

Окрім зазначених, базові позатекстові аспекти прецедентності тексту «*Alice in Wonderland*» також формуються на матеріалі оцінки прецедентних образів його персонажів. Спільним позатекстовим аспектом прецедентності персонажів діалогії є їхня відомість (35% інтертекстуальних посилань на атрибути досліджуваного тексту, можлива вербалізація прикметниками «*famous*», «*memorable*», «*proverbial*», «*favourite*»):

(11) *Carroll's particular mix of creativity, fantasy, word play, satire, nonsense, and dry wit have gained him iconic status in popular culture with such memorable characters as Alice herself...* [27]

Окрім наведених аспектів прецедентності тексту «*Alice in Wonderland*», базовими для нього є також акціональні позатекстові аспекти прецедентності, зокрема, атакування дидактизму (67% інтертекстуальних посилань на акціональні позатекстові аспекти прецедентності цього тексту, можлива вербалізація словосполученням «*to attack (didacticism)*»):

(12) *For example, ... Carroll's "You Are Old, Father William" from Alice's Adventures in Wonderland parodies Robert Southey's "The Old Man's Comforts," as it skewers the original work's sentimentality and didacticism. But Carroll's work also attacks the idea of didactic poetry more broadly,* [33, с. 179]

Також завдяки своїй абсурдності прецедентний текст «*Alice in Wonderland*» розпочав традицію сучасної дитячої літератури, яка виконує не тільки навчальну, але й розважальну функції. Тому серед периферійних акціональних аспектів прецедентності тексту «*Alice in Wonderland*» – просторові переміщення, рух крізь час (5% посилань на дії цього тексту, вербалізація дієслівним словосполученням «*to transcend (time and place)*»).

Таким чином, номенклатура позатекстових аспектів прецедентності тексту «*Alice in Wonderland*» є максимально повною і включає таксономічні, якісні, акціональні, темпоральні і локативні аспекти. Повнота їх представленості і різноманітність засобів їх вербалізації свідчить про набуття прецедентним текстом «*Alice in Wonderland*» великої соціальної значущості та про активну участь цього тексту у процесах фаміліаризації, які моделюють його периферійні і базові аспекти прецедентності.

Джерела і література

1. Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та, 1999. – 443 с.
2. Дмитренко В. А., Рьжкова В. В. Интертекстуальные связи в творчестве М. Твена // Вісник ХНУ. Сер. Романо-германська філологія. – 2003. – № 586. – С. 155-158.
3. Ильин И. П. Постструктурализм, деконструктивизм, постмодернизм. – М.: Интрада, 1996. – 255 с.
4. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 261 с.
5. Липовецкий М. Н. Русский постмодернизм. (Очерки исторической поэтики): Монография. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 1997. – 317 с.
6. Нефёдова Е. Д., Молдавская Д. С. Подходы к анализу интертекстуальности художественного текста (на материале произведений Л. Кэрролла) // Вісник ХНУ. Сер. Філологія. – 2004. – № 586. – С. 64–70.
7. Рижкова В. В. Реализация категории интертекстуальности в американском художественном тексте XIX-XX столетия: Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04 / Харьковський нац. ун-т. ім. В. Н. Каразіна – Харків, 2004. – 20 с.
8. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. – М.: Academia, 2000. – 128 с.
9. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры – изд. 2-е испр. и доп. – М.: Академ. Проект, 2001. – 990 с.
10. Супрун А. Е. Текстовые реминисценции как языковое явление // Вопросы языкознания. – 1995. – № 6. – С. 17-29.
11. Тютенко А. А. Структура и функции аллюзии в прессе Германии, Австрии, Швейцарии. Дисс...канд. филол. наук: 10.02.04 / Харьковский гос. ун-т. – Харьков, 1999. – 205 с.
12. Фатеева Н. А. Контрапункт интертекстуальности, или интертекст в мире текстов. – М.: Агар, 2000. – 280 с.
13. Allen G. Intertextuality. – London and New York: Routledge, 2000. – 248 p.
14. Barthes R. Theory of the Text // Untying the Text: a post-structuralist reader / Ed. Young R. – London: Routledge and Kegan Paul, 1981. – P. 31-47.
15. Bradbury M. Postmodernism // The Norton Dictionary of Modern Thought / Ed. Bullock A., Trombley S. – NY, L: W.W. Norton & Company, 1999. – P. 673-675.
16. Culler J. Structuralist Poetics: structuralism, linguistics and the study of literature. – London, New York: Routledge, 2002. – 348 p.
17. Kristeva J. The Kristeva Reader / Ed. Moi T. – NY: CUP, 1986. – 327 p.
18. Pfister M. How Postmodern is Intertextuality? // Intertextuality. – Berlin, New York: Walter de Gruyter, 1991. – P.207-224.
19. Riffaterre M. Intertextual Representation: on mimesis as interpretive discourse // Critical Identity. – 1984. – #11 (1). – P. 141-162.
20. Alice's Adventures in Wonderland // The Wordsworth Companion to Literature in English / Ed. Ousby I. – Cambridge: Cambridge University Press, 1992. – P. 16.
21. Alice in Wonderland – Nonsense? – <http://www.echeat.com/essay.php?t=25907>
22. The Barnes & Noble Review / *Alice's Adventures in Wonderland* by R. Sabuda // Barnes&Noble.com – <http://search.barnesandnoble.com/booksearch/isbnInquiry.asp?EAN=9780689847431&z=y>
23. Carroll L. Alice's Adventures in Wonderland // The Complete Illustrated Lewis Carroll. – Ware: Wordsworth Editions, 1998. – P. 9-120.
24. Carroll L. Through the Looking-Glass and What Alice Found There // The Complete Illustrated Lewis Carroll. – Ware: Wordsworth, 1998. – P. 121-250.
25. Carroll, Lewis // Who's Who in Fact and Fiction: Nicknames and Pseudonyms. – London: George Routledge and Sons Ltd.; New York: E.P. Dutton & Co. – P. 51.
26. Darling D. Carroll, Lewis // The Encyclopedia of Astrobiology, Astronomy and Spaceflight – <http://www.daviddarling.info/encyclopedia/C/Carroll.html>
27. Lewis Carroll // The Literature Network – <http://www.online-literature.com/carroll>
28. Newman C. The Wonderland of Lewis Carroll // National Geographic. – June 1991. – vol. 179. – No. 6. – P. 100-129.
29. Through the Looking Glass // Oxford Guide to British and American Culture for Learners of English / Ed. Crowther J., Kavanagh K. – Oxford: OUP, 2000. – P. 537
30. Through the Looking-Glass // The Wordsworth Companion to Literature in English / Ed. Ousby I. – Cambridge: Cambridge University Press, 1992. – P. 925.
31. Tweedledum // Who's Who in Fact and Fiction: Who's Who in Fiction. – London: George Routledge and Sons Ltd.; New York: E.P. Dutton & Co. – P. 236
32. Unlock the Mystery of Lewis Carroll's «Jabberwocky» // wordsmith.org – <http://wordsmith.org/anagram/jabberwocky.html>
33. White L.M. Another Response to “Across the pale parabola of Joy”: Wodehouse Parodist” // Connotations – 14.1-3 (2004/2005) – P. 177-182.

Чернышенко И. А.

ЦЕННОСТИ КАК ФАКТОРЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА И ИХ ВЕРБАЛИЗАЦИЯ

На современном этапе исследования языка усилия многих лингвистов направлены на всестороннее изучение человеческого фактора в языке, национального культурного пространства через призму его отображения в языке и проявления в национальном дискурсе, сопоставление с иноязычными пространствами. Это дает возможность исследовать и описать мир в его разнообразии так, как он фиксирован в данных языках и как его видят носители этих языков. В любой языковой картине мира существуют ключевые слова и

периферийные понятия. Именно ключевые слова, к которым относятся и ценностные концепты, формируют центры концептуальных картин мира. Исследование таких ценностных констант с позиции когнитивной лингвистики позволяет выявить и описать определенные национально-специфические черты отдельных народов, приблизиться к пониманию национального менталитета.

Сегодня существует огромное количество литературы по проблематике ценностей. Так с начала XX ст. до его середины было издано более 4 тысяч книг и статей на эту тему. Однако публикации отличаются большим разнообразием подходов и некоторым несогласованием дефиниций. Поэтому у В. С. Бакирова были все основания написать: «По мере углубления в специальную литературу коллекция разных определений ценности приобретает размеры, которые пугают, отображая большую трудность, многозначность ценностных явлений, возможность их рассмотрения и анализа с разных точек зрения, в разнообразнейших плоскостях человеческого отношения к миру» [2, с. 6].

К изучению оценки и ценностной лексики обращались много философов, логиков, лингвистов (Аристотель, Платон, Б. Спиноза, Г. В. Гегель, И. Кант, Дж. Локк, Д. Юм, Н. Д. Арутюнова, В. М. Богуславский, А. Вежбицкая, Е. С. Кубрякова, Ю. С. Степанов, О. В. Кунин, В. Н. Телия, Г. И. Приходько и другие). Накоплен богатый эмпиричный материал и сформированы определенные направления исследования ценностной семантики в разных языках. Одновременно теория оценки не имеет завершенной репрезентации, что вызывает необходимость разработки проблем, связанных с ней в рамках когнитивной парадигмы.

Цель работы – исследовать ценности как факторы регулирования существования и функционирования общества, функции, которые они выполняют при этом, место, которое занимают общечеловеческие ценности среди ключевых концептов национального дискурса, структуру ценностной реальности, а также способы вербализации ценностных концептов в речи языковой личности.

Любое объединение людей для своего существования предполагает наличие общих ценностей. Именно они взаимно ориентируют действия и ожидания людей [6, с. 73]. Ценности всегда существуют как упорядоченная система, которая является важнейшей частью культуры.

В современной постановке проблема ценностей своим общим источником имеет философию И. Канта с ее разделением мира на сферу свободы и сферу необходимости. В явной же форме она была поставлена в середине XIX ст. немецким философом Рудольфом Германом Лотце (1817-1881), который ввел в научную терминологию само понятие ценности. Для него понятие ценности – момент мировой теологии. Ценностная значимость любого объекта определяется его местом и ролью в реализации мирового теологического процесса [4, с. 77].

Среди существующих подходов к рассмотрению ценностей в философии и социологии можно выделить два основных – предметный и подход «значимых отношений».

Согласно первому подходу ценностями выступают определенные фрагменты объективного мира, которые важны для удовлетворения человеческих потребностей и реализации интересов. Так, О. Г. Дробницкий писал: «Ценность – это термин, который широко используется в философской и социологической литературе для указания на человеческое, социальное и культурное значение явлений действительности» [9, с. 732]. Однако в рамках этого подхода ценности часто заменяются потребностями и интересами. Например, А. Г. Здравомыслов считает, что «... ценность – особенное общественное отношение, благодаря которому потребности и интересы человека или социальной группы переносятся на мир вещей, предметов, духовных явлений, наддавая им определенные социальные свойства, которые не связаны прямо с утилитарным предназначением этих вещей, предметов и духовных явлений» [8, с. 120]. Мы считаем, что человеческие потребности – это не какая-то слепая жажда организма. В обществе человеческие потребности окультурены, т.е. приведены в соответствие с нормой. Нормы выступают критериями оценки любых потребностей и способов их удовлетворения.

Второй подход заключается в том, что ценности как феномены общественного сознания являются отображением значимых отношений между людьми и миром. Полнее всего этот подход представлен В. С. Бакировым, который писал, что ценностное сознание «... является особенной формой отображения реальности, субъективным образом объективных значимых отношений, которые возникают между людьми и миром в процессе деятельности по освоению последнего» [2, с. 141].

Мы предполагаем, что речь идет именно про роль тех или иных явлений в жизни социального субъекта. Если «значимые отношения» можно понимать как отношения ролевые, то роли будут определяться характером и степенью участия каких-то факторов в жизни субъекта. Это означает, что роли будут ситуативными. В таком понимании тот или другой феномен будет иметь различное значение в различных обстоятельствах. Иногда в жизни человека то, что ценится меньше всего, выдвигается на первый план. Однако это не означает, что таким образом изменяется ценностная система. Таким образом, «значимые отношения» будут существенно отличаться в разных ситуациях. Если бы ценности были отображением этих отношений, то они носили бы в основном субъективный характер. В условиях ценностной анархии было бы невозможно согласование действий и ожиданий. Между тем, еще Т. Парсонс показал, что ценности можно рассматривать как символы, которые служат критериями или стандартами среди альтернативных ориентаций, открывающихся в ситуации [11, с. 12].

Таким образом, и первый и второй подходы имеют определенные противоречия и недостатки, что свидетельствует про недостаточную научную разработку теории ценностей.

Ценности как факторы регулирования существования и функционирования общества выполняют определенные функции.

Первая, на которую обращают внимание практически все исследователи, может быть названа интегрирующей. В. С. Бакиров характеризует ее следующим образом: «Функциональное предназначение ценностного сознания на социальном уровне сводится у интеграции бесконечного количества разрозненных человеческих действий и поступков в единую целостную систему практического взаимодействия социального организма с природой, систему, которая отличается особенным внутренним членением и которая существует в постоянном процессе движения к новым качественным состояниям» [2, с. 34-35].

Вторая функция связана с регулированием индивидуального поведения. А. О. Ручка определил ее таким образом: «Выступая в качестве орудия социального регулирования в нашем обществе, они (ценности) являются тем промежуточным звеном, которое объединяет поведение человека с его важнейшими социальными институтами, с его идеалами и требованиями» [7, с. 19].

Феномен ценностных ориентаций связан с тем, что человеку приходится самоопределяться в неоднородном, иногда противоречивом ценностном пространстве. В качестве критериев тут выступают разные ценностные системы. Таким образом, ценностная ориентация – это результат усвоения определенных ценностей, превращение их в «составляющие высших уровней в диспозиционной структуре направленности личности» [10, с. 368].

Третья функция – идентификационная. Самоидентификация – механизм, благодаря которому личность отождествляет себя с определенным обществом. Безусловно, самоидентификация – не просто результат свободного выбора человека. Общество, членом которого является личность, требует от своих членов определенных идентификационных практик, принуждает к ним. Кроме процессов самоидентификации и принуждения к осуществлению определенных идентификационных практик, ценности выступают моментом и условием макроидентичности (например, национального самосознания в той или другой стране) [1, с. 19]. Идентификация личности относительно определенного общества одновременно является отделением от других обществ.

Четвертая функция была выделена Т. Парсонсом и состоит в том, что ценности играют роль стандартов или критериев для отбора из существующих альтернатив, которые характерны любой ситуации действия человека [5, с. 455]. Другими словами ценности являются необходимым условием операции оценки, без которой невозможна человеческая деятельность. Без оценки невозможно понять общество. Никакое знание невозможно без явных или скрытых оценок. К скрытым оценкам относятся: идеалы, образцы, стандарты, советы, пожелания, методологические и другие рекомендации, предупреждения, просьбы, обещания, угрозы и т. д. Кроме того, ценностные отношения проявляются в различных нормах (законы государств, различные правила, команды, директивы, технические нормы и моральные нормы) [3, с. 166].

Рассмотрим вопрос структуры ценностной реальности. Ценности существуют как объективная реальность относительно отдельных индивидов. Это как бы идеальный план реально существующего общества, который оказывается чрезвычайно действующим, не действуя непосредственно. Кроме того, ценностная реальность по своей сути организована теологически. Любая низшая ценность имеет смысл, если она позволяет подниматься к ценности высшего порядка. Ценностная реальность не равноценна системе позитивных идеалов. В ней представлены также и антиценности. В современных ценностных системах обязательно существуют представления о ценностной нейтральности, хотя такие представления были далеко не всегда.

Без ценностей невозможно существование любого общества. Ценностные представления включаются как составная часть в механизм действия общественных законов. Законы невозможны без постоянного воспроизведения соответствующих практик, а это предполагает определенную стабильную систему ценностных представлений.

В рамках этого исследования нас интересуют подходы лингвистов к теории ценностей и их отображение в языковой картине мира отдельной языковой личности и целого этноса. Лингвисты сосредоточивают свое внимание на исследовании вербальных средств выражения ценностей. Субъектом является личность, социальная группа, общество, культура.

Ценности вербализуются в речи конкретной языковой личности. Они отображаются в языке, в значениях слов и синтаксических единиц, во фразеологизмах, паремиях и прецедентных текстах.

Языковая личность характеризуется определенным запасом слов, которые имеет тот или иной ранг частотности употребления и заполняют абстрактные синтаксические модели. Если модели достаточно типичны для представителя определенного языкового коллектива, то лексикон и способ говорения могут указывать на его принадлежность к определенному социуму, свидетельствовать про уровень образования, тип характера, указывать на пол и возраст и т. д.

Каждая языковая личность формируется на основе присвоения конкретным человеком всего языкового богатства, созданного предшественниками. Язык конкретной личности состоит в большей степени из общего языка и в меньшей – из индивидуальных речевых особенностей. Таким образом, изучение тезауруса языковой личности, а также совместной доминанты тезауруса для определенной нации дает возможность установить главные ценности общества и, в свою очередь, исследовать обратную связь – возможно ли, навесая определенные ценности и идеалы, формировать языковую личность в соответствии с национальными чертами и свойствами?

Подчеркнем еще раз, что духовный облик личности, мир ее ценностей, идеалов, намерений, которые выражаются в чертах ее характера и в стереотипах поведения, методе мышления, социально-жизненных целях, опредмечиваются не только в ее производственной деятельности, не только в социально-значимых поступках, а и в речевых действиях личности, ее языковом поведении, то есть в широком смысле – в текстах, которые она порождает [3, с. 69].

Делая выводы из вышесказанного, отметим, что ценности – это конструктивные принципы строения общества, это такое соотношение между частями общества, которое обеспечивает его успешное функционирование. В этом функционировании ценности выполняют интегрирующую, регулирующую, идентификационную функции и выступают в качестве стандартов для выбора человеческого действия. Без ценностей невозможна жизнедеятельность любого общества. Ценностные представления включаются в качестве составных частей в механизм действия общественных законов. Ценности – это проекты удовлетворения общественных потребностей, это ни что иное, как формы деятельности, которые ведут к желаемому результату, удовлетворяя потребности. Хотя каждая из подсистем общественной жизни имеет свои ценностные представления,

существуют ценностные системы, которые не дают противоречивому обществу уничтожить себя. Это – прежде всего, моральное сознание и другие формы мировоззренческого сознания. Между разными ценностными системами осуществляется активное взаимодействие в ходе общественной коммуникации.

Исследуя языковые единицы и их отношения можно сконструировать как отдельную индивидуальную языковую личность, так и обобщенный портрет языковой личности отдельной нации. В ценностных категориях выражены ориентация знаний, интересов, предпочтения разных общественных групп и личностей. Выявить ценностную ориентацию определенной этнической группы можно благодаря исследованиям языка, поскольку естественный язык является не только орудием оценки и носителем ценностей, субстратом их реализации, а и способен информировать про ценности, существующие в обществе, которое их использует.

Перспективой исследования является сопоставительный анализ системы и иерархии ценностей языковых личностей разных культур.

Источники и литература

1. Авраамова Е. М. Формирование новой российской макроидентичности // *Общественные науки и современность*. – 1998. – № 4. – С. 19.
2. Бакиров В. С. Ценностное сознание и активизация человеческого фактора. – Харьков: Изд-во при ХГУ издательского объединения «Вища школа», 1988. – С. 34-35.
3. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 263 с.
4. Кононов І. Ф. Етнос. Цінності. Комунікація (Донбас в етнокультурних координатах України). – Луганськ: Альма-матер, 2000. – 494 с.
5. Парсонс Т. Система координат действия и общая теория систем действия: культура, личность и место социальных систем // *Американская социологическая мысль. Тексты* / Под ред. В. И. Добренкова. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – С. 455.
6. Попович М. В. Рациональність і виміри людського буття. – К.: Сфера, 1997. – С. 73.
7. Ручка А. А. Социальные ценности и нормы (Некоторые теоретические и прикладные вопросы социологического анализа). – К.: Наукова думка, 1976 – С. 14.
8. Социологический справочник / Под общей ред. В. И. Воловича. – К.: Изд-во полит. лит-ры Украины, 1990. – С. 120.
9. ФЭС – Философский энциклопедический словарь. – 2-е издание. – М.: Советская энциклопедия, 1989. – 458 с.
10. Хмелько В. Е. Ценностные ориентации // *Социологический справочник*. – К.: Изд-во полит. лит-ры Украины, 1990. – С. 368.
11. Parsons T. *Social System*. – N.Y.: Free Press, 1964.

Четверікова О. Р.

ЛІНГВІСТИЧНИЙ ВПЛИВ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОГО ТЕКСТУ

Спілкування може здійснюватися як між людьми, що мають загальну сферу знань і уявлень, так і між людьми, котрі таких знань і уявлень не мають. Відповідно розрізняють тексти, що належать до істинно наукового (академічного) та науково-популярного підстилів. Сьогодні дослідження науково-популярного тексту є доволі малочисельними, не зважаючи на те, що цей специфічний жанр виявляється значимим. Його значимість визначається тим, що науково-популярний текст стає ланкою між спеціальною літературою, яка містить великий обсяг наукової інформації, та неспеціальною, котра спрямована на те, щоб надати інформацію неозначено-великій кількості адресатів Автор науково-популярного тексту використовує певні прийоми для того, щоб досягнення передової науки подавалися у формі, яка є найбільш сприятливою для читача, та відповідали рівню знань тих, кому вони адресовані [1; 2; 3; 5; 6]. Науково-популярний текст не переслідує цілі передати послідовне викладення наукових концепцій. Тексти даного стилю знайомлять читача-неспеціаліста з науковими даними за допомогою певної обробки нових знань [2, 147].

Науково-популярна література обслуговує більш широке поле соціального життя ніж інші різновиди масової комунікації [5; 6]. Орієнтується вона при цьому на познавальні та естетичні потреби людини. Усе це надає дослідженням науково-популярних текстів неабиякої актуальності.

Матеріалом нашого дослідження було обрано 25 оригінальних текстів означеного підстилю. Метою дослідження є розгляд лінгвістичних особливостей науково-популярного тексту порівняно з суто науковим, що здатні підсилувати його вплив на адресата.

Риси наукового тексту віддзеркалюються у науково-популярному тексті опосередковано. Це виражається у тому, що науково-популярний текст, як правило, не є безпосереднім результатом переробки та згортання конкретного наукового змісту. В цій комунікативній ситуації первинною виступає скоріше сама наукова проблема, результат її рішення.

Найчастіше предметом науково-популярного тексту стає не абияка проблема, а така, що має певну науково-соціальну значимість. Ця проблема висвітлюється у великій кількості наукових текстів, що відображають її різноманітні аспекти. Таким чином, опосередкований характер співвідношення цих видів тексту лежить у тому, що науковий текст не прямо трансформується у науково-популярний, а є перш за все, засобом розуміння сутності певної теоретичної концепції, яка згодом втілюється у відповідний науково-популярний текст, адресат якого не дорівнює адресатові наукового тексту.

Другою особливістю науково-популярного тексту є так званий «непідготовлений читач». Круг подібних читачів є недостатньо чітким і дуже часто лишається невизначеним. Їм може стати будь-яка зацікавлена людина, що бажає отримати знання, але така, що не має об'єктивних даних для успішного освоєння оригінальних наукових текстів. Такий масовий читач розрізняється за віком, статутною приналежністю, освітністю та пізнавальним і ціннісним орієнтиром тощо.

Оскільки існує градація читачів за рівнем їхньої освіти, можна припустити, що подібна градація виявляється і в науково-популярній літературі. Тексти охоплюють рівні від школяра до вченого. Відповідно до цього, завдання, що постають перед автором, є іншими, ніж у випадку з науковим текстом, коли аудиторія адресатів є запрограмованою.

Головне завдання науково-популярної літератури – ознайомити читача у доступній та сприйнятливій для неспеціаліста формі з різноманітними науковими знаннями, причому послідовне викладення наукових концепцій не визначається, як мета викладення.