий, поступков и жанры русской речи / В. Е. Гольдин // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С. 23-33.
61. Гулак Т.В. Оценочная составляющая политического дискурса как одно из средств убеждения адресата / Т. В. Гулак // Вісник Харківського університету. – 2001. – № 520: Філологія.– Вип. 33. – С. 261-267.
62. Гумбольдт, Вильгельм фон. О различии строения человеческих языков / Вильгельм фон Гумбольдт // Избранные труды по языкознанию. – М., 1984. – С. 37-297.
63. Гумовська І. М. Англійська юридична термінологія в юридичних текстах: генезис, дериваційні та семантико-функціональні аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10. 02. 04 / І. М. Гумовська ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. - Л., 2000. – 19 с.
64. Гусева О. О. Нарис у співвідношенні з провідними жанрами російської оповідної прози кінця ХХ – початку ХХ століть : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук : спец. 10.01.02 – російська література / О.О. Гусева ; Тавр. нац. ун-т ім. В.І. Вернадського. – Сімферополь, 2002. – 17 с.
65. Даньшина Е.В. Стратегии и тактики американского предвыборного дискурса [Електронний ресурс] / Е. В. Даньшина // Вісник СумДУ. Серія Філологія. - № 1'2007. Том 2. - С. 24-28. – Режим доступа: [http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2007/1\(102\\_2\)/5\\_Danshina.pdf](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2007/1(102_2)/5_Danshina.pdf). - Назва з екрану.
66. Дейк Т. А. ван. Стратегии понимания связного текста / Т.А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1988. - Вып. 23: Когнитивные аспекты языка. – С. 153-212.
67. Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация: Сб. работ / Тойн А. ван Дейк; сост. В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1989. – 310[2] с.

68. *Дементьев В.В.* Изучение речевых жанров. Обзор работ в современной русистике / В. В. Дементьев // Вопросы языкознания. – 1997. – № 1. – С. 109–121.
69. *Демьянков В. З.* “Теория речевых актов” в контексте современной лингвистической литературы (Обзор направлений) [Электронный ресурс] / В. З. Демьянков. - М. : Знак, 2010. — 600 с. (Коммуникативные стратегии культуры). – Режим доступа: <http://www.infolex.ru/P036.html>. - Назва з екрану.
70. *Дридзе Т. М.* Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации / Т. М. Дридзе. - М., 1984. - 272 с.
71. *Дудолодова О. В.* Динаміка мовної репрезентації гендера в англійському публіцистичному дискурсі (друга половина ХХ ст. – початок ХХІ ст). – Рукопис : дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.04 – германські мови / О. В. Дудолодова. – Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Харків, 2003. – 199 с.
72. *Дьомкіна О. В.* Прагмалінгвістичні особливості мовлення суддів Верховного Суду США : дис...канд.. філол.. наук : 10.02.04 / Олена Володимирівна Дьомкіна. – К., 2010. – 299 с.
73. *Евдокимова О. Н.* Языковые и стилистические особенности траурных речевых жанров [Электронный ресурс] / О. Н. Евдокимова. – Дисс... канд. филол. наук. 10.02.04. – Курск, 2010. – 171 с. - Режим доступа: <http://search.rsl.ru/ru/catalog/record/4873322>. – Назва з екрану.
74. *Єфименко В. А.* Дискурсивна характеристика потоку свідомості в англійській мові : автореф... канд. філол. наук: 10.02.04 / Єфименко Вікторія Антонівна; КУ ім. Т.Шевченка. – К., 1997. – 16 л.
75. *Жуковець Г. Л.* Лінгвориторичні особливості сучасного лейбористського дискурсу Великої Британії: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 [Електронний ресурс] / Г.Л. Жуковець; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. —

- К., 2002. — 21 с. — укр. — Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/ard/2004/04miipvj.zip>. - Назва з екрану.
76. *Задоріжна Н.І.* Просодичні маркери гендерної варіативності мовлення (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі англомовного дискурсу радіореклами) : автореф. дис. ... канд. філологічн. наук. : спец. 10.02.04 - германські мови / Задоріжна Н. І. ; КНУТШ. – Київ, 2009. – 20 с. – Бібліогр. : 4 назв.
77. *Зацний Ю. А.* “VIP-неологізми” англійської мови ХХІ століття [Електронний ресурс] / Ю. А. Зацний. – 2006. - Режим доступу до статті.: [eprints.zu.edu.ua/1047/1/06zyuams.pdf](http://eprints.zu.edu.ua/1047/1/06zyuams.pdf). - Назва з екрану.
78. *Звегинцев В. А.* О цельнооформленности единиц текста / В. А. Звегинцев // Известия АН СССР. Серия ЛЯ. – Т. 39, 1980. – № 1.- С. 13-21.
79. *Звегинцев В. А.* Теоретическая и прикладная лингвистика / В. А. Звегинцев. – М. : Просвещение, 1967. – 336 с.
80. *Земская Е.А.* Русская разговорная речь / Е. А. Земская, М. В. Китайгородская, Е. Н. Ширяев. - Учебное пособие. – Четвертое издание, переработанное и дополненное. – М. : Флинта, Наука, 2011. – 240 с.
81. *Зернецкий П. В.* Единицы речевой деятельности в диалогическом дискурсе / П. В. Зернецкий // Языковое общение: Единицы и регулятивы. Межвуз. сб. науч. трудов. – Калинин : Калининск. гос. ун-т, 1987. – С. 89–95.
82. *Зирка В. В.* Манипулятивные игры в рекламе : лингвистический аспект / В. В. Зирка. - 2-е изд., испр. - М. : URSS : Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2010. - 253 с.
83. *Золотова Г. А.* Коммуникативная грамматика русского языка / Г. А. Золотова, А. К. Онипенко, М. Ю. Сидорова. - М. : Филолог. ф-т МГУ, 1998. – 528 с.
84. *Иванова Е. В.* К проблеме исследования экологического дискурса / Е. В. Иванова // Политическая лингвистика. – Вып. 3 (23). – Екатеринбург, 2007. – С. 134-138.

85. *Ивин А. А.* Основы социальной философии: Учеб. пособие для вузов / А. А. Ивин. – М. : Высш. шк., 2005. – 440 с.: ил.
86. *Ивин А. А.* Риторика: искусство убеждать : [учебное пособие] / Александр Архипович Ивин. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2002. — 304 с.
87. *Ильин И. П.* Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм / И. П. Ильин. – М. : Интрада, 1996. – 254 с.
88. *Ильченко О. М.* Етикет англомовного наукового дискурсу: [монографія] / О. М. Ильченко. – К. : ІВЦ Політехніка, 2002. – 288 с.
89. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / Оксана Сергеевна Иссерс. – Изд. 5-е. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
90. *Ишмуратов А. Т.* Логико-когнитивный анализ онтологии дискурса / А. Т. Ишмуратов / Рациональность и семиотика дискурса. Сб. трудов // АНУ Институт Ф-и. - К. : Наук. Думка, 1994. - 252 с.
91. *Калищук Д. М.* Лінгвокультурні особливості перекладу політичного дискурсу / Д. М. Калищук [Електроний ресурс] // “Вісник СумДУ”. - № 11(95). – 2006. – Т. 1. – С. 153-159. - Режим доступу - [visnyk.sumdu.edu.ua/archiv/2006/11\(95\)1/29](http://visnyk.sumdu.edu.ua/archiv/2006/11(95)1/29). – Назва з екрану.
92. *Карасик В.И.* Культурные доминанты в языке / В. И. Карасик // Языковая личность: культурные концепты. - Волгоград - Архангельск, 1996. - С. 4.
93. *Карасик В. И.* О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс // Сб. научных трудов. - Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5-20.
94. *Карасик В. И.* Оценочная мотивировка, статус лица и словарная личность / В. И. Карасик // Филология - Philologica. -1994. - № 3. - С. 2-7.
95. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2004. – 390 с.
96. *Карасик В. И.* Язык социального статуса / В. И. Карасик – М. : Гнозис, 2002. – 330 с.

97. *Караулов Ю. Н.* Структура лексикосемантического поля / Ю.Н. Караулов // Филологические науки. – 1972. – № 1. – С. 57-68.
98. *Кибрик А. А.* Дискурс [Электронный ресурс] / Андрей Александрович Кибрик, Павел Паршин. – Режим доступа: [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/DISKURS.html](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/DISKURS.html). – Назва з екрану.
99. *Кибрик А. А.* Жанры и типы дискурса [Электронный ресурс] / Андрей Александрович Кибрик. – 2008. – Режим доступа к статье: <http://www.philol.msu.ru/~otipl/new/main/courses/discourse/New/2008-vesna/8-genres.ppt>. – Назва з екрану.
100. *Кибрик А. А.* Функционализм / А. А. Кибрик, В. А. Плуноян // Сб.: Фундаментальные направления современной американской лингвистики // Под ред. А.А.Кибрика, И.М.Кобозевой и И.А.Секериной. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 480 с.
101. *Кияк Т. Р.* Лингвистические аспекты терминоведения: Учеб. пособие / Т. Р. Кияк. – Киев, 1989. – 103 с.
102. *Клочко Л. И.* Высказывания похвалы в коммуникативно-деятельностной парадигме общения (на материале англ. яз.): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. / Л. И. Клочко. – Сумы, 2003. – 193 с.
103. *Кожина М. Н.* Речевой жанр и речевой акт (некоторые аспекты проблемы) / М. Н. Кожина // Жанры речи : сб. науч. ст. – Саратов, 1999. – С. 55–65.
104. *Коллекция афоризмов* [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.modnaya.ru/library/003/111.htm>. – Назва з екрану.
105. *Колток Л. Б.* Педагогічний дискурс як засіб інтенсифікації навчально-виховного процесу в сучасній вищій школі: автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.04 / Л.Б. Колток; Нац. пед. ун-т ім. М.П.Драгоманова. — К., 2009. — 22 с. — укр.
106. *Конова И. А.* Речевые акты похвалы и порицания / И. А. Конова // Германистика. – СПб., 1992. – С. 52-58.

107. *Корольов І. Р.* Комунікативна ситуація "виправдання": функціонально-прагматичний та лінгвокультурний аспекти (на матеріалі української, російської та англійської художньої прози XIX ст.): автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.15 [Електронний ресурс] / І.Р. Корольов; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка, Ін-т філології. — К., 2008. — 19 с. — укр. — Назва з екрану.
108. *Красных В. В.* Структура коммуникации в свете лингво-когнитивного подхода (коммуникативный акт, дискурс, текст): дис. ... д-ра филол. наук В. В. Красных / В. В. Красных. — М., 1999. — 463 с.
109. *Крючкова П. Г.* Авторитарный дискурс (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 [Електронний ресурс] / П.Г. Крючкова; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. — К., 2003. — 21 с. — укр. — Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/ard/2003/03kpgsam.zip>. - Назва з екрану.
110. *Кубрякова Е.С.* О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике / Кубрякова Е.С. // Дискурс, речь, речевая деятельность: Функциональные и структурные аспекты: сб. обзоров. — М. : РАН ИНИОН, 2000. — С. 7-25.
111. *Кузовкина Т.* Некролог Булгарина Жуковскому [Електронний ресурс]/ Т. Кузовкина. — 2004. - Режим доступу: <http://www.ruthenia.ru/document/535675.html>. - Назва з екрану.
112. *Кунин А. В.* Курс фразеологии современного английского языка: учеб. для ин-тов и фак-тов иностр. яз./ А. В. Кунин. — М. : Высш.шк, 1986. — 336 с.
113. *Кусько К. Я.* Интердискурс в концептах науково-освітньої глобалізації. [Електронний ресурс] / К. Я. Кусько. — Режим доступу: [http://anvou.org.ua/index.php?module=pagemaster&PAGE\\_user\\_op=view\\_page&PAGE\\_id=275](http://anvou.org.ua/index.php?module=pagemaster&PAGE_user_op=view_page&PAGE_id=275). — Назва з екрану.
114. *Лабов У.* Исследование языка в его социальном контексте / Уильям Лабов // Новое в лингвистике, вып. 7. - М. : Прогресс, 1975. - С. 152-216.

115. *Лакофф Дж.* Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафоры. – М. : Прогресс, 1990. – С. 387-415.
116. *Левицкий А. Э.* Коммуникативные особенности адресации в профетическом дискурсе / Андрей Эдуардович Левицкий // Логический анализ языка. Адресация дискурса / Отв. ред. Н. Д. Арутюнова. – М. : Издательство “Индрик”, 2012. – С. 75-85.
117. *Левіщенко М. С.* Концептуальні доміанти англомовного вікторіанського дискурсу та його концептосфера [Електроний ресурс] / М. С. Левіщенко. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/VZhDU/2009\\_45/41\\_45.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/VZhDU/2009_45/41_45.pdf). - Назва з екрану.
118. *Лех О. С.* Поняття дискурсу в сучасній лінгвістиці та лінгвістиці тексту [Електроний ресурс] / О. С. Лех, Г. Кисилиця. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/12\\_KPSN\\_2009/Philologia/44919.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2009/Philologia/44919.doc.htm). - Назва з екрану.
119. *Лещак О.В.* Типологічний нарис лінгвістичних методологій з позицій функціонального прагматизму [Електроний ресурс] / О. В. Лещак // Мандрівець. – Тернопіль : Національний університет "Києво-Могилянська академія", 2001. - № 5-6. - С. 21-34. – Режим доступу до статті: <http://www.ujk.edu.pl/~leszczak/mandrivec.htm>. - Назва з екрану.
120. *Лотман Ю. М.* О двух моделях коммуникации в системе культуры / Ю. М. Лотман // Труды по знаковым системам. - Вып. 6, Тарту, 1973. – С. 159-165.
121. *Макаров М. Л.* Основы теории дискурса [Електроний ресурс] / Михаил Львович Макаров. – М. : Гнозис, 2003. – 277 с. – Режим доступу : <http://www.twirpx.com/file/180571>. - Назва з екрану.
122. *Малес Л. В.* Біологічні, психологічні та соціокультурні чинники гендеру / Л. В. Малес // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К. : “К.І.С.”, 2004. – 536 с. – С. 109-129.

123. *Мартинюк А. П.* Регулятивна функція гендерно маркованих одиниць мови (на матеріалі сучасного англомовного публіцистичного дискурсу) : дис. ... доктора філолог. наук: 10.02.04 / А. П. Мартинюк; ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – Харків, 2005. – 604 л. + Додатки: л.478-604. – Бібліогр.: л.411-477.
124. *Маслова В. А.* Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. - М. : Издательский центр “Академия”, 2001. – 208 с.
125. *Мацько Л. І.* Риторика: Навч. посіб. / О. М. Мацько, Л. І. Мацько. – [2-ге вид., стер.]. – К. : Вища шк., 2006. – 311 с.
126. *Минский М.* Структура для представления знания / М. Минский // Психология машинного зрения / Пер. с англ. - М. : Мир, 1978. - С. 249-320.
127. *Миронова Н. Н.* Оценочный дискурс: проблемы семантического анализа / Н. Н. Миронова // Известия АН. Серия литературы и языка. – М., 1997. – Т. 56. - № 4. – С. 52-59.
128. *Міщенко В. Я.* Комплімент в мовленнєвій поведінці представників англомовних (британської та американської) культур : Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / В.Я. Міщенко; Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. — Х., 2000. — 18 с. — укр.
129. *Моїсеєнко О. Ю.* Дискурсно-прагматичні особливості дитячого мовлення (на матеріалі сучасної англійської мови) : 10.02.04. Дис. на здоб. ступ. канд. філол. наук / Моїсеєнко Олена Юріївна; КУ ім.Т.Г. Шевченка. – Київ, 1999. – 174 л. – Бібліогр. : л. 141-160.
130. *Наливайко Н. В.* Гносеологические и методологические основы научной деятельности / Н. В. Наливайко. – Новосибирск : Наука, 1990. – 118 с.
131. *Орлова Г. А.* Биография (при)смерти: заметки о советском политическом некрологе Текст. / Г.А. Орлова // Журнал “Неприкосновенный запас”. - № 2(64). - 2009. - С. 64.

132. *Общая риторика*: [пер. с фр./ Ж. Дюбуа, Ф. Пир, А. Тринон и др.] ; общ. ред. и вступ. сл. А. К. Авеличева]. – М. : Прогресс, 1986. – 392 с., ил.
133. *Оксамитна С. М.* Гендерні ролі та стереотипи / С. М. Оксамитна // *Основи теорії гендеру: Навчальний посібник*. – К. : “К.І.С.”, 2004. – 536 с. – С. 156-179.
134. *Олешков М. Ю.* Интенция как основа коммуникативной стратегии в институциональном дискурсе / М. Ю. Олешков // *Русский язык: исторические судьбы и современность: III Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, филологический факультет, 20-23 марта 2007 г.): Труды и материалы / Составители М. Л. Ремнева, А. А. Поликарпов*. – М. : МАКС Пресс, 2007. – С. 401-402.
135. *Остин Д.* Слово как действие / Д. Остин // *Новое в зарубежной лингвистике* – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17. - С. 22-130.
136. *Откупщикова М.И.* Синтаксис связного текста/ М. И. Откупщикова. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1982. – 104 с.
137. *Ощепкова В. В.* Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии / В. В. Ощепкова. – М. / СПб. : ГЛОССА/КАРО, 2006. – 336 с.
138. *Павлова Н.Д.* Исследование коммуникативного аспекта семантики речи / Н. Д. Павлова, А. П. Попов // *Современные модели психологии речи и психолингвистики*. Сб. науч. тр. АН СССР, Ин-т психологии / Под ред. Т.Н.Ушаковой и др. - М. : ИПАН, 1990. - С. 46-60.
139. *Павлюк Л. С.* Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація / Л. С. Павлюк. – Львів : ПАІС, 2007. – 168 с.
140. *Падучева Е. В.* Динамические модели в семантике лексики / Е. В. Падучева. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 608 с.
141. *Падучева Е.В.* Прагматический аспект связности диалога/ Е. В. Падучева // *Изв. АН СССР, сер. Лит. и яз.* - 1982, № 4. - С. 305 - 313.

142. *Панфилов В. З.* Взаимоотношение языка и мышления/ В. З. Панфилов. – М., 1971. – С. 26.
143. *Платонов Ю. П.* Социальные статусы и социальные роли. Элитариум [Электроний ресурс] / Ю. П. Платонов. – 2007. – Режим доступа: [www.elitarium.ru](http://www.elitarium.ru). – Назва з екрану.
144. *Полеєва Ю. С.* Просодична актуалізація когнітивних стратегій англomовного педагогічного дискурсу : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 -германські мови / Полеєва Ю.С.. - КНУТШ. – Київ, 2011. – 19 с. – Бібліогр. :
145. *Пономарьова Л.* Жанр законотворчості як писемний тип юридичного дискурсу [Електроний ресурс] / Людмила Пономарьова. – Режим доступа: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/nzvdpu/filologiya/](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/nzvdpu/filologiya/). – Назва з екрану.
146. *Попова З. Д.* Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ: Восток – Запад, 2007. – 314[6] с.
147. *Попова Е. С.* Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте [Электроний ресурс] / Е. С. Попова. – Режим доступа: <http://www.roman.by/r-70565.html>. - Назва з екрану.
148. *Потапенко С. І.* Орієнтаційний простір сучасного англomовного медіа-дискурсу (досвід лінгвокогнітивного аналізу): автореф. дис... д-ра філол. наук: 10.02.04 / С. І. Потапенко. – Київ. нац. лінгв. ун-т. – К., 2008. – 32 с. – укр.
149. *Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : “Рефл – бук”, К. : “Ваклер”. – 2006. – 656 с.
150. *Почепцов О. Г.* Языковая ментальность: способ представления мира / О. Г. Почепцов // ВЯ. – 1990. № 6. – С. 110-122.
151. *Птушка А. С.* Об’єктивація гендерних стереотипів у текстах англomовних анекдотів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / А.С. Птушка. – Х., 2008. – 20 с.

152. *Радзієвська Т. В.* Нариси з концептуального аналізу та лінгвістики тексту: Текст – соціум – культура – мовна особистість / Т. В. Радзієвська. – К. : ДП “Інформ.-аналіт. Агенство”, 2010. – 491 с.
153. *Раду А. І.* Структурно-семантичні та стилістичні особливості англomовного рекламного тексту (на матеріалі рекламної продукції фірми Кока-Кола) / А. І. Раду // Іноземна філологія. — Вип. 111, 1999. - С. 120 - 127.
154. *Рижикова М. Д.* Вік як соціолінгвістичний чинник формування лаудативного дискурсу (на матеріалі англійської мови) / М. Д. Рижикова // Мовні і концептуальні картини світу. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, ВПЦ "Київський університет", 2012. - Випуск 42. - частина 2. - С. 51-61.
155. *Рижикова М. Д.* Гендерні особливості лаудативного дискурсу (на матеріалі англomовних персональних оголошень) / М. Д. Рижикова // Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя : ЗНУ, 2011. - № 44. – С. 118-121.
156. *Рижикова М. Д.* Комунікативні стратегії і тактики лаудативного дискурсу (на матеріалі англійської мови) / М. Д. Рижикова // Проблеми семантики слова, речення та тексту: зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. лінгв. ун-т / Вип. 25 / відп. ред. Н. М. Корбозерова. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2010. – Бібліограф. в кінці ст. – С. 357-366.
157. *Рижикова М. Д.* Лінгвістичні особливості лаудації в англomовних панегіриках / М. Д. Рижикова // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка / відп. ред. Н. М. Корбозерова. – Випуск 20. – К. : Логос, 2011. – С. 404-409.
158. *Рижикова М. Д.* Лінгвістичні особливості VIP-некрологу як жанру лаудативного дискурсу (на матеріалі англійської мови) / М. Д. Рижикова // Культура народів Причорномор'я.- № 184. – Симферополь, 2010. - С. 97-101.

159. *Рижикова М. Д.* Лінгвокультурні особливості промови свідка на весіллі (на матеріалі англійської мови) / М. Д. Рижикова // Мовні та концептуальні картини світу. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. – Вип. 31. - С. 214 - 223.
160. *Рижикова М. Д.* Мовні засоби вираження лаудації у видавничих рекламних оголошеннях (на матеріалі англійської мови) / М. Д. Рижикова // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. праць / відп. ред. Олександр Іванович Чередниченко. – К. : Видав. Дім Дмитра Бураго, 2011. – Вип. 37. – С. 241–245.
161. *Рижикова М. Д.* Основні жанрові форми втілення сучасного англомовного лаудативного дискурсу / М. Д. Рижикова // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка / Вип. 18 / відп. ред. Н. М. Корбозерова. – К. : Логос, 2010. – Бібліограф. в кінці ст. – С. 346-356.
162. *Рижикова М. Д.* Риторичні засоби вираження лаудації в англомовному некролозі / М. Д. Рижикова // Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах: Зб. наук. праць Інституту повітряного і космічного права та масових комунікацій Національного авіаційного університету. – К. : Вид-во Європейського університету, 2010. – Вип. 20. – С. 101 - 112.
163. *Розенталь Д. Е.* Стилистика газетних жанров / Д. Е. Розенталь. – М., 1981. – 112 с.
164. *Розмаріца І.О.* Лінгвокогнітивні особливості комунікації у сфері екології (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. “германські мови” / І.О. Розмаріца. – К., 2004. – 20 с.
165. *Руденко Д. И.* Философия языка: путь к новой эпистеме / Д. И. Руденко, В. В. Прокопенко // Язык и наука в конце XX века: Сб. статей. – М. : Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1995. - С. 118 – 143.

166. Самарина *И. В.* Прагмалингвистическое исследование речевой деятельности политиков по коммуникативным стратегиям “создания круга своих и круга чужих” [Электроний ресурс] / Ирина Владимировна Самарина. – Вестник СамГУ. – 2006. - № 8 (48). – С. 213 - 219. – Режим доступа: <http://vestnik.ssu.samara.ru/gum/2006web8/yaz/Samarina.pdf>. – Назва з екрану.
167. Сандига *Л. О.* Метафорична репрезентація концепту DEATH в англomовній картині світу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04/ Сандига Лілія Олександрівна ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України ; КНУТШ. – Київ, 2012. - 18 с.
168. Седов *К. Ф.* Психолінгвистические аспекты изучения речевых жанров / К. Седов // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. - М., 2007. - С. 124 – 136.
169. Селіванова *О. О.* Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд) / О. О. Селіванова. – К. : Фітосоціоцентр, 1999. – 148 с.
170. Селіванова *Е. А.* Основы лингвистической теории текста и коммуникации : [монографическое учеб. пособ.] / Е. А. Селіванова. – К. : ЦУА “Фитосоциоцентр”, 2002. – 336 с.
171. Селіванова *Е. К.* Принципи концептуального аналізу/ Е. К. Селіванова // Актуальні проблеми металінгвістики. – Київ, Черкаси : Брама, 1999. – 356 с.
172. Селіванова *О. О.* Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля, 2006. – 716 с.
173. Семенюк *А.А.* Гендерні та вікові особливості кооперативної мовленнєвої поведінки в сімейному дискурсі (на матеріалі сучасної англійської мови) [Текст] : автореферат... к. філол. наук спец.: 10.02.04 - германські мови / А. А. Семенюк. — Донецьк : Донецький нац. ун-т, 2007. — 22 с.
174. Серажим *К.С.* Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і

- жанрово-лінгвістичний аспекти : на матеріалі політичного різновиду українського масовоінформаційного дискурсу) : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.01.08 “Журналістика” / Серажим Катерина Сергіївна. – К., 2003. – 32 с.
175. *Серебрякова Р. В.* Национальная специфика комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах / Р. В. Серебрякова [Електроний ресурс]. – Режим доступу: [http://lse2010.narod.ru/yazik\\_kommunikatsiya\\_i\\_sotsialnaya\\_sreda\\_vipusk\\_1\\_2001/rvserebryakova\\_natsionalnaya\\_spetsifika\\_komplimenta/](http://lse2010.narod.ru/yazik_kommunikatsiya_i_sotsialnaya_sreda_vipusk_1_2001/rvserebryakova_natsionalnaya_spetsifika_komplimenta/). – Назва з екрану.
176. *Серио П.* Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса / П. Серио. – Сб. статей ведущих представителей современной французской лингвистической школы под общ. ред. П. Серио. – Прогресс, 1999. – 415 с.
177. *Скідченко О. А.* Мовні засоби вираження соціального статусу в сучасній англійській мові / О. А. Скідченко. Автореф. дис. .... канд. філол. наук. - К., 1997. – 19 с.
178. *Скідченко О. А.* Перевод и культурный контекст [Електроний ресурс] / О. А. Скідченко. – Режим доступа к статье: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/11266/1/Skydchenko.pdf>. – Назва з екрану.
179. *Скорик М. М.* Основы теории гендеру: Навчальний посібник. [Редакційна колегія посібника: Агеєва В. П., д-р філол. наук, профессор, Кобелянська Л. С., канд. філос. наук, доцент, Скорик М. М., канд. філос. наук, Відповідальний редактор: Скорик М. М., канд. філос. наук] / М. М. Скорик. – К. : “К.І.С.”, 2004. – 536 с.
180. *Скуратовська Т. А.* Синтаксичний повтор як засіб аргументації в юридичному дискурсі / Т. А. Скуратовська // Мовні і концептуальні картини світу : [зб. наук. праць]. - К. : КНУ ім. Т. Шевченка. Фак-т іноземної філології, 2000. — С. 328—338.

181. *Слышкин Г. Г.* Дискурс и концепт (о лингвокультурном подходе к изучению дискурса) / Г. Г. Слышкин // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 38 - 45.
182. *Соколов Э. В.* Культурология / Соколов Э. В. – М. : Интерпракс, 1994. – 218 с.
183. *Стариков М.* Некролог как жанр письма / М. Стариков. - Доклад на третьих Шпетовских чтениях. Апрель 1999 года [Электроний ресурс] – Режим доступа: <http://tfk2.narod.ru/nekrolog.htm>. - Назва з екрану.
184. *Стельмахович М. Г.* Мовний етикет [Электроний ресурс] / М. Г. Стельмахович // Культура слова. — К., 1981. — вип. 20. – Режим доступа: [http://philology.kiev.ua/Lingur/art\\_59.htm](http://philology.kiev.ua/Lingur/art_59.htm). - Назва з екрану.
185. *Степанов Ю.С.* Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности [Электроний ресурс] / Юрий Сергеевич Степанов // Язык и наука конца XX века : Сб. статей. – М. : РГГУ, 1995. – С. 35-73 – Режим доступа: <http://philologos.narod.ru/ling/stepanov.htm>. – Назва з екрану.
186. *Стойнова І. Д.* Мовні засоби реалізації стратегії комунікативного маніпулювання у дискурсі антиутопії [Електроний ресурс] / І. Д. Стоянова. - Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка № 14 (249), 2012. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/PORTAL/Soc\\_Gum/Vlush/Filol/2012\\_14/41.pdf](http://www.nbu.gov.ua/PORTAL/Soc_Gum/Vlush/Filol/2012_14/41.pdf). - Назва з екрану.
187. *Сусов И. П.* Лингвистическая прагматика / И. П. Сусов. – Винница : Нова Книга, 2009. – 272 с.
188. *Сухих С. А.* Речевые интеракции и стратегии / С. А. Сухих // Языковые общения и его единицы. – Калинин, 1986. – С. 157-189.
189. *Телия В. Н.* Культурно-национальные коннотации фразеологизмов / В. Н. Телия // Славянское языкознание: материалы XI Междунар. съезда славистов (Братислава, 17 – 20 сент. 1993 г.). – М., 1993. – С. 303 – 315.

190. *Телия В. Н.* Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия // отв. ред. А. А. Уфимцева; АН СССР; Ин-т языкознания. - М. : Наука, 1986. – 143 с.
191. *Телия В. Н.* Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 288 с.
192. *Тер-Минасова С. Г.* Язык и межкультурная коммуникация : учебное пособие / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2000. – 624 с.
193. *Тертычный А. А.* Не пускайте Емелю на царский трон. О некрологе и эпитафии Текст. / А. А. Тертычный. – “Журналист” №7, 2004. - С. 79.
194. *Ткаченко О. В.* Політична програмна заява як тип тексту: крос-культурний аспект (на матеріалі американської та британської лінгвокультурних традицій): дис...канд.філолог.наук:10.02.04 / Оксана Василівна Ткаченко; Херсонський державний університет. – Херсон, 2010. – 242 л.
195. *Фирсов Н. Н.* Современные политические партии и архетипы коллективного бессознательного / Н. Н. Фирсов // Современная политическая мифология: содержание и механизмы функционирования. – М.: РГГУ, 1996. – С. 66-68.
196. *Фоменко О. С.* Лаудативний дискурс: прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти (на матеріалі англійської мови) / Олена Степанівна Фоменко, Марина Дмитрівна Рижикова // Мова і культура. (Науковий журнал). – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2009. – Вип. 12. – Т.VII (132). – 360 с. – С. 5-12.
197. *Фоменко О. С.* Лінгвістичний аналіз сучасного політичного дискурсу США (90-ті роки 20 століття): дис... канд. філолог.наук: 10.02.04 / Фоменко Олена Степанівна; КУ ім. Т.Шевченка. – Київ, 1998. – 195 л. – Бібліогр.:л.165-193.

198. *Формановская Н.И.* Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения / Н.И. Формановская. - М. : Ин-т рус. яз. им. А.С. Пушкина, 1998. - 290 с.
199. *Формановская Н. И.* Русский речевой этикет. Русско-французские соответствия: Справочник. 2-е изд., испр. / Н.И. Формановская, Э. Сепеши. - М. : Высш. шк., 1992. - 94 с.
200. *Фуко М.* Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / М. Фуко // Пер. с фр. В. П. Визгина и Н. С. Автономовой. СПб. А-сэд. 1994 г. - 408 с.
201. *Хэар Р.М.* Дескрипция и оценка / Р.М. Хэар // НЗЛ. - М. : Прогресс, 1985. - Вып. 16. - С. 183-195.
202. *Чередниченко О. І.* Англiцизми у французькому та українському медіадискурсу / О. І. Чередниченко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія Іноземна філологія 2005 №01(39). - Наукове видання - Київ : Київський університет, 2005. – 63 с. – С. 4. - ISSN 1728-2683.
203. *Чейф У. Л.* Память и вербализация прошлого опыта / У. Л. Чейф // Новое в заруб. лингвистике. – М., 1983. – № 12. – С. 35-74.
204. *Чернявская В. Е.* Поликодовое пространство текста: лингвосемиотическая парадигма языкознания / В. Е. Чернявская // Язык в парадигмах гуманитарного знания: XXI век : сб. науч. стат. / Под общ. ред. д-ра филол. наук В. Е. Чернявской и д-ра филол. наук С. Т. Золяна. - СПб. : Изд-во СПб ГУЭФ, Изд-во "Лингва", 2009. - С. 23-37.
205. *Шаля О. І.* Категорія порівняння у мові науки: функціональні, когнітивно-дискурсивні та лінгвокультурні параметри (на матеріалі англо-американських статей у галузі електроніки) : дис. ... канд. філолог. наук : 10.02.04 / Шаля О.І. ; КНУТШ. – Київ, 2011. – 283 л. + Додаток: л. 254-283. – Бібліогр.: л. 216-253.
206. *Швейцер А. Д.* Современная социолингвистика: Теория, проблемы, Методы / А. Д. Швейцер. – М. : Наука, 1976. – 176 с.

207. *Шейгал Е. И.* Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса [Электронный ресурс] / Е. И. Шейгал // Жанры речи. – 3. – Саратов, 2002. – С. 205-214. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics1/sheygal-02.htm>. - Назва з екрану.
208. *Шейгал Е. И.* Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : ИТДГК “Гнозис”, 2004. – 326 с.
209. *Шиленко Р. В.* К определению класса экспрессивных высказываний / Р. В. Шиленко // Прагматические и семантические аспекты синтаксиса / под ред. И. П. Сусова. – Калинин : Калининский ГУ, 1985. - С. 159-166.
210. *Шиленко Р. В.* Регулирование межличностных отношений в коммуникативном пространстве / Р. В. Шиленко // Языковое общение: Процессы и единицы. – Калинин, 1988. – С. 117-123.
211. *Шмелева Т. В.* Жанроведение? Генеристика? Генология? / Т. В. Шмелева // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. – М., 2007. – С. 62-67.
212. *Шмелева Т. В.* Модель речевого жанра / Т. В. Шмелева // Жанры речи. – Саратов. – 1997. – С. 88-98.
213. *Шмелева Т. В.* Речевой жанр: опыт общепилологического осмысления / Т. В. Шмелева // Collegium. – К., 1995. - № 1-2. – С. 20-32.
214. *Штерн І. Б.* Вибрані топіки і лексикон сучасної лінгвістики / І. Б. Штерн. – К. : АртЕк, 1998. – 335, [1] с.
215. *Шукало І. М.* Англомовний комп'ютерний рекламний дискурс: семантичний та комунікативний аспекти (на матеріалі веб-сайтів британських туристичних компаній): автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 [Электронный ресурс] / І.М. Шукало; Київ. нац. лінгв. ун-т. — К., 2008. — 20 с. — укр. – Режим доступа: <http://www.nbu.gov.ua/ard/2008/08simbtk.zip>. - Назва з екрану.
216. *Юдин Э. Г.* Системный подход и принцип деятельности. Методологические проблемы современной науки / Э. Г. Юдин. – М. : Наука, 1978.– 391 с.

217. *Ягодзінський С. М.* Науковий дискурс в умовах інформаційного суспільства: методологічний і соціокультурний аспекти. : автореф. дис. ... канд філософських наук: спец. 09.00.02 / С. М. Ягодзінський. – К., 2008. – 18 с.
218. *Ярошевский М.Г.* Послесловие / М. Г. Ярошевский // Выготский Л.С. Собрание сочинений. Т.VI. Научное наследство.– М. : Педагогика, 1984.– С. 329-347.
219. *Яшенкова О. В.* Основи теорії мовної комунікації: навчальний посібник / О. В. Яшенкова. – К. : Академія, 2010. – 312 с.
220. *Ariès P.* ; translated from the French by Helen Weaver.- New York : Oxford University Press, 1991. – 651 p.
221. *Ayer A. J.* Philosophical essays/ A. J. Ayer. – Westport, Conn. : Greenwood Press, 1980. – 289 p. – ISBN 0313209022.
222. *Baranick A.* Life on the Death Beat: A Handbook for Obituary Writers / Alana Baranick, Jim Sheeler, and Stephen Miller. – Marion Street Press, LLC. - 2<sup>nd</sup> Edition, 2005. – 148 p.
223. *Bawarshi, A.* Genre and the Invention of the Writer: Reconsidering the Place of Invention in Composition / Anis Bawarshi. – Logan : Utah State UP, 2003. - 180 pp.
224. *Bem S.L.* Dismantling gender polarization and compulsory heterosexuality: should we turn the volume down or up? / S. L. Bem // Journal of Sex Research., 1995. - Vol. 32 (4). – PP. 329-334.
225. *Benveniste E.* On Discourse / E. Benveniste // The Theoretical Essays: Film, Linguistics, Literature. – Manchester Univ. Press, 1985. – 247 p.
226. *Biber D.* Compressed noun-phrase structures in newspaper discourse. The competing demands of popularizatzon vs. economy Text / Douglas Biber. - In: AITCHISON & LEWIS (eds.), 2003. - PP. 169-181.

227. *Bizzel P.* The Rhetorical Tradition: Readings from Classical Times to Present. Second Edition / Bizzel, Patricia, Bruce Herzberg, eds. – Bedford : St. Martins, 2001. – 1673 p. - ISBN-10: 0312148399; ISBN-13: 978-0312148393.
228. *Bonvillain N.* Language, Culture and Communication / Nancy Bonvillain. – Pearson, 2010. - 416 p. - ISBN-10: 0205832091; ISBN-13: 978-0205832095.
229. *Brody M.* Manly Writing: Gender, Rhetoric, and the Rise of Composition / Miriam Brody, ed. - Southern Illinois University Press, 1993. – 264 p. - ISBN-10: 0809316919; ISBN-13: 978-0809316915.
230. *Brown P.* How and Why Are Women More Polite: Some Evidence from a Mayan Community / P. Brown // Sociolinguistics. - Oxford University Press, 1998. - P.86-88.
231. *Buysens E.* La communication et l'articulation linguistique/ E. Buysens. – Bruxelles : Presses Universitaires, 1970. – 175 p.
232. *Cazden C. B.* The situation: a neglected source of social class differences in language use / C. B. Cazden. - In: Sociolinguistics. Harmondsworth, 1972. – 176 p.
233. *Clark P.* The Art of the Blurb. An unscientific study of "logrolling in our time" [Електроний ресурс] / Peter Clark. – 2006. - Режим доступу до статті: <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/columns-and-blogs/soapbox/article/13598-the-art-of-the-blurb-.html>. – Назва з екрану.
234. *Collet P.* Psychology at Work / P. Collet, A. Furnham (eds). – London : Routledge, 1995. – 257 p.
235. *Cook B.* [Електроний ресурс] / Bill Cook. – Режим доступу до статті: <http://www.webreference.com/internet/writing/headlines/blurbs/>. – Назва з екрану.
236. *Cook G.* Discourse and Literature / Guy Cook. – Oxford University Press, 1995. – 286 p.
237. *Cook G.* Discourse and Literature : The Interplay of Form and Mind / Guy Cook. – Oxford : Oxford University Press, 1994. – 285 p.

238. *Dijk Teun A. van*. Discourse & Communication: a new journal to bridge two fields / Teun A. van Dijk // Discourse & Communication. - Vol 1(1), 2007. – P. 5–7.
239. *Eemeren Frans. H. van*. Handbook of argumentation theory ; a critical survey of classical backgrounds and modern studies / Frans H. van Eemeren, Rob Grootendorst, Tjark Krugier. - Dordrecht, Holland ; Providence, U.S.A. : Foris Publications, 1987. – 333 p. – ISBN 9067653306.
240. *Fairclough N.* Analysing Discourse / Norman Fairclough. – L. : Routledge, 2003. – 270 p.
241. *Faber B.* Community Action and Organizational Change: Image, Narrative, and Identity / Brent Faber. - Carbondale and Edwardsville : Southern Illinois University Press, 2002. – 220 p.
242. *Fausto-Sterling A.* The five sexes: Why male and female are not enough / A. Fausto-Sterling. - The Sciences, 1993. - 33 (2):19-24.
243. *Fay E. A.* Eminent Rhetoric: Language, Gender, and Cultural Tropes / E. A. Fay. - Bergin and Garvey Press, 1994. – 176 p. - ISBN-10: 0897893093; ISBN-13: 978-0897893091.
244. *Fowler R.* Language in the News: Discourse and Ideology in the Press / R. Fowler. – London; New York : Routledge, 1991. – 272 p.
245. *Fowler B.* The Obituary as Collective Memory Text / Bridget Fowler. - Routledge, 2007. - 312 p. - ISBN-10: 0415014190; ISBN-13: 978-0415014199.
246. *Fox K.* Watching the English: The Hidden Rules of English Behavior / Kate Fox. – Nicholas Brealey Publishing, 2008. – 432 p.
247. *Gadberry, James H.* When Is a Funeral Not a Funeral? / James H. Gadberry. – Illness : Crisis & Loss 8, 2000. - no. 2. – PP. 166–180.
248. *Georgakopoulou A., Goutsos D.* Discourse Analysis: An Introduction / Georgakopoulou A., Goutsos D. – Edinburgh : Edinburgh University Press, 1997. – 487 p.

249. *Givon T.* Negation in language: pragmatics, function, ontology / T. Givon // Syntax and semantics. - Vol. 9. Pragmatics. - N. Y.; San Fransisco; L., 1978. – PP. 123.
250. *Gorer G.* Exploring English Character / Geoffrey Gorer. – London : Cresset Press, 1955. – 359 p.
251. *Gould R.* The Origins of Status Hierarchy: A Formal Theory and Empirical Test. American Journal of Sociology / Roger Gould. - Vol. 107, No. 5. – 2002. - PP. 1143–1178.
252. *Grimshaw A. D.* What's going on here?: complimentary studies of professional talk / Allen D. Grimshaw and Peter J. Burke ... [et al.]. - Norwood, NJ. : Ablex Pub., c1994. – xiii, 561 p. : ill. ; 24 cm. – ISBN 089391746X.
253. *Gumperz J. J.* Discourse Strategies / John J. Gumperz. – Cambridge : Cambridge University Press, 1982. – 225 p.
254. *Gumperz J. J.* Linguistic and social interaction in two communities. - American anthropologist, 1964. – Vol. 66, N 6, part 2. – PP. 137-153.
255. *Gumperz J. J.* Types of Linguistic Communities / J. J. Gumperz, J. A. Fishman // Readings in the Sociology of Language. – The Hague : Mouton. – PP. 460 – 472.
256. *Habermas J.* The Philisophical Discourse of Modernity / J. Habermas. – The MIT Press, 1985. – 450 p. - ISBN-10: 0262581027; ISBN-13: 978-262581028.
257. *Hare R. M.* Freedom and Reason / R. M. Hare. – Oxford : Clarendon Press, 1963. – 228 p.
258. *Harris Z.* Language and Information / Z. Harris. – Columbia University Press, 1988. – 120 p. - ISBN-10: 0231066627; ISBN-13: 978-0231066624.
259. *Hatch E.* Discourse and Language Education / Evelyn Hatch. – Cambridge : Cambridge University Press, 1994. – 333 p.
260. *Herd G.* ed. Third Sex, Third Gender: Beyond Sexual Dimorphism in Culture and History / G. Herdt. – NY : Zone Books, 1994. –348 p.
261. *Hirshberg S.* Reflexions on Language / ed. by Stuart Hirshberg and Terry Hirshberg. – NY : Oxford University Press, 1999. – 236 p.

262. *Hodkinson P.* Goth: Identity, Style and Subculture / Paul Hodkinson. – Oxford : Berg, 2002. – ix, 219 p. : ill. ; 24 cm. – ISBN 1859736009 (Cloth); 185973605X (Paper).
263. *Hoijer H.* The relation of Language to Culture / H. Hoijer. – Chicago : University Chicago Press, 1953. – 554 p.
264. *Holmes J.* Women, Men and Politeness / J. Holmes. – L. : Longman, 1995. – 254 p.
265. *Jacklin C. N.* The Psychology of Gender / C. N. Jacklin. - 4 vols. - New York, N.Y. : New York University Press, 1992. - 4 v. : ill. ; 26 cm. – ISBN 0814741843 (set).
266. *Johnson M.* The Dead Beat: Lost Souls, Lucky Stiffs, and the Perverse Pleasures of Obituaries / Marilyn Johnson. – Harper Perennial, 2007. – 272 p.
267. *Lado R.* Linguistics across cultures / R. Lado. – The University of Michigan press, 1957. – 123 p.
268. *Lakoff G.* Metaphors we live by / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : University Of Chicago Press, 1980. – 256 p. - ISBN-10: 0226468011; ISBN-13: 978-0226468013.
269. Lakoff, R.T. Language and Woman's Place / R.T. Lakoff. - New York, 1975.- 185 p.
270. *Maccoby E. E.* The Two Sexes. Growing Up Apart, Coming Together / E. E. Maccoby. - Cambridge, Mass. : Belknap Press, 1998. – viii, 376 p. : ill. ; 24 cm. – ISBN 0674914813.
271. *Majerus R.* Discourse Communities / Rich Majerus. – [Электроний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.engl.niu.edu/wac/rhetnoteb.html>. - Назва з екрану.
272. *Merell F.* Sign, Textuality, World / Floyd Merell. – Bloomington : Indiana University Press, 1992. –179 p.
273. *Money J.* Linguistic resources and psychodynamic theory / J. Money // British Journal of Medical Sexology. – 1955. - Vol. 20. - PP.264-266.

274. *Morgan J.* Debre'tt's New Guide to Etiquette & and Modern Manners / John Morgan. – London : Thomas Dunne Books, 2001. – 384 p. - ISBN-10: 0312281242; ISBN-13: 978-0312281243.
275. *Nowell-Smith P. H.* Ethics / P. H. Nowell-Smith. – New York, Philosophical Library, 1957. – 283 p.
276. *Nunan D.* Introducing Discourse Analysis / David Nunan. – London : Penguin Books, 1993. – 134 p.
277. *Ochs Donovan J.* Consolatory Rhetoric: Grief, Symbol, and Ritual in the Greco-Roman Era / Donovan J. Ochs. – Columbia : University of South Carolina Press, 1993. – xiv, 130 p. – ISBN 0872498859.
278. *Pike K. L.* Indirect vs direct discourse in Bariba/ K. L. Pike. – NY : Appleton-Century Crofts, 1968. – 165-173 pp.
279. *Pike K.L.* Language in Relation to an Unified Theory of the Structure of Human Behaviour / K. L. Pike. – The Hague-Paris : Mouton, 1967. – 762 p.
280. *Reclaiming Rhetorica: Women in the Rhetorical Tradition* / ed. Andrea Lundsford. - Pittsburgh : University of Pittsburgh Press, c1995. – xiv, 354 p. – ISBN 0822938723; 0822955539.
281. *Rogers Carl R. A.* Theory of therapy, personality and interpersonal relationships / Carl R. A. Rogers // In Koch, S. (Ed.) Psychology: A Study of a Science. - Vol. III. - New York : McGraw-Hill, 1959. – PP. 184-256.
282. *Sapir E.* The Status of Linguistics as a Science/ E. Sapir. – Berkeley and Los Angeles : University California Press, 1949. – 546 p.
283. *Sheeler J.* Obit: Inspiring Stories of Ordinary People Who Led Extraordinary Lives / Jim Sheeler. – Penguin (Non-Classics), 2008. – 256 p.
284. *Searle, J.R.* A classification of illocutionary Acts / J.R. Searle // Language in Society. - Vol. 5, 1. - London, 1976. - P. 1-23.
285. *Stevenson Ch. L.* Facts and values: (Studies in ethical analysis) / Ch. L. Stevenson. - Yale UP. New Haven; L. : Praeger, 1964. – 244 p. - ISBN-10: 0837182123; ISBN-13: 978-0837182124.

286. *The Handbook of Discourse Analysis* / edited by Deborah Schiffrin, Deborah Tannen, and Heidi E. Hamilton. – Oxford : Blackwell, 2003. – 851 p.
287. *Trudgill P.* Language and society. – Penguin English, 1992. – 22 p.
288. *Wierzbicka A.* Cross-cultural pragmatics: The semantics of human interaction / A. Wierzbicka. - Berlin, N.Y. : Mouton de Gruyter, 1991. – 502 p.
289. *Wodak R.* Disorders of Discourse / R. Wodak. – London : Longman, 1996. – 405 p.
290. *Yule G.* Pragmatics / George Yule. – Oxford University Press, 1996. – 138 p.
291. *Zucker K. F.* Gender Identity Disorder / K. F. Zucker // Child and Adolescent Psychiatry. ; Ed. by M. Rutter and E. Taylor. - 4th ed. – Oxford : Blackwell, 2002. - PP. 737-753.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ СЛОВНИКІВ

292. *Арутюнова Н. Д.* Дискурс / Нина Давидовна Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. - М., 1990. - С. 136 – 137.
293. *Ахманова О. С.* Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. - М. : Сов. энциклопедия, 1966. - 608 с.
294. *Ганич Д.І.* Словник лінгвістичних термінів / Д. І. Ганіч, І. С. Олійник. - К. : Вища школа, 1985. - 360 с.
295. *Куньч З.* Риторичний словник / З. Куньч. – К., 1997. – С. 26.
296. *Розенталь Д. Э.* Словарь-справочник лингвистических терминов / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. - М. : Просвещение, 1976. - 544 с.
297. Толковый словарь Ожегова [Электронный ресурс] — Режим доступа до слов.: <http://www.slovarik.kiev.ua/ojegov/n/91859.html>.
298. Толковый словарь Ушакова [Электронный ресурс] — Режим доступа до слов.: <http://slovari.yandex.ru/dict/ushakov/article/ushakov/>.
299. Энциклопедический Словарь Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона [Электронный ресурс] / Ф. А. Брокгауз, И. А. Ефрон. – В 86 томах с иллюстрациями и дополнительными материалами, С.-Петербург, 1890-1907. — Режим доступа: <http://www.vehi.net/brokgauz/index.html>.

300. Compact Oxford English Dictionary [Електроний ресурс] – Режим доступу: [//http.:www.askoxford.com/](http://www.askoxford.com/).
301. Cambridge Advanced Learner's Dictionary [Електроний ресурс] – Режим доступу: [//http.:dictionary.cambridge.org/](http://dictionary.cambridge.org/).
302. Dictionary of the English Language [Електроний ресурс] — Режим доступу: [http.:www.bartleby.com/](http://www.bartleby.com/).
303. Lingvo [Електроний ресурс] — Режим доступу до слов.: [www.lingvo.ru](http://www.lingvo.ru).
304. Longman Dictionary of English Language and Culture. – England: Pearson Education Limited, 2005. – 1620 p.
305. Macmillan Dictionary [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://www.macmillandictionary.com/>.
306. Merriam-Webster On-Line Dictionary [Електроний ресурс] – Режим доступу: [http.www.merriam-webster.com/ dictionary/](http://www.merriam-webster.com/dictionary/).
307. New Collegiate Dictionary [Електроний ресурс] – Режим доступу: [http.:www.dic.academic.ru/dic.nsf/muller/942906](http://www.dic.academic.ru/dic.nsf/muller/942906).
308. OneLook Dictionary [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://www.onelook.com/>.
309. Roget's II: The New Thesaurus, Third Edition [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ask.com/reference/thesaurus/roget/11363/laudation>.
310. The Collaborative International Dictionary of English [Електроний ресурс] – Режим доступу: [http.www.dic.academic.ru/dic.nsf/muller/942906](http://www.dic.academic.ru/dic.nsf/muller/942906).

### **СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

311. Anniversary speeches [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://www.speech-writers.com/wedding-anniversary-speeches.htm?gclid=CNnfj-6AkLMCFQu7zAodFGcAAg>
312. Anniversary speeches [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://www.find-the-words.com/free-21st-birthday-speeches.html>

313. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.find-the-words.com/free-sample-retirement-speech.html>
314. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.find-the-words.com/free-retirement-speeches.html>
315. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.write-out-loud.com/50th-anniversary-toast.html>
316. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.free-sample-letter.com/speech-50th-birthday-anniversary-254.html>
317. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
[http://www.ehow.co.uk/video\\_2371462\\_free-birthday-speech-sample.html](http://www.ehow.co.uk/video_2371462_free-birthday-speech-sample.html)
318. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.speech-writers.com/samplesportspersonspeech.htm>
319. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.free-sample-letter.com/speech-50th-birthday-anniversary-254.html>
320. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.articlesbase.com/public-speaking-articles/sample-birthday-speech-849467.html>
321. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://pertsipm.de.nr/rie>
322. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.royal.gov.uk/ImagesandBroadcasts/Historic%20speeches%20and%20broadcasts/GoldenJubileespeech4June2002.aspx>
323. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.studymode.com/essays/Golden-Jubilee-Speech-557563.html>
324. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.thediamondjubilee.org/silver-jubilee-speech-guildhall-1977>
325. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.squidoo.com/wedding-speech-sample>
326. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
[http://www.squidoo.com/wedding\\_anniversary\\_speeches](http://www.squidoo.com/wedding_anniversary_speeches)

327. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.easyweddingtoasts.com/free-wedding-speeches/50th-wedding-anniversary-speech-free-sample.html>
328. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
[http://www.brideheaven.com/p.php?p=Speech\\_Sample](http://www.brideheaven.com/p.php?p=Speech_Sample)
329. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
[http://www.speech-guru.com/sample\\_informative\\_speech\\_oscar.php](http://www.speech-guru.com/sample_informative_speech_oscar.php)
330. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.americanrhetoric.com/speeches/>
331. Anniversary speeches [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
[http://www.speech-guru.com/sample\\_anniversary\\_speech.php](http://www.speech-guru.com/sample_anniversary_speech.php)
332. Barnes, Brooks. A Star Idolized and Haunted, Michael Jackson Dies at 50, The New York Times, June 25, 2009  
[http://www.nytimes.com/2009/06/26/arts/music/26jackson.html?pagewanted=2&\\_r=1](http://www.nytimes.com/2009/06/26/arts/music/26jackson.html?pagewanted=2&_r=1)
333. Best Man Speech [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
[http://www.best-bestman-speeches.com/Examples\\_of\\_Best\\_Man\\_Speech.htm](http://www.best-bestman-speeches.com/Examples_of_Best_Man_Speech.htm)
334. Best Man Speech [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.bestmansspeeches.com/samples.htm>
335. Best Man Speech [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
[www.bestmanspeechinsight.com](http://www.bestmanspeechinsight.com)
336. Best Man Speech [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
[www.freespeech.com](http://www.freespeech.com)
337. Best Man Speech [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
[http://www.freeweddingspeech.com/Best Man Speech](http://www.freeweddingspeech.com/Best_Man_Speech) [Электроний ресурс] –  
Режим доступа: [http://www.nuptales.com.au/wedding-speeches/example\\_best-man\\_speeches\\_1/stephen\\_45.htm?selection=](http://www.nuptales.com.au/wedding-speeches/example_best-man_speeches_1/stephen_45.htm?selection=)
338. Best Man Speech [Электроний ресурс] – Режим доступа:  
[www.howtobooks.co.uk/family/wedding-speeches/](http://www.howtobooks.co.uk/family/wedding-speeches/)

339. Best Man Speech [Электроний ресурс] – Режим доступа: <http://www.thebestmanspeech.com/>
340. Best Man Speech [Электроний ресурс] – Режим доступа: [www.WeddingSpeechesAndVows.com/](http://www.WeddingSpeechesAndVows.com/)
341. Blurbs [Электроний ресурс] – Режим доступа: [www.amazon.com/](http://www.amazon.com/)
342. Boucher, Geoff and Woo, Elaine. Michael Jackson's life was infused with fantasy and tragedy, Los Angeles Times, June 26, 2009.
343. Eulogies [Электроний ресурс] – Режим доступа: [http://www.speech-writers.com/sample\\_eulogy.htm](http://www.speech-writers.com/sample_eulogy.htm)
344. Eulogies [Электроний ресурс] – Режим доступа: [http://www.eulogywriters.com/famous\\_eulogies.htm](http://www.eulogywriters.com/famous_eulogies.htm)
345. Michael Jackson obituary: a gifted, troubled king of pop, The Sydney Morning Herald, June 26, 2009. <http://www.smh.com.au/lifestyle/people/michael-jackson-obituary-a-gifted-troubled-king-of-pop-20090626-cyub.html>
346. Personal ads [Электроний ресурс] – Режим доступа: [www.europematch.com/](http://www.europematch.com/)
347. Personal ads [Электроний ресурс] – Режим доступа: [www.eharmony.com/](http://www.eharmony.com/)
348. Personal ads [Электроний ресурс] – Режим доступа: [www.match.com](http://www.match.com)
349. Rayner, Ben. Michael Jackson, 50: Child star, thriller, sad sideshow, The Toronto Star, June 26, 2009. [http://www.variety.com/index.asp?layout=print\\_story&articleid=VR1118005395&categoryid=25](http://www.variety.com/index.asp?layout=print_story&articleid=VR1118005395&categoryid=25)
350. Recommendations [Электроний ресурс] – Режим доступа: <http://businessmajors.about.com/od/samplerrecommendations/>
351. Reviews on books [Электроний ресурс] – Режим доступа: [www.amazon.com/](http://www.amazon.com/)
352. Obituary Collection. – [www.ancestry.com/](http://www.ancestry.com/)
353. Obit Magazine [Электроний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.obit-mag.com/>

354. Obituary: Michael Jackson, BBC, June 26, 2009.  
<http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/2/hi/entertainment/4612963.stm>
355. Obituaries [Электроний ресурс]. – Режим доступа: [www.ancestry.co.uk/](http://www.ancestry.co.uk/)
356. Saperstein, Pat. Michael Jackson dies at 50, Variety, June 25, 2009.  
<http://www.variety.com/article/VR1118005395.html>
357. Sullivan, Caroline. Michael Jackson, The Guardian, June 26, 2009.  
<http://www.guardian.co.uk/music/2009/jun/26/michael-jackson-obituary/print>
358. The Times obituary: Michael Jackson, The Times, June 26, 2009.  
[http://www.timesonline.co.uk/tol/news/world/us\\_and\\_americas/article6579622.ece?print=yes&randnum=1258902703187](http://www.timesonline.co.uk/tol/news/world/us_and_americas/article6579622.ece?print=yes&randnum=1258902703187)