

## ПАСАЖ ЯК ОДИНИЦЯ СТРУКТУРУВАННЯ ІДЕАЦІЙНОЇ ПРОМОВИ

*Д.М. Кайсіна (Харків)*

У статті викладаються результати лінгвокогнітивного аналізу принципів структурування ідеаційної промови як обмеженого часовими рамками мовлення ідеатора, укупі з невербальними комунікативно значущими діями, адресованого аудиторії (реципієнтам), безпосередньо або опосередковано включеній у ситуацію комунікації. Стратегічною комунікативною метою ідеаційної промови є втілення в соціальну практику певної ідеї через здійснення впливу на реципієнтів. Структурно-смысловими компонентами ідеаційної промови є пасажі, тобто фрагменти мовлення, що характеризуються єдиним типом викладу та лексико-граматичною гомогенністю. Результати лінгвокогнітивного аналізу дозволяють поділити пасажі ідеаційної промови на імпліцитно/експліцитно персуазивні й експліцитно/імпліцитно спонукальні. Імпліцитно персуазивні/спонукальні пасажі не містять ні прямого переконування, ні прямого спонукування, здійснюючи вплив на реципієнта шляхом розповіді життєвої історії (пасаж-наратив) або опису стану речей (пасаж-опис), які слугують опосередкованим доказом цінності ідеї й опосередкованим спонукуванням долучитися до втілення ідеї в соціальну практику. Експліцитно персуазивні/імпліцитно спонукальні пасажі містять експліцитне переконування в цінності ідеї через інформування про стан речей (пасаж-інформування), раціональне аргументування (пасаж-доведення) або вираження ставлення до стану речей (пасаж-декларування), проте не містять прямого спонукування. Експліцитно спонукальні/імпліцитно персуазивні пасажі (пасаж-імператив) містять пряме спонукування долучитися до втілення ідеї в соціальну практику, проте переконують в цінності такої ідеї лише імпліцитно.

**Ключові слова:** дискурс ідеації, ідеаційна промова, ідеація, пасаж, переконування, спонукування.

**Кайсіна Д.М. Пассаж как единица структурирования идеационной речи.** В статье изложены результаты лингвокогнитивного анализа принципов структурирования идеационной речи как ограниченной временными рамками речи идеатора, в сочетании с невербальными коммуникативно значимыми действиями, адресованной аудитории (реципиентам), непосредственно или опосредственно включенной в ситуацию коммуникации. Стратегической коммуникативной целью идеационной речи является воплощение в социальную практику определенной идеи через влияние на реципиентов. Структурно-смысловыми компонентами идеационной речи являются пассажи, т. е. фрагменты речи, которые характеризуются единым типом изложения и лексико-грамматической гомогенностью. Результаты лингвокогнитивного анализа позволяют разделить пассажи идеационной речи на имплицитно/эксплицитно персуазивные и эксплицитно/имплицитно побуждающие. Имплицитно персуазивные/побуждающие пассажи не содержат ни прямого убеждения, ни прямого побуждения, оказывая воздействие на реципиента через рассказ жизненной истории (пассаж-наратив) или описание положения вещей (пассаж-описание), которые служат опосредственным доказательством ценности идеи и опосредственным побуждением присоединится к воплощению идеи в социальную практику. Эксплицитно персуазивные/имплицитно побуждающие пассажи содержат эксплицитное убеждение в ценности идеи через информирование о положении вещей (пассаж-информирование), рациональное аргументирование (пассаж-убеждение) или выражение отношения к положению вещей (пассаж-декларирование), но не содержат прямого побуждения. Эксплицитно побуждающие/имплицитно персуазивные пассажи (пассаж-императив) содержат прямое побуждение присоединиться к воплощению идеи в социальную практику, но убеждают в ценности такой идеи лишь имплицитно.

**Ключевые слова:** дискурс идеации, идеационная речь, идеация, пассаж, побуждение, убеждение.

**Kaysina D.M. Passage as a structural component of ideation speech.** The article provides the results of linguistic and cognitive analysis of structural components of the ideation speech viewed as a time-limited verbal and non-verbal performance of the ideator addressing the audience (recipients), directly or indirectly included into the

situation of communication. The strategic communicative goal of an ideation speech is to implement some idea into social practice by exerting influence on the recipients. An ideation speech is structured in terms of passages, i.e. speech fragments characterised by a specific type of narration and also lexical and grammatical homogeneity. The results of linguistic and cognitive analysis prompt the classification of an ideation speech passages into implicit/explicit persuading and implicit/explicit urging. Implicit persuading/urging passages contain neither direct persuading nor urging and exert the influence on the recipients by telling a life story (narrative passages) or describing the state of affairs (descriptive passages), serving as an indirect proof of the idea relevance and an indirect urging to get involved in implementation of the idea into social practice. Explicit persuading/implicit urging passages involve explicit persuading of the idea relevance by informing about the state of affairs (informative passages), rational argumentation (argumentative passages) or expressing one's attitude to the state of affairs (declarative passages) but they do not contain direct urging. Explicit urging/implicit persuading passages (imperative passages) contain direct urging to get involved in implementation of the idea into social practice but they convince in the relevance of the idea only indirectly.

**Key words:** ideation, ideation discourse, ideation speech, passage, persuading, urging.

## 1. Вступ

Вивчення дискурсу ідеації спрямоване на розв'язання пріоритетної наукової проблеми встановлення і опису лінгвокогнітивних операцій, що лежать в основі комунікативної діяльності людини. Результати такого дослідження мають міждисциплінарне прикладне значення, об'єднуючи представників усіх гуманітарних наук навколо проблеми впливу на свідомість і підсвідомість людини з метою розповсюдження певних соціальних практик. Це зумовлює актуальність теми дослідження.

Мета цієї статті полягає у виявленні й описі лінгвокогнітивної природи пасажу як одиниці структурування ідеаційної промови.

Завдання статті включають: 1) лінгвокогнітивне визначення понять ідеації, дискурсу ідеації, ідеаційної промови; 2) встановлення типів структурно-сміслових компонентів ідеаційної промови; 3) опис типів структурно-сміслових компонентів ідеаційної промови у лінгвокогнітивному ракурсі.

Об'єктом статті є пасажі як структурно-сміслові компоненти ідеаційних промов, а предметом – їх лінгвокогнітивні характеристики.

Матеріалом пілотного дослідження є 10 відеозаписів промов учасників TED конференцій. TED конференція є щорічним заходом некомерційного позапартійного світового проекту "Technology, Entertainment and Design" (TED), який бере початок у 1984 році у місті Монтерей, штат Каліфорнія. Втілюючи в життя гасло «Ідеї варті розповсюдження», TED вбачає своє призначення у пошуку найцікавіших людей, які можуть генерувати ідеї та передавати їх зацікавленій аудиторії [17].

Методологічно дослідження спирається на когнітивний підхід до розуміння мови, який передбачає, що мовленнєва діяльність є одним із видів когнітивної діяльності людини, а мовні явища можуть бути адекватно розтлумачені тільки в контексті інших когнітивних процесів, як загальних біологічних, таких як перцепція, сенсомоторика, орієнтація у просторі, здатність до логічного мислення, так і соціокогнітивних, таких як здатність спільно фокусувати увагу на об'єкті, розпізнавати інтенції, імітувати інтенціональні дії тощо (Р. Ленекер, Дж. Лакофф, М. Джонсон, М. Тернер, М. Томаселло, Ж. Фоконьє).

## 2. Лінгвокогнітивні характеристики пасажів ідеаційних промов

Термін «ідеація» був запропонований Е. Гуссерлем у феноменології для позначення спрямованості свідомості людини безпосередньо на «загальне» та методу споглядання цього загального [3, с. 325]. Філософи вважають, що ідеація є обміркованим спогляданням будування понять та формування ідей. При цьому «ідеювати щось» означає споглядати саму сутність предмета, відсторонюючись від будь-яких індуктивних та дедуктивних процедур [там само, с. 634].

У психології ідеацією називають здатність та/або процес породження абстрактних або конкретних психічних відображень об'єктів, які не підлягають актуальному сприйняттю, так званих, «відсутніх стимулів» (тобто процес формування абстрактних понять або уявлень), а також здатність та/або процес довільного оперування

цими структурами свідомості [2, с. 78–84].

Дослідники відносин з громадськістю, а також маркетингологи вважають ідеацію креативним процесом генерування, розвитку та розповсюдження нових ідей, де ідея розуміється як базовий елемент думки, що може бути представленим як візуально, так і у вигляді чіткого формулювання або абстрактно [16, с. 54].

Уводячи поняття *ідеації* у систему понять лінгвістики, ми розуміємо його як процес комунікативної взаємодії, де об'єктом є ідея як думка, втілена вербальними та невербальними засобами комунікації, а суб'єктами – ідеатор та реципієнт/-и, які здійснюють когнітивно-комунікативну діяльність, пов'язану із вербальним/невербальним втіленням та інтерпретацією й прийняттям/неприйняттям ідеї, відповідно.

Термін «когнітивно-комунікативна діяльність» розширює тлумачення дискурсу, передбачаючи включення до розгляду контекстуально прив'язаних лінгвокогнітивних операцій інтерсуб'єктного творення дискурсивних смислів, актуалізованих комплексом вербальних і невербальних засобів. Відтак, під *дискурсом ідеації* ми розуміємо когнітивно-комунікативну взаємодію ідеатора і реципієнта/-ів, змістом якої є релевантність втілення у соціальну практику певної ідеї.

Відповідно, *ідеаційна промова* є структурованим й обмеженим часовими рамками мовленням ідеатора укупі з невербальними комунікативно значущими діями, яке відбувається перед аудиторією (реципієнтами), безпосередньо або опосередковано включеною у ситуацію комунікації (тобто такою, що знаходиться в одних і тих самих або різних часово-просторових координатах з мовцем). Стратегічною комунікативною метою ідеаційної промови є втілення в соціальну практику певної ідеї шляхом спричинення мовленнєвого впливу на реципієнтів.

Як і кожний усний чи письмовий текст, ідеаційна промова складається із певних структурно-сміслових компонентів. А.О. Кібрик використовує для позначення таких компонентів термін «пасаж», який визначає як фрагмент дискурсу, що характеризується лексико-граматичною гомогенністю і єдиним типом викладу [6, с. 9].

А.О. Кібрик не першим звертається до поняття пасажу. А.К. Грессер та Ш.М. Гудман викори-

стовують пасаж як інструмент літературознавчого аналізу англomовної літератури і розрізняють наративні, експозиторні (пояснювальні), персуазивні та дескриптивні пасажі [15, с. 142]. В.Ф. Брюер поділяє пасажі за структурою на дескриптивні, експозиторні та наративні, а за «силою» (force) – на інформуючі, переконуючі, розважальні та «літературно-естетичні» [11, с. 142].

Ми беремо за основу визначення терміну «пасаж» А.О. Кібрика, а також його класифікацію пасажів на оповідальні (наративні), описові (дескриптивні), роз'яснювальні (експозиторні), інструктивні та переконуючі (аргументативні) [6, с. 9], яку розбудовуємо у відповідності із специфікою аналізованого матеріалу.

Аналіз пасажів здійснюємо у когнітивному (пропозиційному) і лінгвальному: структурно-семантичному (морфологічному, синтаксичному, лексичному) та стилістичному аспектах.

Пропозицію розуміємо як елемент фрейму – абстрактної когнітивної структури (схеми), яка гіпотетично організує знання комунікантів у вигляді концептуальної сітки, що забезпечує комунікативну діяльність (продукування й інтерпретацію мовлення). *Фрейм* тлумачимо за Ч. Філлмором, як набір концептів, пов'язаних таким чином, що для розуміння одного з них потрібно зрозуміти цілісну структуру, до складу якої вони залучені [14, с. 111]. У термінах пропозиції ці концепти співвідносні з актантами/аргументами, які репрезентують предметні сутності, і предикатами, які репрезентують властивості сутностей або відношення між ними. Типова пропозиція співвідносна із предикацією, проте до пропозиції можна звести і цілий текст або фрагмент тексту [7, с. 150–151]. Між пропозиціями встановлюються каузальні або некаузальні залежності [4, с. 59–60]. Каузальний зв'язок передбачає, що дія/стан справ/явище/подія, відображені однією пропозицією, мисляться як мотив виникнення іншої дії/стану справ/події/явища, відображених іншою пропозицією [10, с. 530].

Лінгвальний рівень аналізу пасажів передбачає встановлення особливостей їх морфолого-синтаксичної структури й її лексичного наповнення. Морфологічна організації пасажів конституюється засобами втілення темпоральності (темпоральна сітка), модальності (об'єктивної і суб'єктивної –

модальна сітка) і персональності (особова сітка), які зводяться до усталеної системи координат «его/я – hic/тут – nunc/тепер» [1, с. 12]. Синтаксична організація пасажів вивчається в термінах типів характерних для них синтаксичних структур; стилістична – в термінах стилістичних засобів та прийомів (тропів).

**Пасаж-нарратив** за способом викладу інформації становить собою розповідь певної історії, як правило, із життя мовця (розповідь ведеться від імені першої особи):

*For example, I think of how one night, when I was around 12 years old, on an overnight field trip to another city, my friends and I bought Super Soakers and turned the hotel parking lot into our own water-filled battle zone. We hid behind cars, running through the darkness that lay between the streetlights, boundless laughter ubiquitous across the pavement. But within 10 minutes, my father came outside, grabbed me by my forearm and led me into our room with an unfamiliar grip. Before I could say anything, tell him how foolish he had made me look in front of my friends, he derided me for being so naive. Looked me in the eye, fear consuming his face, and said, «Son, I'm sorry, but you can't act the same as your white friends. You can't pretend to shoot guns. You can't run around in the dark. You can't hide behind anything other than your own teeth» (3).*

На пропозиційному рівні пасаж-нарратив типово містить такі елементи, як актанти (співвідносні, як правило, із живими істотами); динамічні предикати, що відображають дії/події, в яких беруть участь актанти; час та місце дій/подій. Конститутивною рисою пасажу-нарративу є зміна однієї дії/події іншою, динамічна послідовність подій у часі.

Окрім власне прямого мовлення ідеатора, пасажі-нарративи можуть містити непряме мовлення ідеатора (*Before I could say anything, tell him how foolish he had made me look in front of my friends*), а також пряме мовлення інших актантів, вкраплене в мовлення ідеатора (*Looked me in the eye, fear consuming his face, and said, «Son, I'm sorry, but you can't act the same as your white friends»*).

У морфологічно-лексичному аспекті аналізований пасаж характеризується вживанням: у мов-

ленні ідеатора – суб'єктних (*hid, came*) та суб'єктно-об'єктних дієслів фізичної дії (*bought, turned, grabbed, led, derided, looked, said*) у формі індикативу минулого часу (Past Non-Continuous Non-Perfect), а у непрямому мовленні ідеатора – у формі індикативу позаминулого часу (Past Non-Continuous Perfect); займенників 1-ої і 3-ої особи (*I, we, he*); номінацій членів родини/друзів (*my father, my friends*); словосполучень/предикацій із темпоральним (*one night, when I was around 12 years old*) та локативним значенням (*another city, the hotel parking lot*); у прямому мовленні інших актантів – дієслів фізичної дії у складі модальних інфінітивних конструкцій із значенням заборони, які є імперативними за змістом (*can't act*) й, відповідно, займенника 2-ої особи (*you*).

У граматикино-синтаксичному аспекті для пасажів-нарративів у мовленні ідеатора характерними є складнопідрядні речення із підрядними часу, які вводяться сполучниками *when* (*when I was around 12 years old... my friends and I bought Super Soakers and...*), *before* (*Before I could say anything.... he derided me for being so naive*), що вказують на відносний час дій/подій, про які йдеться в пасажі; означальні речення, які вводяться сполучником *that* і надають додаткову інформацію про ті чи інші елементи пропозиції, як наприклад, місце дії/події (*We hid behind cars, running through the darkness that lay between the streetlights*); а також прості речення із однорідними членами, вираженими дієсловами, що відображають послідовність дій/подій (*But within 10 minutes, my father came outside, grabbed me by my forearm and led me into our room*). Відповідно, між простими предикаціями, а також між підрядними означальними і головними клаузами встановлюються некаузальні відношення «додавання інформації», а між підрядними часу і головними клаузами – каузальні відношення «часові рамки дії/події як передумова дії/події і власне дія/подія».

У прямому мовленні, включеному в мовлення ідеатора, мають місце прості речення із підметом у формі 2-ої особи і складним модальним дієслівним присудком з дієсловом *can* у заперечній формі теперішнього часу із конвенціональним імперативним значенням заборони.

Синтаксичний повтор однорідних членів речення у прямому мовленні ідеатора задає ритм нарративу, полегшуючи його сприйняття. Синтаксичний повтор модальної конструкції *you can't V + Vinf* у прямому мовленні, включеному у мовлення ідеатора, акцентує множинність заборон, які обмежують свободу афроамериканців в американському суспільстві.

Щодо стилістичного аспекту, нарратив може включати ідіоматичні вирази, як наприклад *to hide behind one's own teeth*.

**Пасаж-опис** і за способом викладу інформації, і за лінгвокогнітивними характеристиками є схожим на пасаж-нарратив, проте тут немає історії:

*But growing up, I saw my parents, both religiously devout and spiritual people, pray and praise God for their blessings, namely me of course, but among others. (Laughter) They were kind and funny and patient, limitlessly patient, the kind of patience that having 11 kids forces you to have. And they were fair. I was never subjected to religion through a cultural lens. I was treated the same, the same was expected of me. I was never taught that God judged differently based on gender. And my parents' understanding of God as a merciful and beneficial friend and provider shaped the way I looked at the world. (1)*

На пропозиційному рівні пасаж-опис, як і нарратив, містить актанти (в залежності від того, хто/що є об'єктом опису, ці актанти можуть співвідноситися як із живими істотами, так і предметами), проте місце динамічних предикатів переважно займають процесуальні або статичні. Конститутивною рисою пасажу-опису є статичність у темпоральному просторі минулого.

У морфологічно-лексичному аспекті пасажам-описам є притаманним вживання дієслова-зв'язки *to be* у минулому часі як компонента складного іменного присудку з прикметниками у функції предикативу (*they were fair*) або як компонента пасивної форми індикативу минулого часу суб'єктно-об'єктних дієслів (*I was treated the same*); займенників 1-ої і 3-ої особи (*I, they*); номінацій членів родини (*my parents*); якісних прикметників (*devout, spiritual, kind, funny, patient, fair* тощо); дієслів перцепції (*saw*), ритуальної дії (*pray, praise*), кау-

зативної духовної дії (*treat, subject, shape*) у минулому часі (Past Non-Continuous Non-Perfect).

У граматико-синтаксичному аспекті для пасажів-описів характерними є прості речення із складеним іменним присудком (*And they were fair*), ускладнені вторинними предикаціями (*I saw my parents... pray and praise God*); складносурядні речення (*I was treated the same, the same was expected of me*); складнопідрядні означальні (*They were kind and funny and patient, limitlessly patient, the kind of patience that having 11 kids forces you to have*) та складнопідрядні додатку (*I was never taught that God judged differently based on gender*), що надають більше інформації про сутності, які підлягають опису. Між окремими предикаціями встановлюються некаузальні відношення «додавання інформації».

Синтаксичний повтор предикацій із складеним іменним присудком, а також із дієслівним присудком у формі пасиву полегшують сприйняття мовлення, ритмізуючи його.

**Пасаж-інформування**, як пише Р.Є. Декер, в першу чергу має інформувати читача, розкриваючи зміст ідеї. Проте він відмічає, що деякі роз'яснювальні пасажи можуть використовувати для розважання, переконання чи просто задля естетичного ефекту [13, с. 14]. Наприклад:

*Humanae is a pursuit to highlight our true colors, rather than the untrue white, red, black or yellow associated with race. It's a kind of game to question our codes. It's a work in progress from a personal story to a global history. I portray the subjects in a white background. Then I choose an 11-pixel square from the nose, paint the background, and look for the corresponding color in the industrial palette, Pantone (2).*

На пропозиційному рівні пасаж-інформування, як і пасаж-опис, містить актантів-істот або неістот (в залежності від того, хто/що є об'єктом роз'яснення), а також статичні або динамічні предикати в залежності від комунікативної мети. Конститутивною рисою пасажу-інформування є репрезентація статичних і динамічних атрибутів актантів у темпоральному просторі теперішнього часу, що включає момент мовлення й, водночас, знімає темпоральні рамки теперішнього – минулого – май-

бутнього, відображаючи ці атрибути як існуючі поза часом.

У морфологічно-лексичному аспекті пасажем-інформуванням є притаманним вживання дієслова-зв'язки *to be* у формі теперішнього часу як компонента складного іменного присудку з іменниками у функції предикативу (*Humanae is a pursuit*), а також дієслів фізичної й духовної дії у формі теперішнього часу (Present Non-Continuous Non-Perfect); займенника 1-ої особи (*I*).

У граматико-синтаксичному аспекті інформувальні пасажі характеризуються використанням простих речень зі складним іменним присудком або із простим дієслівним присудком у формі теперішнього часу. Між окремими предикаціями встановлюються некаузальні відношення «додавання інформації». Синтаксичний повтор полегшує сприйняття мовлення.

Як показує аналіз емпіричного матеріалу дослідження, у рамках переконуючого типу пасажу можна виділити доказовий та декларативний підтипи. Виділяючи ці підтипи, ми спираємося на Й.А. Стерніна, який розмежовував *доведення*, що ґрунтується на фактах і логічних аргументах, і *переконування*, що спирається на емоційний тиск: «Переконуємо ми приблизно так: «По-перше... по-друге... Повір, так воно й є! Це справді так! Й інші так думають. Я це точно знаю. Ну чому ти мені не віриш? Повір, це справді так...» і т. д. Переконуючи, ми намагаємося фактично нав'язати свою точку зору» [9, с. 65].

Аргументи переконування, на відміну від аргументів доведення, можуть апелювати не лише до раціональної сфери свідомості, але й до емоцій адресата. Якщо довести щось можна лише за допомогою істинних аргументів, то переконати можна й за допомогою фальшивих. Для переконування велике значення має інтонація, емоційність викладу. Звідси висновок про те, що аргументація (переконування), окрім логічного переконування (доведення), розрахованого на раціональне мислення й прийняття рішень, охоплює і емоційне переконування [7, с. 160], яке називаємо *декларуванням*.

**Пасаж-доведення** є мовленням, метою якого є спричинення впливу на реципієнта через раціональне обґрунтування релевантності певної думки/ідеї:

*Religious institutions are dominated by men and driven by male leadership, and they create policies in their likeness, and until we can change the system entirely, then we can't realistically expect to have full economic and political participation of women* (1).

На пропозиційному рівні аргументативний пасаж містить актантів, співвідносних з особами або предметними сутностями. Щодо предикатів, вони можуть бути як динамічними, так і статичними в залежності від тактичних комунікативних цілей. Конститутивною рисою пасажу-аргументації є те, що його зміст, незалежно від реального синтаксичного аранжування, зводиться до антецедентної та консеквентної пропозицій, пов'язаних каузальним зв'язком.

Так, у структурному плані наведений аргументативний пасаж становить собою чотирьохкомпонентне складносурядне речення із вкрапленням підрядного зв'язку. На пропозиційному рівні це речення зводиться до двох каузально пов'язаних пропозицій [Оскільки соціально-політична система мусульманських країн закорінена на владі чоловіків [для забезпечення доступу жінок до влади треба змінити систему]].

У рідких випадках аргументативні пасажі структурно співпадають із складнопірядними реченнями причини:

*We have to stop giving up our position, because by remaining silent, we allow for the continued persecution and abuse of women worldwide* (1).

У морфологічно-лексичному аспекті пасаж-аргументація характеризується вживанням дієслів як фізичної, так і духовної дії як у функції простих присудків активного/пасивного стану у теперішньому часі, так і у функції складників дієслівних модальних присудків теперішнього часу; а також використанням займенника 1-ої особи множини (*we*).

У граматико-синтаксичному плані цей тип пасажу характеризується вживанням складних речень, що можуть містити предикації, поєднані як сурядним, так і підрядним зв'язком із підрядними часу, причини тощо.

**Пасаж-декларування** є мовленням, метою якого є спричинення впливу на реципієнта через висловлення власного ставлення до існуючого стану справ:

*And I refuse to accept that we can't build this world into something new, some place where a child's name doesn't have to be written on a t-shirt, or a tombstone, where the value of someone's life isn't determined by anything other than the fact that they had lungs, a place where every single one of us can breathe (3).*

На пропозиційному рівні цей пасаж містить актантів, співвідносних з особами або предметними сутностями. Щодо предикатів, вони можуть бути як динамічними, так і статичними в залежності від комунікативних цілей. Конститутивною рисою пасажу-декларування є аксіологічність, що проявляється не у віддзеркаленні існуючого стану справ, а у вираженні ставлення мовця до цього стану справ й, імпліцитно, заклику реципієнтів розділити це ставлення.

У морфологічно-лексичному аспекті цей тип пасажу характеризується вживанням дієслів інтелектуальної дії типу *refuse* у теперішньому часі, що співпадає з моментом мовлення (Present Non-Continuous, Non-Perfect); займенника першої особи однини (*I*).

У граматики-синтаксичному плані для цього пасажу є характерними складні речення із поєднанням сурядного і підрядного зв'язку. Між окремими предикаціями встановлюються некаузальні відношення «додавання інформації».

За А.О. Кібриком пасаж, що містить в собі імператив, є інструктивним та навчальним пасажем (instructive and hortatory) [6, с. 9]. У нашій інтерпретації подібні пасажі називаємо імперативними, оскільки інструкція передбачає алгоритмічне слідування певним утилітарним діям при відсутності будь-якої емоційної або оцінної складової як з боку мовця, так і реципієнта, у той час як імператив обов'язково включає емоційність і заангажованість, а отже і аксіологічність, й відтак більшою мірою відповідає сутності описуваного феномена.

**Пасаж-імператив**, як впливає з його назви, становить собою мовлення, мета якого полягає у здійсненні прямого впливу на реципієнта:

*But we have to do it. We have no other option than to reclaim the message of human rights, the principles of our faith, not for us, not for the women in your families, not for the women in this room, not even for the women out there,*

*but for societies that would be transformed with the participation of women. And the only way we can do that, our only option, is to be, and remain, at the table (1).*

На пропозиційному рівні пасаж-імператив містить актантів, співвідносних з особами. Щодо предикатів, вони є динамічними, проте, на відміну від інших пасажів, тут вони відображають не наявність у актантів статичних/динамічних атрибутів, а бажаність наявності таких атрибутів. Конститутивною рисою пасажу-імперативу є імперативна модальність, що проявляється не у віддзеркаленні існуючого стану справ, а у вираженні бажання і волевиявлення щодо зміни цього стану справ.

У морфологічно-лексичному аспекті пасаж-імператив характеризується вживанням конструкцій з модальними дієсловами зі значенням необхідності здійснення дії у формі теперішнього часу (*have + Vinf*); займенника 1-ої особи множини (*we*).

У граматики-синтаксичному аспекті пасажам-імперативам притаманне вживання означень, які відносяться до членів речення, позначених словосполученнями із номінаціями *option/way* (вибір, шанс, шлях) (*We have no other option than to reclaim the message of human rights*) або побудова підрядних предикативу, де подібні номінації відіграють роль підметів (*the only way we can do that, our only option, is to be, and remain, at the table*). Такі синтаксичні структури містять інформацію про те, які дії необхідно здійснити, щоб використати шанс/піти вірним шляхом.

Між окремими предикаціями встановлюються некаузальні відношення «додавання інформації». Синтаксичний повтор полегшує сприйняття мовлення й, у той же час, додає переконливості.

### 3. Висновки

Ідеаційна промова, як і кожний текст, має певні структурно-сміслові компоненти, якими в дискурсі ідеації виступають пасажі, тобто фрагменти дискурсу, що характеризуються єдиним типом викладу та лексико-граматичною гомогенністю. Результати пілотного аналізу дозволяють поділити пасажі ідеаційної промови за «силою» мовленнєвого впливу на імпліцитно персуазивні (пасаж-наратив, пасаж-опис), експліцитно персуазивні (пасаж-роз'яснен-

ня, пасаж-доведення, пасаж-декларування) і спонукальні (пасаж-імператив).

Імпліцитно персуазивні й, водночас, імпліцитно спонукальні пасажі не містять ні прямого переконання, ні прямого спонукання, здійснюючи вплив на реципієнта шляхом розповіді життєвої історії (пасаж-нарратив) або опису стану речей (пасаж-опис), які слугують опосередкованим доказом цінності ідеї й опосередкованим спонуканням долучитися до втілення ідеї в соціальну практику.

Експліцитно персуазивні/імпліцитно спонукальні пасажі містять експліцитне переконання в цінності ідеї через інформування про стан речей (пасаж-інформування), раціональне аргументування (пасаж-доведення) або вираження ставлення до стану речей (пасаж-декларування), проте не містять прямого спонукання. Експліцитно спонукальні/імпліцитно персуазивні пасажі містять пряме спонукання долучитися до втілення ідеї в соціальну практику, проте переконують в цінності такої ідеї лише імпліцитно.

Перспективою подальших досліджень є встановлення відповідностей між типами пасажів та тактичною комунікативною метою мовлення ідеатора.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бірюкова Д.В. Інtrateкстові описи інтер'єру в англомовному художньому дискурсі (на матеріалі прозових творів XIX–XX ст.) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Д.В. Бірюкова. – К., 2016. – 20 с.
2. Выготский Л.С. Мышление и речь / Л.С. Выготский ; [изд. 5, испр.]. – М. : Лабиринт, 1999. – С. 78–84.
3. Гуссерль Э. Логические исследования. Т. 2. / Э. Гуссерль. – М. : ДИК, 2001. – 529 с.
4. Ільченко М.Л. Гендерна специфіка стратегій комунікативного домінування в американських передвиборчих теледебатах : дис. ... канд. філол. наук. : 10.02.04 / М.Л. Ільченко. – Х., 2013. – 253 с.
5. Кибрик А.А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе : диссертация в виде научного доклада, составленная на основе опубликованных работ, представленная к защите на соискание учен. степ. докт. филол. наук : 10.02.19 / А.А. Кибрик. – М., 2003. – 90 с.
6. Кибрик А.А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов / А.А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 2009. – № 2. – С. 3–21.
7. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Мака-

- ров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
8. Мартинюк А.П. Дискурсивний інструментарій аналізу англомовної реклами / А.П. Мартинюк // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – 2009. – Вип. 3. – С. 159–167.
9. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж : ВГУ, 2001. – 252 с.
10. Философия: энциклопедический словарь / [под ред. А.А. Ивина]. – М. : Гардарики, 2004. – 1072 с.
11. Brewer W.F. Literary theory, rhetoric, stylistics: Implications for psychology // R.J. Spiro, B.C. Bruce, & W.F. Brewer (Eds.). Theoretical issues in reading comprehension. – Hillsdale, NJ : Erlbaum, 1980. – P. 221–239.
12. Chafe W. Integration and involvement in speaking, writing, and oral literature / W. Chafe // Spoken and written language: Exploring orality and literacy (ed. D. Tannen). – Norwood : Ablex, 1982. – P. 35–54.
13. Decker E.R. Patterns of exposition / E.R. Decker. – Boston : Little Brown and Co., 1978. – 424 p.
14. Fillmore Ch.J. Frame semantics / Ch.J. Fillmore // Linguistics in the morning calm: Selected papers from the SICOL-1981. – Seoul : Hanship, 1982. – P. 111–137.
15. Graesser A.C. Implicit knowledge, question answering, and the representation of expository text / A.C. Graesser, S.M. Goodman // B. Britton & J.B. Black (eds.). Understanding expository text. – Hillsdale, N.J. : Erlbaum, 1985. – P. 142–145.
16. Graham D. Ideation: The birth and death of ideas / D. Graham, T.T. Bachmann. – Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, 2004. – 240 p.
17. TED: Ideas worth spreading [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ted.com>.

## ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Alaa Murabit: What my religion really says about women [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ted.com/talks/alaamurabit\\_what\\_my\\_religion\\_really\\_says\\_about\\_women](http://www.ted.com/talks/alaamurabit_what_my_religion_really_says_about_women).
2. Angélica Dass: The beauty of human skin in every color [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://www.ted.com/talks/angelica\\_dass\\_the\\_beauty\\_of\\_human\\_skin\\_in\\_every\\_color](https://www.ted.com/talks/angelica_dass_the_beauty_of_human_skin_in_every_color).
3. Clint Smith: How to raise a black son in America [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ted.com/talks/clint\\_smith\\_how\\_to\\_raise\\_a\\_black\\_son\\_in\\_america](http://www.ted.com/talks/clint_smith_how_to_raise_a_black_son_in_america).

## REFERENCES

- Biryukova, D.V. (2016). *Intratekstovi opisy interyeru v anhlomovnomu khudozhn'omu dyskursi (na materialy prozovoykh tvoriv XIX–XX st.)*. Avtoref. diss. kand. filol. nauk. [Intratext interior descriptions in English-language literary discourse (as exemplified on prose



- of XIX–XX c.) *Cand. sci. diss. synopsis*]. Kyiv. 20 p. (in Ukrainian).
- Brewer, W.F. (1980). Literary theory, rhetoric, stylistics: Implications for psychology. In R.J. Spiro, B.C. Bruce, & W. F. Brewer (Eds.). *Theoretical issues in reading comprehension*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, pp. 221–239
- Chafe, W. (1982). Integration and involvement in speaking, writing, and oral literature. In: D. Tannen (ed.). *Spoken and Written Language: Exploring Orality and Literacy*. Norwood: Ablex, pp. 35–54.
- Decker, E. R. (1972). *Patterns of exposition*. Boston: Little-Brown.
- Fillmore, Ch.J. (1982). Frame semantics In The Linguistic Society of Korea (eds.). *Linguistics in the morning calm: Selected papers from the SICOL-1981*. Seoul: Hanship, pp. 111–137.
- Graesser, A.C. & Goodman, S.M. (1985). Implicit knowledge, question answering, and the representation of expository text. In B. Britton & J.B. Black (eds.). *Understanding expository text*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum., pp. 109–171
- Graham, D., & Bachmann, T.T. (2004). *Ideation: The birth and death of ideas*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Gusserl, E. (2001). *Logicheskie issledovaniya [Logic research]*. Moscow: DIK Publ.
- Il'chenko, M.L. (2013). *Henderna spetsyfika stratehiy komunikatyvnoho dominuvannya v amerykans'kykh peredyborchych teledebatakh. Dyss. kand. filol. nauk [Gender specific character of communication domination strategies in American presidential debates. Cand. philol. sci. diss.]*. Kharkiv. 253 p. (in Ukrainian).
- Ivina, A.A. (ed.). (2004). *Filosofiya: entsiklopedicheskiy slovar [Philosophy: Encyclopedia]* Moscow: Gardariki Publ.
- Kibrik, A.A. (2003). *Analiz diskursa v kognitivnoy perspektive. Dyss. doct. filol. nauk [Discourse analysis in cognitive perspective. Dr. philol. sci. diss.]*. Moscow. 90 p. (in Russian).
- Kibrik, A.A. (2003). Modus, zhanr i drugie parametryi klassifikatsii diskursov [Mode, genre, and other discourse classification parameters]. *Voprosy yazykoznaninya. – Issues in Linguistics*, 2, 3–21 (in Russian).
- Makarov, M.L. (2003). *Osnovyi teorii diskursa [Discourse theory basics]*. Moscow: ITDGK Gnozis Publ.
- Martynyuk, A.P. (2009). Dyskursyvnyy instrumentariy analizu anhlomovnoyi reklamy [Discourse analysis tools of English-language advertisement]. *Linhvistyka XXI stolittya: novi doslidzhennya i perspektyvy. – XXI century linguistics: new research and perspectives*, 3, 159–167 (in Ukrainian).
- Sternin, I.A. (2001). *Vvedenie v rechevoe vozdeystvie [Introduction to speech influence]*. Voronezh: VGU Publ.
- TED: *Ideas worth spreading* (n.d.) Available at: <https://www.ted.com>.
- Vygotskiy, L.S. (1999). *Myishlenie i rech [Thinking and speech]*. Moscow: Labirint Publ.