

**Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова**

Навчально-науковий гуманітарний інститут

Кафедра прикладної лінгвістики

Дипломна робота
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему: «Знаки-символи в художньому
дискурсі Е. По: впливовий вимір
(проблеми конструювання
Інтернет-каталога)»

Виконав:

студент IV курсу, групи 4521,
спеціальності 035 «Філологія»
спеціалізації 035.10 «Прикладна лінгвістика»

Юсупов Ільмаз Шахмуратович
(прізвище, ім'я та по батькові)

Керівник:

канд. філол. наук Щербак О. В.
(науковий ступінь, учене звання прізвище та ініціали)

Рецензент:

канд. філол. наук, доцент Каленюк С. О.
(науковий ступінь, учене звання прізвище та ініціали)

м. Миколаїв
2021 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. МІСЦЕ ЗНАКІВ-СИМВОЛІВ У ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ	6
1.1 Лінгвосеміотика художнього дискурсу.....	6
1.1.1. Лінгвосеміотика як наука: основні положення.....	6
1.1.2. Лінгвосеміотичний простір художнього твору та тексту.....	8
1.2 Знак-символ як лінгвосеміотичний складник художнього твору.....	14
1.2.1. Знак як центральне поняття лінгвосеміотики.....	14
1.2.2. Знак-символ: дефініція, ознаки, функції.....	18
РОЗДІЛ 2. ЗНАКИ-СИМВОЛИ В ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ Е. ПО: ВИМІРЮВАННЯ ВПЛИВОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ.....	21
2.1 Вплив як пріоритетна функція художнього дискурсу.....	21
2.2 Семантика знаків-символів у художньому дискурсі Е. По: кластерний підхід визначення.....	30
2.3 Впливовий потенціал знаків-символів у художньому дискурсі Е. По.....	34
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБЛЕННЯ ПРИКЛАДНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	37
3.1 Електронний Інтернет-каталог як різновид вебсайту: сутність, вимоги та принципи створення.....	37
3.2 Реалізація проекту.....	40
ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49

ВСТУП

Знаки-символи як лінгвосеміотичні одиниці вже певний час становлять інтерес для наукової громади. Специфіку їхнього функціонування встановлено вже в художніх дискурсах І. Франка (див. дисертацію Л. Лемець), П. Карманського (див. дисертацію Г. Осадко), В. Шкляра, В. Бойченка, Д. Кременя та Л. Чижової (див. статті В. Желязкової), а також у фольклорному (див. словник-довідник В. Жайворонка), релігійному (див. статті І. Дмитрів) та рекламному (див. дисертацію О. Щербак) дискурсах. Проте специфіка їхнього функціонування в художньому дискурсі Е. По й досі не визначена, як і не визначений їхній впливовий потенціал. Відтак усунення цієї лакуни в лінгвістичній науці вказує на **актуальність** нашого дослідження, що визначається необхідністю систематизації та кваліфікації з погляду впливовості знаків-символів, що функціонують у художньому дискурсі Е. По. Ця проблема ще не ставала об'єктом зацікавлення науковців. Крім цього, представлення результатів нашого наукового дослідження у формі Інтернет-каталога увиразнює його актуальність, оскільки на сьогодні завдяки зусиллям мовознавців та фахівців з інформаційних технологій створено чималу кількість навчальних і дидактичних продуктів такого типу: 1) сайти словників і довідників (напр.: <http://nepravylno-pravylno.wikidot.com/>); 2) сайти для самоперевірки знань орфоєпії, орфографії, граматики, пунктуації та стилістики (напр.: <https://onlinecorrector.com.ua/uk/>); 3) сайти для пошуку адекватних варіантів перекладу слів і словосполучень (<https://slovotvir.org.ua/about>); 4) персональні сайти відомих лінгвістів (напр., персональний сайт Олександра Авраменка: <http://xn--80aafnzkiym.xn--j1amh/>); 5) сайти, що презентують науковий доробок видатних учених (напр., сайт про Юрія Карпенка: <http://karpenko.in.ua/>). Крім цього, в мережі Інтернет є вебсайти, що містять детальну інформацію про різні лінгвістичні напрями, в т. ч. і маргінальні галузі мовознавства (напр., сайт про прагмалінгвістику див. за посиланням: <https://sites.google.com/site/yazyk13/podgotovka-k-ekzamenu/pragmalingvistika>). Однак такі Інтернет-продукти зазвичай відзначаються суто теоретичним характером, хоч для більш якісної фахової підготовки здобувачам освіти потрібен ілюстративний матеріал, представлений, крім того, в зручній для його усвідомлення формі. Цю функцію якнайкраще виконують Інтернет-каталоги, що є різновидами вебсайтів, проте наділені більшими функційними можливостями. Це матиме неабияку цінність для здобувачів освіти як під час оффлайн-, так і в ході онлайн-занять.

Об'єктом дослідження є знаки-символи, що функціонують у дискурсі Е. По, а **предметом** – їхній впливовий потенціал.

Джерельною базою роботи послужили як англійськомовні (оригінальні) тексти творів Е. По («Red Death», «The Oval Portrait», «The Cask of Amontillado», «The Golden Bug», «The Murders in the Rue Morgue»), так і їхні українськомовні переклади. **Фактичний матеріал** налічує понад 160 англійськомовних слів і словосполучень, а також таку саму кількість українських мовних одиниць, зафіксованих у вищезазначених текстах і кваліфікованих нами як знаки-символи.

Мета роботи – систематизація та кваліфікація з погляду впливовості знаків-символів, що функціонують у дискурсі Е. По, для подальшого укладання відповідного Інтернет-каталога.

Досягнення поставленої мети передбачало розв'язання низки **завдань**, зокрема таких:

- 1) пояснити сутність поняття «знак-символ»;
- 2) класифікувати знаки-символи, що функціонують у дискурсі Е. По, за лексико-семантичним параметром;
- 3) здійснити огляд різновидів і технік впливу;
- 4) визначити впливовий потенціал досліджуваних знаків-символів;
- 5) укласти Інтернет-каталог.

У роботі використано чимало дослідницьких **методів**. *Описовий метод* прислужився для опису й уточнення провідних ознак і структурних особливостей вебсайтів та Інтернет-каталогів, обґрунтувати логіку етапів їхнього розроблення. *Метод формального розроблення програмного забезпечення*, а саме прийом конструктора, що застосовується в програмуванні, дав можливість створити сайт. За допомогою *методу семіотичного аналізу*, розробленого в парадигмі семіотики, вдалося ідентифікувати знаки-символи в художньому дискурсі Е. По з опертям на класифікацію Ч. Пірса. Застосування *структурного методу* уможливило визначення семантичного значення зафіксованих знаків-символів у художньому дискурсі Е. По (за методикою компонентного аналізу). Контекстуально-інтерпретаційна методика *функційного методу* разом із *методом НЛП-моделювання*, розробленим у парадигмі нейролінгвістичного програмування, посприяли визначенню впливової специфіки знаків-символів. Використання математичного *методу кількісних підрахунків* дало можливість визначити найбільш та найменш динамічні за обсягом групи знаків-символів.

Теоретичне значення роботи полягає в її потенційному внеску в такі галузі, як лінгвосеміотика та нейролінгвістичне програмування, з огляду на

те, що саме на методологічних платформах цих наук виконувалося наше дослідження.

Практична цінність роботи пояснюється можливістю використання результатів нашого дослідження під час офф- та онлайн викладання спецкурсів із лінгвостеміотики та НЛП, почасти – з дискурсології; у ході написання студентами курсових і дипломних робіт; у створенні традиційних та електронних словників.

Апробація основних результатів дипломної роботи відбулася на таких наукових заходах:

1) Всеукраїнська науково-практична конференція студентів та молодих учених «Загальна та прикладна лінгвістика у колі антропоцентричних наук» (м. Миколаїв, Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського, 3 квітня 2021 р.);

2) XVII Всеукраїнська науково-методична конференція молодих науковців «Прикладна лінгвістика 2021: проблеми і рішення» (м. Миколаїв, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, 13 травня 2021 р.).

Публікації. За результатами проведеного дослідження опубліковано одну одноосібну статтю.

Структура та обсяг роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків, списку використаних джерел (62 позиції), а також містить одну таблицю, одну схему та чотири рисунки. Повний обсяг роботи – 53 сторінки, з них основного тексту – 48 сторінок.

РОЗДІЛ 1

МІСЦЕ ЗНАКІВ-СИМВОЛІВ У ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

1.1. Лінгвосеміотика художнього дискурсу

1.1.1. Лінгвосеміотика як наука: основні положення

Лінгвосеміотика бере свій початок із семіотики як вчення про семіозис, що забезпечує теоретичні засади та поняттєво-категорійний апарат для поєднання різних підходів до розуміння «дії знаків» різної природи. Цей апарат охоплює логічно пов'язані, структурно впорядковані і чітко визначені поняття й категорії, які забезпечують систематизацію теоретичних суджень [50].

На думку дослідниці О. Селіванової, лінгвосеміотика є галуззю лінгвістики й семіотики, об'єктом дослідження якої є мовні знаки, які утворюють певну семіотичну систему. Предметом є їхнє співвідношення з позначеними реаліями чи поняттями, іншими мовними знаками та прагматикою мовлення [36, с. 120]. Також у працях цієї української лінгвістки зазначається, що етап зародження номінативної галузі в лінгвістиці характеризується певними особливостями, зокрема такими:

- філософським поясненням співвідношення речі та слова;
- пошуком семіотичної закономірності кореляції речі, її розумового, осмисленого предмета (поняття) й імені (речення);
- аналізом «відхилень» слів від речей, набуття першими внутрішніх мовних відмінностей, категоризації;
- логічним поясненням співвідношення змістових структур мови зі способами розуміння форм буття речей» тощо [там само].

Основоположниками лінгвосеміотики у Європі можемо вважати Ф. де Соссюра, а в Америці – Ч. Пірса та В. Вітні. Варто зазначити, що дослідник В. Вітні висунув концепцію довільності мовного знака у книзі «Мова й вивчення мови: Дванадцять лекцій про принципи лінгвістичної науки» 1867 р. Науковець Ф. де Соссюр уперше вживає термін «семіологія» у зв'язку з її співвідношенням із лінгвістикою: «Найважливіша реакція лінгвістики на теорію знаків, які вона відкриває, полягає в тому, що лінгвістика ознайомила семіологію з новою стороною знака: вона показала, що ми по-справжньому зрозуміємо сутність знака лише тоді, коли переконаємося, що його не тільки можна передавати, але що він самою власною природою призначений для передачі» [54].

Варто зазначити, що досліднику Ч. Пірсу належить пріоритет формулювання головних принципів семіотики й введення самого терміна

«семіотика». Науковець Ч. Моррис, який є послідовником Ч. Пірса, ввів термін «знакова ситуація», вимірами якої вважав семантику як відношення знака до поняття, синтактику як відношення знаків один до одного та прагматику як відношення знаків до інтерпретатора, – тобто увага була перенесена на потенційну інтерсуб'єктність будь-якого знака й на інтерактивність знака та суб'єкта в семіотичному акті згідно із принципами біхевіоризму.

Як зазначено нами вище, ідеї Ч. Пірса розвинув Чарльз Моррис, якого сьогодні вважають «класиком семіотики», його вплив на розвиток цієї науки був вирішальним у 1930 – 1940-х роках ХХ століття. Ч. Моррис створив загальну теорію знаків, яка представлена в науковій праці «Основи теорії знаків», яка опублікована 1938 року. Як зауважує Н. Андрейчук, у пошуках сутності знаків Ч. Моррис спирався на семіотичні ідеї попередників, зокрема Ч. Пірса, й розвинув їх у настільки вагомий спосіб, що його ім'я стало третім у списку найвидатніших семіотиків після Ч. Пірса і Ф. де Соссюра [56].

Своєю чергою, О. Селіванова зазначає, що саме у ХХ ст. розвиток лінгвосеміотики набуває нових підходів і поглядів. Послідовники Ф. де Соссюра продовжили дослідження семіозису під кутом зору структуралізму в різних напрямках: лінгвістичному, антропологічному, літературознавчому, психологічному, культурологічному (Л. Єльмслев, А. Сеше, Ш. Баллі, Р. Якобсон, А. Мартіне, К. ЛевіСтросс, Р. Барт, М. Мерло-Понті, А. Греймас й ін.) [36, с. 123].

Науковець Л. Єльмслев, спробував диференціювати семіологію та семіотику, при цьому він зберіг термін Ф. де Соссюра, під семіологією дослідник розумів наукову метасеміотику, об'єктом якої є ненаукова семіотика, – тим самим він вилучив зі сфери семіотики, з одного боку, конотативні семіотики, а з іншого боку, – ті метасеміотики, об'єктами яких є наукові семіотики (наприклад, логічні мови) [там само].

Сучасна лінгвосеміотика отримує нові вектори дослідження семіозису як комунікативно-прагматичного й когнітивного механізму, пов'язаного з етносвідомістю, культурою народу, архетипами колективного позасвідомого. Актуальними залишаються питання природи мовних знаків, їхньої типології, проблеми моделювання семіотичного механізму, залежності лінгвосеміотичних постулатів від методологічних засад дослідників, місця значення в семіотичному процесі, синтактика та прагматика мовного знака тощо. Значно розширюється спектр об'єкта лінгвосеміотичних досліджень: від слова до тексту як макрознака й далі до рівня семіотичного універсуму культури етносу й цивілізації.

1.1.2. Лінгвосеміотичний простір художнього твору та тексту

Поняття «дискурс» сьогодні доволі часто піддається науковій експлуатації та обсервації, що, як ми думаємо, пов'язано з домінантною роллю дискурсоцентризму лінгвістичної науки (Н. Кондратенко, О. Селіванова). Всупереч нашій спробі узагальнити відомості, що містяться в різних працях зарубіжних і вітчизняних учених, присвяченим питанням дослідження дискурсу, ми наштовхнулися на відсутність єдиного погляду на це поняття. Однак також помітили, що більшість науковців (Т. Ковалевська, Н. Кутуза, О. Олексюк) схиляється до думки О. Селіванової, яка запропонувала трактувати дискурс як «текст, занурений у життя» [36]. У зв'язку з цим справедливо думати, що художній твір або текст, занурений у життя, вступає художнім дискурсом, який також може досліджуватися в царині лінгвосеміотики [60]. Відзначимо, що в межах лінгвосеміотики щонайперше увага науковців зосереджується на його структурній організації, яку доволі часто пов'язують із поняттям просторовості (див. праці О. Щербак).

Початок теоретико-методологічного осмислення просторовості художнього твору пов'язаний із діяльністю представників Московсько-Тартуської школи семіотики другої половини ХХ ст., де центральною проблемою було дослідження семіотичних функцій просторових відношень у літературі, а також вивчення просторової будови картини світу, репрезентованої різними архаїчними текстами [51]. Підґрунтям для лінгвосеміотичного пояснення феномену просторової організації художнього твору стали дослідження культурологічних моделей простору: міфологічної, християнської, ньютонівської та сучасної. З'ясуємо особливості кожної з указаних моделей.

Міфологічна модель простору передбачає первинність просторових відношень, органічне існування суб'єкта (людини) та простору, наявність знакового відношення до описуваних явищ, розуміння сутності всіх предметів як знакового представлення через інші предмети, сприйняття світу як систематизованих відповідностей та зв'язків, домінування бінарних опозицій (хаос – космос), а також бачення простору як сукупності численних «комірок» [15, с. 8].

Для християнської моделі простору характерна відсутність чіткої межі між дуальними спектрами простору, єдність суб'єкта не тільки з простором, але й із часом [там само, с. 8].

У рамках ньютонівської моделі простір розуміється як тривимірна реальність, у якій існують та функціонують усі фізичні тіла. Крім того, такий простір є нескінченним, ізотропним та незалежним від часу [там само, с. 8].

І. Ньютон виокремив два види простору – абсолютний та відносний. Перший вид характеризується як «безвідносний до зовнішнього простору, завжди однаковий та нерухомий, виступаючи порожнім вмістилищем матеріальних об'єктів, у якому відбуваються усі процеси» [цит. за 19], натомість другий вид вважається «абстрактною категорією, пов'язаною з наївним образом простору, що визначається як нескінченна тяглість матеріальних об'єктів» [там само].

Сучасна модель простору вказує на такі його основні особливості, як відносність, історична зумовленість, ідеологічне наповнення концептив-складників [15, с. 8–9].

Розробляючи вчення про лінгвосеміотичний простір художнього твору, представники семіотичних шкіл послуговуються низкою характеристик, представлених у культурологічних моделях власне простору. Однак у лінгвосеміотичній науці довгий час до появи терміна «лінгвосеміотичний простір» функціонували поняття художнього простору, простору художнього твору, семіотичного простору та просторового семіозису.

Витоки вчення про лінгвосеміотичний простір художнього твору сягають філософського обґрунтування поняття художнього простору. Зокрема ще в трактатах Аристотеля «Метафізика» та «Поетика» порушено проблему просторової будови твору мистецтва. На думку давньогрецького філософа, простір має чотири сторони (верхня, нижня, права, ліва), характеризується кількісною визначеністю, а також не пересувається, тобто є статичним [34, с. 22]. В епоху Просвітництва Г. Е. Лессінг на основі ньютонівської моделі простору розробив теорію про два типи художнього простору – «власне просторовий» та «власне часовий». До першого типу філософ уналежнив такі типи мистецтва, як живопис та скульптура, а до другого – музику та літературу [15, с. 10]. Цю гіпотезу пізніше спростовано І. Гердером, який запевняв, що література функціонує «як у просторі, та і в часі». Це твердження розвинув Й. В. Гете, який встановив залежність художнього простору від роду літератури, тобто «драматург, зазвичай, пов'язаний однією точкою простору, а епічний письменник пересувається у більшому та ширшому просторі» [цит. за там само, с. 10]. Філософи ХХ ст., серед яких М. Мерло-Понті, Х. Ортега-і-Гассет, П. А. Флоренський, М. Хайдеггер, О. Шпенглер, вважали, що ХП є сукупністю властивостей та ознак твору мистецтва, які забезпечують його внутрішню єдність та завершеність, а також указують на естетичну значущість [47].

Натомість у літературному творі художній простір, на думку Ю. М. Лотмана, виступає «континуумом, у якому перебувають персонажі та відбуваються дії» [цит. за 13, с. 1219–1220]. Слід наголосити на тому, що

термін *континуум* у лінгвістиці та семіотиці тексту витлумачується як «послідовність фактів, що розгортаються в часі й просторі, причому розгортання подій відбувається неоднаково в текстах різних типів [20, с. 33]. Семіотик запевняє, що під художнім простором треба розуміти особливу модель світу конкретного письменника, репрезентовану мовою його просторових уявлень та прагматичних інтенцій [7]. Саме тому розуміння художнього простору сприяє правильному та адекватному інтерпретуванню семіотичного навантаження художнього твору, оскільки вербальні просторові одиниці як знаки та коди є семіотично мотивованими.

Зважаючи на те, що будь-який твір характеризується певним набором просторових ознак, Д. С. Лихачов зазначає, що художній простір може одночасно охоплювати як цілу низку міст чи країн, так і обмежуватися тільки однієї кімнатою [13, с. 1220]. В такому разі він сприймається реципієнтом як суто географічне середовище, що визначає зміст і форму твору, а також його ідею, тему, образи, мову.

У світлі цієї теорії дослідники Л. Г. Бабенко та Ю. В. Казарін на основі вищезазначених особливостей виокремили шість типів художніх просторів – психологічний, географічний, точковий, фантастичний, космічний та соціальний [3]. Ця типологія є свідченням того, що будь-який художній твір актуалізується шляхом безперервної взаємодії семіотичних знаків.

Подальший розвиток теорія лінгвосеміотичного простору художнього твору отримала в науковому обґрунтуванні специфіки простору художнього твору. У наукових працях О. П. Чудакова він визначається як «оригінальне і неповторне бачення речей та духовних феноменів, що репрезентуються словесно» [цит. за 46, с. 75]. Дослідник наголошує на тому, що простір художнього твору виникає, формується під впливом різних факторів (соціальних, історичних, особистісних, психологічних), розвивається, а також повністю або частково може трансформуватися.

За твердженням Й. Кестнера, під поняттям «простір художнього твору» слід розуміти «просторову організацію подій твору, нерозривно пов'язану з часовою організацією твору та системою просторових образів тексту» [цит. за 26, с. 10]. Таким чином, як стверджує дослідник, простір функціонує у творі як «оперативна вторинна ілюзія», завдяки якій просторове навантаження художнього твору втрачає свою семіотичну вагу без урахування особливостей функціонування темпоральних одиниць. Такої ж думки дотримуються вчені А. Б. Єсін, В. А. Марков, В. М. Топоров, В. І. Тюпа.

Надалі концепція лінгвосеміотичного простору розвивалася й удосконалювалася шляхом розмежування понять «семіотичний простір» та «простір семіозису».

Учений В. О. Сулімов стверджує, що семіотичний простір виступає «історично неперервним ланцюгом пов'язаних між собою відношеннями розуміння знаків або знакових систем, чи цілих текстів культури, що дає змогу для будь-якої точки історичної нарації вичленовувати та пояснювати артефакти та ментефакти тексту художнього твору» [41, с. 30]. Саме тому складові частини семіотичного простору вможливають процес швидкого та ефективного аналізу діахронічного та синхронічного аспектів художнього твору, але лише тоді, коли твір створюється автором як транслятор культурного знання. В цьому випадку характер семіозису визначають смислові коди, а також слова зі стилістичними маркерами.

Видатний науковець Ю. М. Лотман кваліфікує термін «семіотичний простір» як «не суму окремих знаків, а як умови їх існування та функціонування, що передують їм або постійно взаємодіють із ними» [23, с. 163–164]. В такому разі мова твору сприймається читачем лише як деяка точка семіотичного простору, а тому «кордони» семіотичної реальності будуть дещо розмиті, незважаючи на те, що рамки граматичної організації художнього твору є досить чіткими [там само, с. 163–164]. Це і пояснює той факт, що поза семіотичним простором мова і комунікація відсутні, а тому тільки у його межах художній текст набуває ознак твору. З позицій сучасної лінгвосеміотичної парадигми це твердження є беззаперечним доказом того, що будь-який мовний знак у художньому творі потребує доповнення просторовими кодами.

У наукових статтях Л. Ф. Чертова описано специфіку простору семіозису, що визначається функціями візуально-просторового каналу зв'язку [51]. Для такої лінгвосеміотичної сполучуваності характерно набувати суттєві топологічні властивості, крім часової організації лінійної послідовності знаків (Ф. де Соссюр), на рівні синтактики, а також використовувати на рівні семантики не тільки умовні знаки, але й знаки-сигнали та знаки-індекси (М. П. Кочерган).

Зауважимо, що семіозис – це «процес означування, у межах якого відбувається не лише знакоутворення, але й комунікативний розвиток самого знака» [34, с. 12]. У наукових розвідках Ч. С. Пірса зазначено, що семіозис є «тріадичною дією знака або процесом, у ході якого знак чинить когнітивну дію на свого інтерпретатора» [цит. за 14]. Вперше теорію про два типи семіозису сформульовано Е. Бенвеністом, який розмежував власне семіотичне означування (семіологічне) та семантичне. Тому в лінгвістиці

семіотична категорія простору за рахунок її вербальної репрезентації в тексті художнього твору трансформується в семантичну. Семантичний складник простору семіозису передбачає розуміння значень мовних форм, а також інтерпретацію простору, у межах якого й зафіксовано всі форми мовних одиниць [13, с. 1220].

У семіотиці під текстом прийнято вважати «складно організований знак, що містить сукупність усіх комунікативних сигналів будь-якої форми» [50, с. 84]. Заслуговує на увагу й твердження О. А. Чувакіна, який трактує текст як «складний знак (знакову послідовність), що характеризується нескінченною тривалістю, вміщуючи не тільки теперішнє, але й минуле, та існує як нескінченна знакова трансформація, смисл якої задає простір і час» [52, с. 93]. Однак Т. В. Радзієвська зазначає, що текст є структурною одиницею культурно-семіотичного простору, співвідсною із символічними цінностями та логічними зв'язками [33, с. 6]. Тому будь-який вербальний текст, на думку С. О. Борисової, можна розглядати у трьох вимірах: по-перше, текст є об'єктом простору; по-друге, текст репрезентує власний простір; по-третє, текст виступає як один із способів опису існуючого чи уявного простору [6, с. 158]. Звідси випливає, що простір семіозису є процесом встановлення меж у тексті художнього твору та виділення його динамічності або статичності, оскільки текст є елементом певного простору та носієм його основних і додаткових смислів.

Зауважимо, що однозначного витлумачення поняття лінгвосеміотичного простору на сьогодні немає, що дає змогу в ході семіотичного прочитання художнього твору враховувати всі аспекти простору як текстової категорії. Ця проблема активно дискутувалася у працях К. В. Агурєєвої, М. М. Бахтіна, Л. С. Гуревич, Л. М. Кольцової, Ю. М. Лотмана, В. О. Лукіна, О. А. Луніної, Ю. В. Мазурової, В. О. Сулімова, В. М. Топорова, Б. А. Успенського. Проте в цій роботі під ЛСП розуміємо сукупність лінгвістичних та дискурсивних засобів, що об'єктивують комунікативно-прагматичну установку адресата тексту, вказуючи на межі семіотичної реальності шляхом розшифрування комбінації знаків та кодів різних типів, а також за допомогою інтерпретації інтра- та екстралінгвістичних одиниць, тобто їхніх змісту та форми вираження.

Сучасна лінгвосеміотична наука послуговується цілим комплексом різноманітних систем, що визначають лінгвосеміотичний простір художнього твору. Тому структура семіопростору може бути зумовлена, за визначенням Л. Ф. Чертова, такими конститuentами, як візуально-просторовий, синестетичний, перцептивний, предметний, предметно-функціональний, соціально-символічний та природно-символічний коди [51]. Слід зазначити,

що візуально-просторовий код регулює зв'язок між формами візуального та інтепретаційного представлення у свідомості реципієнта; синестетичний – співвідносить зорові відчуття з відчуттями інших типів модальностей; перцептивний – здійснює процес розгортання оптичних даних під час сприйняття об'ємних форм реального чи ірреального світу; предметний – уможливорює процес категоризації просторових форм із їхніми культурними смислами; предметно-функціональний – дає змогу розпізнавати видимі форми предметів як носіїв певних функцій; соціально-символічний – створює можливість для аналізу зв'язків між конотативними значеннями видимих форм простору та їх соціальними ролями; природно-символічний – пов'язує видимі об'єкти простору з їхніми міфологічними смислами [там само].

У свою чергу, дослідник В. Ньот у семіотичній тектоніці лінгвосеміотичного простору тексту художнього твору виокремлює такі елементи: точки, що формуються за рахунок географічних метафор точки, пункту, місця, а також дейктичного слова «тут»; лінії, що поєднують кінцеві точки висловлювання, можуть бути основними (далі, там, у подальшому) та направляючими (вище, нижче); поверхні, що вказують на шлях розвитку дії в тексті та встановлюють паралелі; тіла (предмети, об'єкти чи їх фрагменти) [25, с. 40–42].

Вагомим для лінгвосеміотики є твердження С. О. Борисової, яка наголошує на тому, що структуру художнього твору треба визначати на основі будови його текстової організації, оскільки «текст здатний породжувати свій простір – текстовий, який є багат шаровим та потребує детального дослідження всіх складових частин його компонентів, що функціонують як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівнях» [6, с. 158]. Тому лінгвосеміотичний простір складається з двох просторів – зовнішнього та внутрішнього. Зовнішній простір тексту – це складова ознака його загальної «просторовості», що лежить на поверхні та розміщується у перцептивній зоні учасників комунікації. Натомість внутрішній простір тексту не піддається візуальному сприйняттю та осмисленню [там само, с. 158–159].

Лінгвосеміотичного статусу простору художнього твору, як наполягає С. О. Борисова, надають такі параметральні характеристики, як розмір, об'єм, лінійна тяглість, відносна неперервність, глибина, а також можливість його виміру в просторових термінах «великий / малий», «довгий / короткий», «вверх / вниз», «ліворуч / праворуч» тощо [там само, с. 159]. Дослідницею вставлено, що «за допомогою математичних операцій можна визначити кількість різнопорядкових елементів, що й утворюють простір тексту, – букв, слів, речень, абзаців, сторінок. Ці знаки сприймаються або зорово (за

звичайного способу прочитання за допомогою органів зору), або тактильно (у випадку, коли текст набрано спеціальними знаками)» [там само, с. 159]. Таким чином, широкий спектр ознак лінгвосеміотичного простору художнього твору є лише підтвердженням того, що художній твір має текстовий генезис та семіотичний статус, сформований за рахунок полікодовості та багатознаковості формального та змістового оформлення.

Отже, феномен просторовості художнього твору ще з давніх часів привертав увагу філософів, мовознавців та літературознавців, на що вказують розвідки сучасних дослідників, присвячені вивченню онтології поняття «лінгвосеміотичний простір». Простір тексту як фрагмент авторської та читацької картин світу має комплексну природу. Проте одностайної думки щодо його структурних компонентів серед учених на сьогодні немає. Це викликано різними поглядами на витоки лінгвосеміотичного простору, оскільки у рамках міфологічної моделі, що вказує на первинність простору, відповідний простір може формуватися за допомогою кодів; у християнській моделі, де наявний взаємозв'язок простору та часу, складається з двох просторів – зовнішнього та внутрішнього; ньютонівська модель, що ґрунтується на розумінні простору як тривимірної площини, визначає структуру як геометричну фігуру; а сучасна модель у межах тексту художнього твору задається цілою низкою просторових концептів. Інтерпретація тексту відбувається шляхом переходу «від речового простору лінійної форми тексту до абстрактного нелінійного простору його структури».

1.2. Знак-символ як лінгвосеміотичний складник художнього твору

1.2.1. Знак як центральне поняття лінгвосеміотики

Поняття *знак* у сучасній науковій парадигмі розглядається як «двостороннє утворення, що становить єдність мисленнєвого змісту (означуваного) та звукової (або графічної) форми – означника» [43, с. 65]. Однак першу дефініцію цього поняття сформульовано ще в V ст. у трактаті св. Августина «Про християнське вчення», який назвав знаком «річ, яка, незважаючи на свою форму, що виражається в почуттях, дає змогу із себе впізнати щось інше» [8, с. 25–27]. Це визначення стало поштовхом для подальших загальносеміотичних досліджень знаків мови.

Зауважимо, що в лінгвістиці процес теоретичного осмислення мовного знака пройшов три етапи. Так, перший етап бере початок із феноменологічної філософії І. Канта й Е. Гуссерля, де мовний знак повністю ототожнюється зі знаками немовних систем. Ці ідеї розроблено Ч. В. Моррисом. Другий етап відомий як операціональна чи логіко-

психологічна течія, у межах якої мовний знак є не матеріальною одиницею, а «пучком» функцій цієї одиниці, тобто результатом її функціональних властивостей. Такого кута зору дотримувався Л. Т. Єльмслев. І лише на третьому етапі, що виокремився в білатералістичну течію, мовний знак розглядається вже як двостороння сутність, складена з позначувального (психічне відображення звукової форми мовної одиниці) та позначуваного (значення мовної одиниці). Саме ця течія, основні принципи якої закладено Ф. де Соссюром, лягла в основу знакової теорії мови [16, с. 190–191].

В семіотичній концепції Ч. С. Пірса знак тлумачиться як «об'єкт, що, з одного боку, перебуває у відношенні до свого об'єкта, а з іншого – до своєї інтерпретанти так, щоб поставити інтерпретанту в таке відношення до об'єкта, що відповідає його [знака] власному відношенню до цього об'єкта» [29, с. 171]. Інше, не менш вагоме, визначення знака дає Т. М. Дрідзе, яка розглядає його з позицій соціальної комунікації, трактуючи як «комунікативну подію, що об'єднує репрезентант, об'єкт й інтерпретант» [28]. Проте спільним у всіх концепціях знака є його розуміння як «єдності форми, що представляє, заміщує певний предмет, та інформації про нього» [24, с. 8]. Таку думку висунуто В. О. Лукіним, однак аналогічні твердження є домінантними в наукових розвідках Г. В. Вдовіної, Л. Г. Зубкової, О. С. Нікітіної, Г. Г. Почепцова.

Зазначимо, що унікальність феномену знака визначається спектром його властивостей. Зокрема Ф. де Соссюр до головних рис знака зарахував довільність (невмотивованість) і лінійність, а Ю. С. Маслов до таких ознак уналежнив протиставленість знака в одній системі іншим знакам, а також наявність внутрішньої структури з різним ступенем складності [10, с. 190].

У лінгвосеміотичній практиці відома спроба визначення структурної організації знака, внаслідок чого розроблено три знакові моделі – дідична, тріадична й пентадична. Розглянемо їх детальніше.

Дідичну модель запропоновано швейцарським лінгвістом Ф. де Соссюром, який у знаку вбачає два структурних елементи:

- означуване (форма, яку набуває знак) ;
- означення (поняття, яке він репрезентує) [1].

Крім того, дослідник постійно наголошував на тому, що значення знаків виступає «розташуванням у їхньому систематичному відношенні одне до одного <...>, оскільки значення знака залежить від його відношень з іншими знаками у межах системи, знак не має ніякого «абсолютного» значення, незалежного від контексту, в якому він застосовується» [11]. Проте в межах цієї теорії знак може мати два типи значень – денотативне та конотативне.

Так, денотативне значення знака є його «буквальним, універсальним, загальноприйнятим значенням, що у відносно незмінному вигляді поділяється та розуміється усіма потенційними учасниками комунікації незалежно від їхніх культурних настанов, забобонів, гендерної належності, класових характеристик і статусних позицій» [32, с. 9]. Таким чином, денотативний аспект ЛСП художнього твору вказує на передумови його створення, а також ті кодові та субкодові одиниці, що є абсолютно зрозумілими для читацької аудиторії.

У свою чергу, конотативне значення знака – це «та специфіка його значення, що виникає в рамках конкретної культури та містить усю сукупність соціокультурних асоціацій, зумовлених цим знаком у конкретного індивіда залежно від його класової, гендерної належності, ідеологічних пристрастей тощо» [там само, с. 9]. Таке значення можливо визначити в художньому просторі за наявності в ньому індивідуально-авторських кодів або субкодів.

Тріадичну модель знака розроблено американським філософом і логіком Ч. С. Пірсом, який у структурі знака виокремив три компоненти:

- репрезентамен – форму, яку приймає знак (необов'язково матеріальну);
- інтерпретанту – смисл, одержаний зі знака;
- об'єкт – те, на що посиляється знак [1].

Наведена модель знака, що ґрунтується на дефініції поняття, дала підстави дослідникові визначити в його структурі основні принципи системного функціонування. Так, за принципом категорійності знаки можуть набувати таких властивостей: квалісайд (знак, який має природу явища), сінсайд (індивідуальний об'єкт) і легісайд (знак загальної природи) [29, с. 171]. Проте за принципом відношень знаки здатні виконувати функції реми (терміна у відношенні до діцисигнуму, що виступає висловленням, та до аргументу, який є роздумом), діценту або діцисигнуму (висловлення, визначення чи заповнена рема) чи аргументу (умовивід або силогізм) [там само, с. 173]. Беручи це до уваги, цілком справедливо припустити, що структурна організація кодів і субкодів є абсолютно тотожною до тріадичної знакової моделі, адже в художньому творі також можуть функціонувати знакові системи, які мають природу явища, загальний генезис або виступають індивідуальним об'єктом простору чи слугують ремою, висловленням, аргументом.

Принципи пентадичної моделі мовного знака сформульовано радянським філологом Р. Г. Піотровським, який встановив п'ять складників у знаковій тектоніці, а саме:

- ім'я (означуване);
- денотат (образ конкретного предмета);
- десигнат (концепт, смисл, поняття);
- конотат (експресивно-оцінні, естетичні і т.п. значення);
- прагматичні потенції [32, с. 212].

Варто сказати, що така структурна схема знака абсолютно заперечує його двоаспектний характер, оскільки перший компонент лінгвіст зараховує до плану вираження, наступні три – до плану змісту, а останній – уналежнює до плану інтерпретації знака [там само, с. 212]. Таким чином, пентадична модель, на нашу думку, вказує на складність знака як семіотичного явища, що входить до складу коду, а також уможлиблює процес більш детального аналізу кодової організації ЛСП художнього твору з урахуванням семантичних, синтаксичних та прагматичних відношень.

На основі вищенаведених концепцій створено різні типології та класифікації знаків, якими активно користуються відомі теоретики мовознавства та семіотики зокрема.

Вперше знакову класифікацію здійснено Ч. С. Пірсом, який виокремив 10 типів знаків, де найголовнішими вважаються іконічні, індексальні та символічні [29, с. 226]. Зокрема іконічний знак, за твердженням основоположника семіотики, виступає «знаком, який наводить на об'єкт, що він позначає» [там само, с. 185]. Іншими словами, іконічні знаки відрізняються тим, що їхня форма та денотат рівнозначні чи певною мірою схожі один на одний [27, с. 11].

Індексальний знак дослідник трактує як «знак, що відсилає до об'єкта, який він позначає, на основі того, що на нього дійсно впливає цей об'єкт» [29, с. 186]. Тобто під час дешифрування індексів необхідним є момент домислювання, оскільки ми не маємо тотожності знака та позначуваного ним предмета.

Символічний знак у трихотомії Ч. С. Пірса виступає «знаком, що відсилає до позначуваного ним об'єкта за законом – зазвичай, асоціації загальних ідей <...>, щоб змусити нас інтерпретувати символ як посилання на цей об'єкт» [там само, с. 186]. На думку О. О. Селіванової, у межах цього знака встановлюється довільний зв'язок з об'єктом позначення. Знаки такого типу вважаються умовними чи конвенційними через те, що їхній денотат пов'язаний із формою вираження за встановленням певної домовленості між позначуваними ним предметами [36, с. 537]. Інколи такий зв'язок між знаками встановлюється спонтанно під час вираженням автором тексту власного бачення навколишнього світу.

Слід зауважити, що вищенаведена класифікація вважається універсальною, а тому лягла в основу багатьох сучасних типологій знаків. Зокрема М. І. Кондаков, спираючись на загальні положення Ч. С. Пірса, також виокремлює три типи знаків – зображення, індекси й символи. Н. В. Уфимцева поділяє всі знаки на п'ять типів – ознаки й умовні знаки (коди), а також сигнали, симптоми та власне знаки (мовні знаки). У класифікації О. Т. Хроленка подано два типи знаків – симптоми й сигнали. Однак В. І. Кодухов пропонує спочатку поділяти знаки на дві великі групи – природні (знаки-ознаки) та штучні (знаки-інформатори), а потім вводить ще один тип знаків – знаки-субститути (умовні позначення). Натомість А. О. Ветров вважає за доцільне встановлювати диференціацію між мовними та немовними знаками [10, с. 184–187]. Заслуговує на увагу й типологія В. О. Лукіна, який до знаків пірсівської тріади вналежнює ще й мотивовані та метамовні знаки [24, с. 13–14].

1.2.2. Знак-символ: дефініція, ознаки, функції

На думку дослідниці С. Альботи, символ інтерпретують як середню ланку в ієрархії *поняття – символ – образ*. Символ, «перебуваючи між поняттям і образом, водночас передає багатозначність денотату, використовуючи образні засоби, однозначність образу, використовуючи понятійні засоби» [за 54].

На думку науковця О. Лосєва, символ – це різновид знака: «символ є розгорнутим знаком, але знак є також нерозгорнутим символом, його зародком» [56].

На думку дослідника М. Мамардашвілі, в сучасній науці тривають дискусії щодо глибини смислу символу. За однією з гносеологічних теорій, символ як знак є універсальним інструментом пізнання світу, а за однією з онтологічних, символ вважають самостійною категорією за межами знаковості, яка може бути лише зрозумілою, але не пізнаною [61, с. 54].

Дослідниця О. Селіванова наголошує, що варто розглядати визначення символу, запропоноване Ч. Пірсом: «символи – знаки умовного, довільного зв'язку з позначеним». Мовні знаки переважно є символами, довільними замінниками змісту, який вони закріплюють за певною формою, однак ця довільність не поширюється на мотиваційний зв'язок знаків у межах певної мовної системи [36, с. 124].

Слід також зазначити, що знаки-символи – це знаки, що фізично не зв'язані з об'єктами, які вони позначають. Їхні значення встановлюються переважно за умовною згодою. У зв'язку з цим вони набувають статусу умовного позначення і всезагального правила.

На думку науковця Б. Домбровського, знаки-символи – це щось конкретне (предмет, образ), те, що має свій особистий зміст і, разом з тим, відображає дещо загальне, абстрактне (поняття, ідею, гіпотезу, концепцію). «Чистий» знак відрізняється від знака-символа тим, що перший просто позначає об'єкт, проте сам не має особистого змісту, не несе якоїсь додаткової смислової інформації, що її можна інтерпретувати, тоді як знак-символ узагальнено, абстрактно відображає предмети та їхні властивості, а також явище через свій особистий зміст, і встановлює певні відношення схожості, подібності між різними предметами та явищами. Знаками-символами можуть стати реальні індивіди, які в силу своїх соціально-психологічних особливостей в певних соціальних умовах є носіями загальних і абстрактних ідей. Наприклад, в історії людства давньогрецький філософ Сократ сприймається як символ мудрості [2, с. 10].

У дослідженнях, присвячених проблемі знаків і символів, можна виокремити два розуміння терміна «знак». По-перше, широке значення, коли термін «знак» є родовим по відношенню до його різновидів. За такого підходу будь-яка «форма вираження думки або речі» виступає як знак; види знаків розрізняються залежно від характеру відношень знака до позначення об'єктів. Дослідник Б. Домбровський зазначає, що найбільш поширеною є класифікація Ч. Пірса, в якій знаки діляться на іконічні (копії об'єкта) і символи (зв'язок знаків з об'єктом умовна, наприклад, знаки в певній системі мови) (детальніше про це див. попередній параграф). Цей підхід до визначення знака, що відбивається в класифікації, реалізується як в семіотичній, так і в філософській літературі. По-друге, «знак» у вузькому розумінні є видовим поняттям поряд з символом [там само].

Рисами мовних знаків дослідники вважають:

- 1) двобічність / однобічність;
- 2) системність як залучення знака до кодової системи з огляду на його синтагматичний та парадигматичний взаємозв'язок з іншими знаками мови;
- 3) відтворюваність як здатність повторюватися в цілісному, стійкому, фіксованому вигляді;
- 4) інформативність як придатність до передачі інформації;
- 5) здатність до узагальнення, відображену в можливості знака репрезентувати не лише конкретний референт, а й клас однорідних референтів;
- 6) комбінаторність як властивість до сполучення з іншими знаками;
- 7) довільність відносно позначуваного;
- 8) немотивованість / мотивованість іншими знаками мовного коду тощо [36, с. 124].

Отже, символ трактують як знак, який щось позначає, і водночас як художній образ, що відображує закріплену за ним ідею. Дослідниця С. Альбота зауважує, що як тип знака символ не передбачає прямої вказівки на денотат. Формуються смисли, які в повсякденному житті перетворюються в усталену норму: церква як символ Бога, спасіння, надії. Смислова перспектива символу необмежена, якщо розглядати його в усіх часових і культурних зрізах. Символ принципово багатозначний, тобто допускає численні інтерпретації. Основними ознаками символу є його конвенційність, канонічність, багатозначність, інтерпретативність, діалогічність, динамічність, безмежність, культурна маркованість, формальність, значущість, асоціативність [56].

РОЗДІЛ 2

ЗНАКИ-СИМВОЛИ В ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ Е. ПО: ВИМІРЮВАННЯ ВПЛИВОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

2.1. Вплив як пріоритетна функція художнього дискурсу

За визначенням тлумачного словника, вплив – це «дія, яку певна особа чи предмет або явище виявляє стосовно іншої особи чи предмета» [43, с. 751]. Своєю чергою, мовленнєвий вплив передбачає «зміни смислових структур, оцінок, поведінкових моделей і психофізіологічних процесів реципієнта в результаті мовної дії суб'єкта комунікації» [53, с. 6].

Дослідники стверджують, що за допомогою шаманських ритуалів впливали на людину ще в Давньому Єгипті, Сирії, серед шумерів. Замовляння, обрядові співи, буддійські мантри, біблійні тексти, православні молитви є зразками впливових текстів в різних культурах. І. Черепанова з цього приводу зазначає, що «осягнути феномен впливу можливо за умови поєднання давніх, закріплених масовою свідомістю, магічних текстів та математично точних сучасних лінгвістичних методів». У зв'язку з цим мову розглядають як головний інструмент впливу (Й. Дзялошинський, Л. Мурзін), а теорію впливу вважають міждисциплінарною галуззю, складовою якої є теорія мовленнєвого впливу (О. Селіванова) [54, с. 156].

Феномен впливу вже тривалий час є об'єктом уваги психологічних, соціологічних, культурологічних, політичних і лінгвістичних розвідок, про що свідчать, зокрема, праці Ф. Джефкінса, Т. Дрідзе, Н. Непійводи, Г. Почепцова, В. Різуна, Т. Смирнової та ін.

На сьогодні доволі ґрунтовно теорію впливу на людину розроблено у психології, адже тут задіяні психічні процеси обох комунікантів. У психологічному термінологічному словнику вплив визначають як «різноманітні способи вербального і невербального емоційно забарвленого тиску на особистість задля створення в неї певного стану чи потягу до спеціальних дій» [5, с. 70]. Дослідники стверджують, що вплив скеровано на «психічну сферу реципієнта з метою зниження рівня його свідомості і критичності при сприйнятті та реалізації навіюваного йому змісту спілкування» [6, с. 3]. З огляду на те, що реципієнт (той, на кого скеровано вплив) має власну позицію, власні думки та може протидіяти впливу, ініціатор впливу може піти двома шляхами: змусити адресата виконати необхідні дії, тобто зламати супротив, або спробувати замаскувати вплив, який не викликав би ворожого ставлення. Так, у психології розрізняють спрямований (або прямий) вплив – навіювання та переконання, і

неспрямований (прихований) – маніпуляція [22, с. 42]. Розглянемо ці поняття детальніше.

Навіювання, або сугестію дефінують як «процес впливу на психічну сферу людини, пов'язаний з істотним зниженням її критичності до інформації, що надходить, відсутністю прагнення перевірити її достовірність, необмеженою довірою до її джерел» [39, с. 350]. Метою переконання як ще одного різновиду впливу на психіку індивіда є спрямоване зняття своєрідних фільтрів на шляху інформації до свідомості та почуттів людини через звернення до його критичного судження [там само, с. 350]. В цьому контексті також додамо, що прямий вплив на адресата часто не досягає успіху, адже людині не подобається нав'язування їй чужої думки, втручання в приватне життя, порушення меж особистої свободи тощо. З метою подолання психологічних бар'єрів реципієнта ініціатори комунікації використовують прихований вплив – замасковане управління, за якого приховують справжню мету від особи. «Такий вплив набагато ефективніший за прямий наказ, оскільки він не викликає протидії з боку реципієнта. Крім того, прихований вплив завжди має маніпулятивний характер» [58, с. 49]. Однак остання теза і досі викликає чимало дискусій серед науковців.

Зокрема, О. С. Попова вважає, що поняття прихований і маніпулятивний вплив – не ідентичні [32, с. 9]. Так, якщо суб'єкт впливу «переслідує свої особистісні, корисні цілі, котрі можуть нанести шкоду об'єкту впливу, – це маніпуляція; якщо ж суб'єкт ставить перед собою мету допомогти реципієнту так, щоб він цього не усвідомлював, не помічав способів цього впливу (наприклад, на сеансі у психотерапевта), – це неманіпулятивний прихований вплив. Так, у педагогічному дискурсі (при вихованні та навчанні дітей), у діловому дискурсі (при спілкуванні між начальником та підлеглими) у більшості випадків ідеться про прихований вплив, а не про маніпуляцію» [там само, с. 9]. Н. В. Кутуза підсумовує і зазначає, що «маніпулювання може бути відкритим і прихованим, як і інші різновиди впливу, а головною диференційною ознакою маніпулятивності є власне мета маніпулятора» [21, с. 181].

На відміну від інших різновидів впливу маніпулятивний вплив має такі ознаки: реципієнт не усвідомлює, що щось відбувається; не аналізує критично інформацію; не має можливості висловити власну позицію; має обмежену свободу під час прийняття рішень; зміст впливу є морально прийнятним. Отже, маніпулятивний вплив відрізняється від інших різновидів впливу за параметрами моральності, усвідомленості, критичності та соціальної автономності [5, с. 86].

Маніпулятивний вплив можуть реалізувати особистості у стосунках між собою, а також комунікатори можуть діяти на рівні масової свідомості (у політичному, рекламному дискурсах, у мас-медіа) у тоталітарних і демократичних суспільствах, під час політичних кампаній, для реклами товарів / послуг [44, с. 49].

Потужний вплив на великі групи людей у процесі масовій комунікації здійснюється за допомогою поєднання вербального компоненту (мовленнєвий вплив – далі – МВ) з невербальними, екстралінгвальними та іншими складниками, що в сукупності формують комунікативний вплив (далі – КВ). Вагомим є і канал комунікації у процесі здійснення КВ, адже, наприклад, кожний із видів ЗМІ має свій спектр потенційних можливостей впливу [21, с. 157].

КВ скеровано на індивідуальну / колективну свідомість / підсвідомість; йому приманна мотиваційна зумовленість, цілеспрямованість, характерна для комунікації загалом; він має на меті зміну поведінки, мислення, психофізіологічних процесів, оцінки адресата тощо. Крім цього, як уже зазначалося вище, КВ має комплексний характер, тобто містить мовленнєвий, невербальний та екстралінгвальний складники, де мовленнєвий є домінантним, а також має складну природу, зумовлену неподільною єдністю нейрофізіологічних, психологічних і лінгвістичних компонентів у його архітектоніці [17, с. 158]. Цю тезу повністю підтримують Т. Ковалевська та її учні – Н. Кутуза, А. Кисельова, М. Столяр, М. Славінська, О. Щербак та ін.

Зважаючи на характер фактичного матеріалу нашого дослідження доцільним вважаємо скерувати вектор уваги на поняття МВ, який, вслід за Н. Кутузою, витлумачуємо як мовленнєву дію, що має на меті подолати «захисний бар'єр» адресата з подальшим корегуванням / зміною його поведінки, настанов, поглядів, уподобань та ін. [21, с. 158].

Сьогодні МВ уже простежено у різних комунікативних ситуаціях, зокрема, у риториці, у діловому спілкуванні, в освітньому середовищі. Реклама як один із засобів просування товару на ринку також тісно пов'язана з наукою про МВ.

Сучасний стан вивчення МВ відзначається підвищеною увагою як українських, так і зарубіжних науковців, які спираються не лише на класичні мовознавчі напрями (риторика, стилістика), а й залучають новітні лінгвістичні дисципліни, що мають передусім маргінальний характер (прагмалінгвістика, сугестивна і комунікативна лінгвістика, нейролінгвістичне програмування, когнітивна, нейро- та психолінгвістика, лінгвосеміотика тощо) [18, с. 33].

Усвідомлюючи важливість лінгвістичної кваліфікації МВ розглянемо основні мовознавчі напрями, у межах яких його детально вивчають.

Із часів Давньої Греції до XX ст. **риторику** вважають мистецтвом навіювання, і більшість запропонованих ще в античні часи прийомів активно використовується сьогодні. Праці багатьох учених переконують, що в риториці проаналізовано психологічні механізми «непомітного мистецтва» МВ, інструменти маніпуляції суспільною думкою [22, с. 6]. Саме в межах риторики отримано висновок про те, що апеляція до емоцій людини активізує алогічне, образне сприйняття інформації. Риторичним засобом, зокрема тропам і стилістичним фігурам, внутрішньо притаманне експресивне забарвлення, яке й експлуатують для маніпулювання людською думкою / поведінкою в потрібному напрямі [21, с. 70].

В історії риторики виокремлюють такі етапи розвитку: класична риторика (у період із V ст. до н. е. – до середини XX ст. цю науку розглядають як мистецтво мовленнєвого самовираження, спілкування та впливу людей один на одного, центром взаємодії є постать оратора) і неориторика (із середини XX ст. – до нашого часу наука увібрала в себе чимало з новітніх розвідок, присвячених структурі спілкування, процесам комунікації, механізмам мовлення та його дискурсній специфіці; вагоме значення мають особливості сприйняття тексту слухачем (читачем)) [цит. за 21, с. 70].

У зв'язку з поширенням маніпулятивного впливу на свідомість людей у комунікативному просторі XXI століття предметом уваги багатьох дослідників стала т. зв. «чорна риторика», яку визначають як «маніпулювання усіма риторичними, діалектичними, евристичними прийомами, з метою спрямування бесіди у необхідне русло і підведення опонентів або публіки до бажаного для нас висновку або результату» [59, с. 5].

Вивчення впливового потенціалу мови в межах **прагмалінгвістики** сягає праць Ч. Пірса та Л. Блумфілда, які розглядали поведінку адресата як певний результат мовленнєвих й невербальних впливових стратегій адресанта. У цьому ж аспекті Дж. Остін та Дж. Серль співвіднесли іллокутивні акти з поняттям МВ [цит. за 18, с. 34].

Основними параметрами, за якими оцінюють мовленнєві акти, називають такі: 1) локуція – говоріння в сукупності фонетичного, фатичного (лексикалізація та граматикалізація висловлення) і ретичного (смыслопородження та референтне співвіднесення) компонентів; 2) іллокуція – намір, мета, продуманий розрахунок (наприклад, інформування, наказ, попередження тощо); 3) перлокуція – наслідок досягнення результату

мовленнєвого акту, зважаючи на вплив мовця на свідомість і поведінку адресата (виконання наказу, переляк, подив тощо). Дж. Серль розвинув цю теорію і запропонував поділ мовленнєвих актів залежно від іллокутивної мети, напрямів пристосування, виражених психологічним станом мовця: репрезентативи (зобов'язують мовця відповідати за істинність висловлення); директиви (акти спонукання, наказу, прохання, поради); комісиви (зобов'язання для мовців виконати обіцянку); експресиви (передають психологічний, емоційний стан мовця); декларативи (встановлення відповідності між пропозиційним змістом висловлення й реальністю, регламентованої соціальними конвенціями). Перспективною є теза Дж. Сьорля про існування прямих і непрямих мовленнєвих актів [36, с. 374–375].

Висновки вищезгаданих учених у подальшому уможливили розвинути розуміння мови не лише як осягнення світу (у семантичному аспекті), а і як засіб практичного впливу на людей (власне прагматика). Найчастіше вивчення МВ відбувається у межах мікропрагматики, яка найчастіше зосереджується на семантиці й прагматиці так званих дискурсних слів, низки граматичних маркерів [18, с. 34].

Психолінгвістика об'єднує психологічний і лінгвістичний підходи до вивчення МВ і вивчає процеси утворення, сприйняття та формування мовлення у їхній взаємодії із системою мови, а також розробляє моделі мовленнєвої діяльності та психофізіологічної мовленнєвої організації людини, перевіряє їх у процесі психологічних експериментів. У межах цього підходу дослідники розглядають МВ як цілеспрямовану активність людей, підкорену цілям діяльності, котру комуніканти здійснюють разом, при цьому мета спілкування розуміється як вплив однієї людини на іншу, регуляція поведінки об'єкта спілкування суб'єктом з обов'язковим урахуванням психофізіологічних складників [цит. за 21, с. 76].

У межах цього наукового напрямку визначено такі характерні мовні маркери впливу, як фонетичні, просодичні й ритмо-мелодійні елементи, проаналізовано сенсову варіативність і відзначено потужний впливовий потенціал лексико-семантичної системи, значеннєвих інтерпретацій, що пов'язані з об'єктивною й суб'єктивною семантикою [18, с. 34]. Останню, зокрема, ідентифіковано лише експериментальними методами, що уможливили отримання «живого» фактичного матеріалу, а саме за допомогою методу асоціативного експерименту [17, с. 38], хоч не менш релевантною виявляється і методика семантичного диференціалу Ч. Осгуда, розроблена також у царині психолінгвістики (див. праці Н. Кутузи, О. Щербак).

Продовжує досягнення прагма- і психолінгвістики й пропонує дещо інший підхід до МВ **комунікативна лінгвістика**. Вона спрямована на «дослідження закономірностей, складників, чинників комунікативної діяльності, яка здійснюється на базі природної мови. Об'єктом комунікативної лінгвістики є мова, представлена в реальних процесах комунікації (дискурсивна практика), а предметом – організація комунікативної ситуації у взаємодії її функціональних взаємно детермінованих модулів, одним із яких є вербальне повідомлення (текст)» [4]. Одним із завдань комунікативної лінгвістики є характеристика типів комунікативної взаємодії та засобів комунікативного впливу [36, с. 550]. У межах цього лінгвістичного напрямку розділяють вербальну та невербальну комунікацію. МВ на співрозмовників за допомогою знаків природної мови є одним із процесів цілеспрямованої лінгвопсихоментальної діяльності адресанта й адресата – вербальної комунікації. На думку дослідників, «вплив на адресата має на меті коригування його актуальної поведінки, зміну структур і сценаріїв свідомості, психологічних станів, оцінок тощо» [там само].

Набагато більше досягнень комунікативної лінгвістики у вивченні невербальної комунікації, що акцентує на врахуванні сугестійних факторів спілкування, аналізованого в межах цієї науки в широкій рівневій амплітуді – від загальних дискурсивних характеристик (атмосфера, тональність, реєстр) до специфіки мовленнєвих жанрів і конкретики мовленнєвих актів [18, с. 35].

Комунікативна лінгвістика активно вивчає комунікативні стратегії і тактики мовця, спрямовані на здійснення МВ. Їх утілено в мовленнєвих актах, що є найважливішими складниками формування дискурсів (і текстів насамперед) як категорії спілкування різної жанрової амплітуди: теле- і радіодискурс, газетний, театральний, кінодискурс, літературний, дискурс у сфері PR, рекламний, політичний, релігійний (фідеїстичний) [4, с. 138–146]. Мовознавці наголошують на існуванні специфічних дискурсивних маркерів впливу, пов'язаних з адресантом, адресатом, стосунками комунікантів, ситуацією спілкування [там само]. Проте в межах цієї галузі ще не випрацьовано «методологічної бази аналізу конкретних мовленнєвих сугестогенів, критеріїв ідентифікації їхнього впливового потенціалу, системного підходу до визначення сугестивної природи вербальних маркерів, хоч вона вже має вагомі здобутки в багатьох інших питаннях (основи гармонійної комунікації, типологія мовленнєвих девіацій та ін.)» [18, с. 35].

Основні ідеї **теорії мовної комунікації** пов'язані з комунікативною лінгвістикою й певною мірою уточнюють способи МВ. Це «комунікативна дисципліна, що синтезує погляди на мову як комплексну інформаційно-

семіотичну систему, засіб комунікації, пізнання та культурний код нації» [6, с. 6]. Предметом окремої уваги дослідників цього напрямку (О. В. Яшенкова) є комунікативні компетенції, завдяки яким мовець оволодіває механізмами МВ, тобто вміє зацікавити реципієнта, «привернути його на свій бік, успішно говорити зі своїм прихильником і опонентом, брати участь у бесіді у вузькому колі й виступати перед великою аудиторією» [57, с. 144]. На думку Т. Ю. Ковалевської, у межах цього напрямку відсутні «критерії ідентифікації більшого чи меншого ступеня виявлення впливу, незважаючи на ґрунтовні здобутки» [18, с. 35] цього напрямку для лінгвістичної науки загалом, а «дослідження мовленнєвого впливу у межах теорії мовної комунікації викликає виявляє коло суперечливих питань, що вимагає якнайретельнішого опрацювання цієї проблеми» [там само].

Об'єктом **когнітивної лінгвістики** є мова як експонент когнітивних структур і процесів свідомості, а предметом – співвідношення когнітивних механізмів свідомості з природною мовою і її мовленнєвою реалізацією [36, с. 365]. У фокусі цієї науки також перебувають когнітивні структури й механізми, що визначають вплив на модель світу адресата, проте ґрунтовних досліджень МВ у межах цієї науки майже немає. Проте, на думку Е. Е. Шуберт, явище МВ повинно бути введено до кола інтересів когнітивної науки як такої, що стосується людської свідомості та розуму, і до людського мозку, і до процесів пізнання, і до інформації, і до принципів, які керують ментальними процесами, оскільки об'єктом теорії впливу загалом є «когнітивні, психологічні, соціальні, мовні та інші механізми, що дають змогу впливати на свідомість, на процес прийняття людиною тих чи інших рішень. Когнітивна наука насамперед досліджує способи мислення, притаманні людині, і, як наслідок, способи інтерпретації дійсності» [цит. за 21, с. 82–83].

Зрозуміло, що предмет уваги когнітивної лінгвістики – кодувально-декодуювальні процеси свідомості, мнемонічні й ментальні характеристики та інші проблеми – пов'язані з МВ, але здебільшого цей напрям залишає багато нерозв'язаних питань, і також звертається до вивчення проблем впливу фрагментарно, тобто МВ не є її центральною проблемою попри природність когнітивної інтерпретації проблем МВ [там само, с. 84].

У **лінгвосеміотиці** визначено об'єктом вивчення мовні знаки, особливо «у зв'язку з позначеними реаліями чи поняттями, іншими мовними знаками та прагматикою мовлення [36, с. 120]. Причому в комунікації знак є одночасно символом з огляду на представлення предметів і ситуацій, симптомом для представника для відправника повідомлення, який виражає

власну внутрішню суть, і сигналом для одержувача інформації [там само, с. 126].

Вивчення семіотичної ситуації пояснює механізм маніпулятивного МВ, за якого «маніпулятор суспільної думки і пропонує наївному користувачеві потрібне йому (маніпуляторові) слово замість потрібного тому (користувачеві) предмета. Основа і сама можливість обману стає ймовірною через розбіжність інтуїції стосовно вмотивованості знака з реальною незв'язаністю значення зі звучанням, принципову невмотивованість знака. Таким чином, знак як джерело інформації не менш легко стає і засобом соціальної дезінформації [53, с. 127].

МВ найбільш ґрунтовно вивчають **сугестивна лінгвістика** та **нейролінгвістичне програмування**. У цих напрямках МВ обрано головним предметом дослідження, оскільки вчені вважають, що вплив є комплексним явищем, через що розглядають повний спектр його складників: фізіологічні і психологічні, вербальні та невербальні.

Базовими засадами сугестивної лінгвістики стали ідеї фоносемантики (зв'язок між звуками та значеннями). За допомогою комп'ютерних програм «ВААЛ» та «ДІАТОН», розроблені якраз у царині фоносемантичної науки, вчені (В. І. Шалак, І. Ю. Черепанова) отримали можливість розраховувати / програмувати прогнозовану впливову потужність окремих текстових масивів. Також у межах сугестивної лінгвістики розроблено груповий метод вербальної міфологізації особистості (ВМО), який дає можливість словесно закріпити результати роботи психотерапевта та групи за допомогою «якірного» автосугестійного тексту з інтеріоризованими позитивними конотаціями. ВМО уможливорює максимально використовувати можливості рідної мови у психотерапії, пов'язує слово, образ і текст-особистість у цілісність та допомагає задіювати творчі резерви особистості, дає поштовх до подолання складних обставин і хвороб [21, с. 85-86].

Наведене повністю логізує той факт, що «в межах цієї галузі найрозробленішим є лише фонетичний рівень мовних експлікацій попри максимальну потужність лексико-семантичного та граматичного, проаналізованих у НЛП, що в цілому визначає допоміжний характер цієї науки в колі відповідних студій» [18, с. 36].

Нейролінгвістичне програмування набуло широкої популярності в сучасній науковій думці, тобто порівняно недавно. Вже у назві відбито основні аспекти вивчення МВ у межах цієї науки. Частина «нейро» відображає увагу до нейрологічних (або нервово-психологічних) процесів, які відбуваються в нервовій системі та відіграють важливу роль у формуванні людської поведінки – до мислення (зберігання, перероблення й передавання

інформації) та чуттєвого сприйняття (зір, слух, тактильні відчуття, смак, нюх). Частина «лінгвістичне» акцентує на ключовому значенні мови (мовних моделей) не лише в процесі опису особливостей механізмів мислення та поведінки, а й під час організації комунікації, що підкреслює вагомість слова, якими керуються ці процеси. Остання ж частина «програмування» – це організація мислення, включаючи почуття й переконання з метою досягнення певної мети, що вказує на цілеспрямованість впливу ініціатора та наявність певної програми для досягнення цієї мети [17, с. 41–42].

Когнітивні структури людини, пов'язані з експлікацією вербалізованих і аналогових конструктів у полікомунікативних дискурсах, – це предмет дослідження НЛП. Об'єктом аналізу виступають поведінкові комплекси особистості, які реконструюють через використання різноманітних стратегій, у межах яких поєднано психолінгвістичні, філософські, інформаційно-кібернетичні та нейрофізіологічні аспекти [18, с. 36].

За допомогою цих стратегій оптимізують комунікативні процеси та досліджують глибинні суб'єктивні рефлексії, аналізують та ідентифікують складники внутрішнього світу людини й конструюють позитивні моделі поведінки [17, с. 39].

Відтак НЛП допомагає сформувати впливові моделі оптимізації комунікації, проте результати цих досліджень можуть використовувати з маніпулятивною метою в різних галузях, конструюючи патогенні тексти / дискурси, що є некоректними. Знання ж потенційної впливовості методик НЛП дасть змогу нівелювати руйнівний вплив, екологізуючи контексти [21, с. 90].

Як і будь-яка інша переконлива теорія, НЛП ґрунтується на переконливих ключових поняттях – пресупозиціях, базових принципах, які узагальнюють закономірності функціонування (особливості сприйняття, специфіку поведінки тощо) людини в навколишньому світі; твердження, ідеї, думки, що сприймають як аксіоми, на віру, без доказів для того, щоб надати сенсу комунікації.

Такими пресупозиціями НЛП є: «1) «карта» (або «мапа») – не «територія»; 2) реакції людей відповідають їхнім внутрішнім «картам»; 3) значення залежить від контексту; 4) свідомість і тіло неминуче впливають одне на одного; 5) індивідуальні навички становлять результат удосконалення й визначення послідовності використання репрезентативних систем; 6) ми поважаємо моделі світу інших людей; 7) особистість і поведінка – явища різні; 8) кожен тип поведінки практичний і корисний у певному контексті; 9) ми оцінюємо поведінку і зміни в термінах контексту та екології; 10) ми не можемо не спілкуватися; 11) спосіб комунікації впливає на наше сприйняття;

12) сенс комунікації полягає в тій реакції, яку вона викликає; 13) людина, яка визначає (задає) фрейм комунікації, контролює її; 14) «не буває поразок, є лише зворотний зв'язок»; 15) «найгнучкіша» людина має найбільший вплив у системі; 16) опір указує на відсутність рапорту; 17) люди володіють усіма необхідними для досягнення мети внутрішніми ресурсами; 18) люди здатні навчитися чому-небудь з однієї спроби; 19) будь-яка комунікація має збільшувати кількість доступних альтернатив; 20) здійснюючи будь-який вчинок, люди обирають найкращий із можливих варіантів; 21) ми можемо управляти своїм мозком і контролювати результати» [40, с. 55–65].

Отже, на сьогодні лише НЛП увібрало здобутки багатьох наук, а тому виступає найпотужнішою галуззю дослідження МВ. З огляду на завдання нашого дослідження перспективними для подальшого аналізу вважаємо залучення теоретичних і практичних результатів досягнень НЛП з огляду на його комплексний та синтезований характер із попереднім визначенням семантики знаків-символів.

2.2. Семантика знаків-символів у художньому дискурсі Е. По: кластерний підхід визначення

Конкретизуючи семантику зафіксованих у фактажі нашого дослідження знаків-символів, ми з'ясували, що такі лінгвосеміотичні одиниці вживаються для опису та характеристики:

- 1) *людини* (у 65 % випадків);
- 2) *тварин* (у 1 % випадків);
- 3) *об'єктів архітектури та інших будівництв* (у 9 % випадків);
- 4) *соціальних явищ* (у 9 % випадків);
- 5) *історико-політичних подій* (у 1 % випадків);
- 6) *кольорів та відтінків* (у 7 % випадків);
- 7) *звуків, музики* – (у 2 % випадків);
- 8) *часових відрізків* – (у 3 % випадків);
- 9) *понять «життя та смерть»* – (у 3 % випадків).

Схарактеризуємо кожний із виокремлених нами семантичних кластерів детальніше.

1. КЛАСТЕР «ЛЮДИНА» містить знаки-символи, що виступають як:

а) маркери зовнішності (23 % випадків):

- *corpse-like mask* – «безживною маскою» (стосується кольору і виразу обличчя);
- *a young girl just ripening into womanhood* – юна дівчина, жіночність якої тільки-тільки розквітла;

- *in an instant his face grew violently red – in another excessively pale* – вмить лице йому побагровіло, а тоді зробилося смертельно бліде;
- *eyes looked empty* – очі робились безвиразні.

Виокремлені маркери зовнішності у текстах Е. По сприяють яскравому формуванню уяви читача, привертають увагу, створюючи особливий настрій тексту.

б) маркери характеру (15 % випадків):

- *filled with terror* – нажаханий;
- *a brute beast* – нікчемна тварюка;
- *cold and distant* – холодним і ніби чужим;
- *light-hearted friends* – найбезтурботніші друзі;
- *moody man* – мінливого норову.

в) маркери біологічної організації людини (15 % випадків):

- *horror of blood* – жаска багрянця крові;
- *my blood became cold* – кров стигла у моїх жилах;
- *the blood in my body became like ice* – аж похолов од відрази;
- *A death's head* – череп;
- *Feel my pulse* – відчувати мій пульс;
- *face had become red* – почервонів.

г) маркери поведінки, вчинків і дій (45 % випадків):

- *the utterly lost* – найбільших відчайдухів;
- *a trained judge of wine* – знавець вин;
- *unmask him* – здеріть оту машкару;
- *a slight rushing movement* – кинутись до (непроханого гостя);
- *put forth hand to seize him* – підняти на нього руку;
- *Fortunato had hurt me a thousand times* – тисячу образ я покірно витерпів від Фортунато;
- *I promised myself that I would make him pay for this* – я заприсягся помститись;
- *a man to be feared* – його боялися;
- *A madman cannot plan* – божевільні нічого не тямлять;
- *to vex itself* – самокатування;
- *to exercise my reason* – спромогтись на думку;
- *brought to mind* – воскрешав у пам'яті.

г) професії (2% випадків):

- *he, the painter, took glory in his work* – він, маляр, аж хмелів од своєї праці;
- *the black-robed judges* – суддів у чорних мантиях.

2. КЛАСТЕР «ТВАРИНА» містить лише один знак-символ: *a bug of real gold* – золотий жук (*the golden bug* – золотий жук).

3. КЛАСТЕР «ОБ'ЄКТИ АРХІТЕКТУРИ ТА ІНШІ БУДІВНИЦТВА» містить знаки-символи, що виступають як:

а) опис будівель:

- *strong and lofty wall girdled it in* – міцний мур з залізною брамою оперезував Замок;
- *seven – an imperial suite* – сім величних світлиць, гідних імператора.

б) опис інтер'єру:

- *blood-tinted panes* – криваво-червоні шиби;
- *Pull up the boards* – відірвіть **мостини**;
- *The atmosphere was intolerably close* – повітря було страшенно затхле;
- *lighted window in sight* – мерехтливе світло у вікні;
- *looked out upon a **closed corridor*** – визирати на **криту галерею**;
- *took an armchair* – вмовстився у кріслі.

в) матеріали:

- *stained glass* – кольорове скло;
- *closely shrouded in **black velvet*** – було запнуто **чорним оксамитом**.

В описах інтер'єру зустрічаються улюблені готичні мотиви творчості Е. По.

4. КЛАСТЕР «СОЦІАЛЬНІ ЯВИЩА» (9 % випадків) містить знаки-символи, що виступають у таких формах:

- *Red Death* – Червона Смерть (чума);
- *the pestilence raged most furiously abroad* – поза мурами абатства люто як ніколи шаленіла чума;
- *a lover of the night* – його закоханість у ніч;
- *a masked ball* – бал-маскарад;
- *beat feverishly the heart of life* – гарячково нуртує життя;
- *I'm well enough* – застуда – то пусте;
- *the illness only made my mind* – хвороба загострила відчуття;
- *I did not want his money* – заволодіти його грішми я не прагнув.

5. КЛАСТЕР «ІСТОРИКО-ПОЛІТИЧНІ ПОДІЇ» містить лише один знак-символ: *the thousand vague rumors* – тисячі туманних легенд.

6. КЛАСТЕР «КОЛЬОРИ ТА ВІДТІНКИ» (8 % випадків) містить знаки-символи, що виступають як:

- *blood-tinted* - криваво-червоні;
- *a deep blood color* – густого кольору крові;
- *spread the tints upon the canvas* – барви, покладені на полотно;
- *In an instant his face grew violently red– in another excessively pale* – вмить лице йому побагровіло, а тоді зробилося смертельно бліде;
- *face had become red* – почервонів.

Кольорова символіка теж провокує нагнітання напруги та поглиблення атмосфери таємничості: золоті рами, золотаві коси дівчини на портеті у віньєтковій манері, свічки, чорний оксамит – символи величі, багатства, божественного світла і таємничого мороку, володіють гіпнотичною силою.

Також доречно згадати про домінування символіки чорного кольору та криваво-червоного кольорів в новелах, чорний колір створює меланхолійно-мороковий настрій безнадії і в повній мірі розкриває психологічне тло скоєних вбивств, смутку. Червоний колір символізує сліди агресії, божевілля, порушеного психологічного стану героїв.

7. КЛАСТЕР «ЗВУКИ, МУЗИКА» (2 % випадків) містить знак-символ *sunk into silence* – останнє відлуння.

8. КЛАСТЕР «ЧАСОВІ ВІДРІЗКИ» – (3 % випадків) містить знаки-символи, що виступають як:

- *calculating time* – зорієнтуватися в часі;
- *the hours flew by* – спливали години;
- *to pass a night* – ночувати
- *The time had come* – час настав
- *let us be off, for we have no time to lose* – збираймося, бо часу обмаль.

9. КЛАСТЕР «ЖИТТЯ ТА СМЕРТЬ» (3 % випадків) містить знаки-символи, що виступають як:

- *and the life of the ebony clock went out with that of the last of*
- *the gay* – І зааніміли ебенові дзигарі – ту ж мить, як зааніміли уста останнього з веселунів;
- *the spirit of the lady again flickered up as the flame within the socket of the lamp* – стрепенувся дух чарівної вродливиці, як ото вогник гаснучої свічки;

- *His eye would trouble me no more* – Його око більше не потурбує мене;
- *sick unto death* – смертельно знемігся;
- *take its flight from my body* – душа враз покинула тіло;
- *had walled the monster up within the tomb* – замурував чудовисько у могилі.

Додамо, що саме тема життя та смерті, а отже і відповідні знаки-символи, в оповіданнях Е. По однією є одними з ключових. Знаки-символи смерті постають у творах письменника під різними виглядами і обличчями. Це загибель від таємничих хвороб, повільне вмирання, образи переходу в інше життя, дослідження стану сну як психологічно близького до фізичного не існування. Автору вдалося поєднати дві різні здатності, які рідко поєднуються: силу впливу на розум читача неявними тінями таємниці й уміння зображати деталі, коли жоден елемент не залишається не описаним.

Варто зазначити, що однією з ключових компонентів кластеру життя-смерть є згадка про Середньовічну інквізицію, яка замурувала тіла своїх жертв, також виступає символічною смисловою паралеллю між діями героя та давнім історичним минулим. Лише у фінальній сцені (новела «Чорний кіт»), коли із глибини кладки лунає дикий рев тварини і на героя тепер чекає розплата, він розуміє, що «... *had walled the monster up within the tomb!*» – «... замурував чудовисько у могилі!».

Також варто зазначити, що увага Е. По прикута до аномалій, провідним до порушення соціального та морального закону, тож символіка безумства в оповіданнях автора має глибокий суспільний сенс. «Божевільний світ» його героїв, побудований на основі ретельного спостереження та аналізу людської психіки, є особливою формою відображення дійсності.

2.3. Впливовий потенціал знаків-символів у художньому дискурсі Е. По

Для встановлення впливової потужності знаків-символів ми вирішили застосувати метод НЛП-моделювання метапрограм.

НЛП-модель – це специфічний спосіб впливу на людину. Метапрограма, як стверджує Т. Ковалевська, є «певним “силовим полем”, у якому сконцентовано концептуальну інформацію про когнітивну та аксіосистемну орієнтацію особистості, актуальну (для неї) сегментацію дійсності та домінантні шляхи кодування / декодування релевантних сенсових блоків» [18, с. 133]. У нейролінгвістичному програмуванні виокремлюють чимало метапрограм (їхні назви в наявних відповідних розвідках можуть відрізнятися), серед яких 1) активна / рефлексивна; 2) в /

поза часом; 3) сортування світу; 4) мотивація «до / від»; 5) мотиви; 6) орієнтація в часі; 7) бажана модальність; 8) розмір розбивки; 9) референції; 10) способи мислення; 11) фокус порівняння тощо (детальніше про них див. у [42, с. 83–92]). У художньому дискурсі Е. По знаки-символи, як ми помітили, використовуються щонайперше для об'єктивації таких моделей НЛП:

1. **Бажана модальність**, у межах якої автор апелює до **візуального** каналу сприйняття за допомогою кольоронімів та лексем, що перебувають у семантичному просторі зорового сприйняття (*blood-tinted panes* – криваво-червоні шиби). Звертається почасти автор і до **кінестетичного** каналу за допомогою назв страв і напоїв: *a trained judge of wine* – знавець вин,.

2. **Рефреймінг** – це способи зміни, які пов'язані з комбінацією елементів досвіду. Нами помічено, що знаки-символи рідко виступають інструментами рефреймінгу змісту *strong and lofty wall girdled it in* – міцний мур з залізною брамою оперезував Замок (бо оперезувати має первинне значення «Надягати на кого-небудь пояс або обв'язувати»), найчастіше знаки-символи служать для рефреймінгу контексту, коли ми не чіпаємо саме висловлювання, а міняємо оточення: *blood-tinted panes* – криваво-червоні шиби.

3. **Пресупозиції**, що створюють реальність, у якій існують тільки потрібні варіанти поведінки. Наприклад: *A madman cannot plan* – божевільні нічого не тямлять, де пресупозиція – Розуміють усе тільки психічно здорові люди.

4. **Рапорт** – стан взаємодії між мовцями, що характеризує можливі узгодження дій. У досліджуваних текстах це досягається за допомогою знаків-символів, що вживаються з дієсловами наказового способу: *Pull up the boards* – відірвіть мостини. Відзначимо, що вираження знаків-символів у формі діалектизмів як в оригіналі, так і перекладі створює ефект **даунтайму**.

5. **Метапрограма «Орієнтація в часі»**. Найчастіше об'єктивується такий вектор метапрограми, як «минуле», що зумовлено жанровою специфікою творів, у яких «особливого значення надається тому, як це було» [там само, с. 86]. Через це в текстах Е. По домінують дієслова минулого часу (з різною семантикою). Крім цього, чимало реплік персонажів убудовані в складні речення з підрядними причини й наслідку.

6. **Метапрограма «Розмір розбивки»**. Перевага надається здебільшого великому розміру, що передбачає презентацію мовцем (автором чи персонажем) загального погляду на речі та явища з короткотривалим фокусуванням на деталях [там само, с. 89]. Для оповіді актуальними стають прості, часто ускладнені речення, проте деталізації зазвичай вимагають форми складних речень чи еліптичних конструкцій.

7. Метaproгpaмa «Cпocoби мислення». Зазвичай презентуються два способи оброблення інформації: 1) шляхом укрупнення, коли спосіб мислення є індуктивним – «від часткового до загального»; 2) шляхом розукрупнення, тобто «від загального до конкретного».

Інші техніки НЛП-моделювання, як показує фактаж, не є актуальними через низьку частотність об'єктивації.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБЛЕННЯ ПРИКЛАДНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

3.1. Електронний Інтернет-каталог як різновид вебсайту: сутність, вимоги та принципи створення

Існує чимало різновидів вебсайтів. Проте всі сайти можна розподілити за такими категоріями, як доступність сервісів, природа вмісту, спосіб взаємодії користувача, фізичне розміщення, схема подання вмісту [5].

З огляду на це вебсайти поділяються на такі:

1) *за доступністю сервісів*: відкриті (доступні для будь-якого користувача), напіввідкриті (передбачають реєстрацію для доступу) та закриті (службові сайти організацій, особисті сайти приватних осіб);

2) *за природою вмісту*: статичні (вебсторінки презентуються в тому вигляді, в якому вони зберігаються на сервері) та динамічні (вебсторінки формуються в процесі виконання запиту користувача);

3) *за способом взаємодії користувача з ресурсами вебсторінок*: пасивні (користувач може лише переглядати відомості на вебсторінках) та інтерактивні (користувач може обмінюватися даними із сервером);

4) *за фізичним розміщенням*: зовнішні сайти мережі Інтернет та локальні сайти;

5) *за схемою подання вмісту*: інформаційні ресурси (тематичні сайти, Інтернет-портали, блоги, каталоги), веб-сервіси (пошукові та поштові системи, Інтернет-форуми, дошка оголошень, соціальні мережі тощо) та Інтернет-представництва (сайти-візитівки, корпоративні сайти, Інтернет-вітрини, Інтернет-магазини, промо-сайти) [31].

О. Фелечко стверджує, що сайт як інтернет-ресурс є неоднорідним за своєю структурою. Дослідниця порівнює створення сайту з будівництвом будинку, наголошуючи, що «будівництво» сайту вимагає виконання низки обов'язкових умов, першою з яких є вибір земельної ділянки та закладання фундаменту, тобто «прив'язки» до конкретної території. Тому «будівництво» сайту також розпочинають із вибору інтернет-території – вибору домену, доменного імені та його реєстрації. Це своєрідна «відгороджена ділянка», що свідчить про реєстрацію доменного імені, що є «адресою» майбутнього «будинку» сайту в Інтернеті [45].

Виявляється, що зовнішній вигляд кожного сайту є унікальним, проте в усіх сайтів можна знайти спільні за функціональністю частини. На будь-якому сайті першою відкривається головна сторінка. В її верхній частині зазвичай розташована так звана шапка, яку дублюють на інших сторінках сайту. Це роблять навмисно, адже ця частина відображається у вікні браузера

першою, тому відвідувач насамперед звертає увагу на неї. Щоб забезпечити швидкий перехід до основних тематичних розділів сайту, створюють меню сайту, тобто т. зв. список гіперпосилань на його розділи. Меню сайту може бути горизонтальним (розташованим у шапці) або вертикальним (розташованим у лівій частині сторінки, у місці, звідки відвідувач починає її переглядати) [5].

Зазвичай розрізняють три типи структур веб-сайтів – лінійну, деревоподібну та довільну. Працюючи із сайтом, що має лінійну структуру, з головної сторінки корситувач перейде на другу сторінку, з неї – на третю тощо. На сайті з деревоподібною структурою з головної сторінки можна потрапити на одну зі сторінок другого рівня, звідти – на одну зі сторінок третього рівня тощо. Сайт із довільною структурою є певною мірою неорганізованим, хаотичним, але саме на такому сайті користувач може переходити з однієї його сторінки на інші в різні способи [там само].

Існують сайти, що мають стандартну, каскадну, хмарочосну та павутинну структури.

1) стандартна структура – основна веб-сторінка містить посилання на інші документи сайту, а документи містять посилання, відповідно, на основну веб-сторінку [там само].

2) каскад – посилання задані таким чином, що існує тільки один шлях огляду сторінок сайту, причому відвідувачі можуть переміщуватися тільки в одному з напрямків (уперед або назад) [там само].

3) хмарочос – відвідувачі можуть опинитися на деяких сторінках, якщо вони йдуть правильним шляхом. Це нагадує підйом до потрібної кімнати чи поверху у великому хмарочосі [там само].

4) павутина – всі сторінки сайту містять посилання на інші сторінки, і користувач може легко перейти з будь-якої сторінки практично на будь-яку іншу [там само].

З-поміж різноманіття різновидів вебсайтів широким спектром функційних можливостей відзначаються Інтернет-каталоги. Вони мають продуману каталогізацію (структура категорій і підкатегорій) та картки об'єктів презентації (фотографії з короткими описами). У простому каталозі є форма зворотного зв'язку.

Інтернет-каталог має більше можливостей, на відміну від звичайного веб-сайту. Це забезпечується через багаторівневу каталогізацію; фільтрацію чи сортування інформації за групами / блоками; розширений пошук по каталогу; можливість порівнювати обрані позиції в каталозі; а також у каталозі можна виводити для об'єкта презентації різні пов'язані елементи –

статті, інструкції тощо. Є й додаткові сервіси, зокрема можна вмонтувати сервіс коментарів чи сервіс оцінки інформації [45].

Відтак для того, щоб інтернет-каталог повноцінно функціонував, необхідно зареєструвати доменне ім'я, що ідентифікує його у загальному масиві інформації, розміщеної в Інтернеті, підтримувати роботу комп'ютера, на якому розміщений інтернет-каталог, а також періодично оновлювати розміщені матеріали, вирішувати проблеми, що виникають, тощо. Однак для того, щоб каталог був доступний всім для огляду або викачування (копіювання) інформації, його потрібно опублікувати. На сьогодні існує два способи публікації каталогів. Насамперед інтернет-каталог – це різновид веб-сайтів з більш високим функціоналом. Перший варіант це символічний у вигляді доменного імені та чисельний у вигляді IP-адреси [31].

Іноді ці способи називають адресацією. Доменне ім'я є буквенним позначенням адреси сервера (комп'ютера), на якому знаходиться потрібна користувачам інформація. Доменне ім'я має, наприклад, такий вигляд www.signs-symbols.ga.

Адреса сервера (комп'ютера), до якого приводить це доменне ім'я (IP-адреса), має, своєю чергою, такий вигляд: 192.168.0.102. Такий унікальний номер присвоюється кожному комп'ютеру [там само]. Чисельний спосіб адресації зрозумілий комп'ютеру, але, як виявилось, він не дуже зручний у використанні для людей. Тому розроблено символічну систему адресації. У разі запиту одного комп'ютера на пошук інформації, що міститься на сайті з певним доменним ім'ям, система DNS перетворить запитуване доменне ім'я на IP-адресу комп'ютера, який має у своєму розпорядженні цю інформацію.

Певною мірою доменне ім'я можна порівняти з ПІБ людини, а IP-адресу – із номером її паспорта [там само]. Обов'язковим етапом розміщення в Інтернеті є хостинг. Послуги від хостингу мають можливість надати місця для поштової кореспонденції, баз даних файлового сховища тощо, а також підтримка функціонування відповідних сервісів, однак вони можуть надаватися й окремо. Ця послуга також може бути обмежена розміщенням поштової кореспонденції та відповідного програмного забезпечення (поштовий хостинг), клієнтських файлів (файловий хостинг), лише відеофайлів (відеохостинг) або інших файлів певного типу та за певними умовами. Послуги хостингу можуть надаватися в пакеті з іншими інформаційними послугами, зокрема такими, як реєстрація, створення сайту тощо [45].

Отже, є різні типи сайтів та інтернет-каталогів за змістовим наповненням та структурною організацією. Проте для нашого дослідження, зважаючи на його мету та провідні завдання, особливого значення набуває

каталог з павутинною структурою. Ми вважаємо, що саме каталог такого типу уможливить виконання останнього завдання нашого дослідження.

3.2. Реалізація проекту

У розробленні Інтернет-каталога за темою «Знаки-символи в художньому дискурсі Е. По» ми вирішили зосередитися на таких принципах:

- 1) дворівнева каталогізація з подальшим сортуванням інформації, що зокрема передбачає систематизацію зафіксованих у художньому дискурсі Е. По знаків-символів за двома групами – семантичною та прагматичною, де в кожній із груп здійснюється подальший їхній розподіл за кластерами;
- 2) сортування інформації на теоретичну, практичну та експериментальну;
- 3) розширений пошук по каталогу;
- 4) наявність гіперпосилань на наукові статті, що містять більш детальну інформацію про предмет уваги користувача Інтернет-каталогу;
- 5) наявність сервісу коментарів із можливістю отримати відповідь.

Наведене зумовлює сконструювати Інтернет-каталог «Знаки-символи в художньому дискурсі Е. По», послідовно дотримуючись таких етапів:

1) *попередній етап розробки каталога* передбачає вирішення низки питань загального характеру, зокрема тих, що стосуються загальної концепції сайту, його дизайну, цілей та функційного призначення, а також відбору матеріалів для формування його контенту;

2) *етап проектування каталога* має на меті визначити його структуру та встановити логіку зв'язків між структурними елементами. Як відомо, вебсайти та їхні різновиди зазвичай можуть мати одну із чотирьох існуючих типів структур: стандартну, каскадну, хмарочосну та павутинну [5]. Кожний із цих типів має свої переваги та недоліки, однак найбільш зручною для користувачів (зручність – це головний принцип створюваного нами прикладного продукту) є павутина, коли всі сторінки сайту містять посилання на інші сторінки, і користувач може легко перейти з будь-якої сторінки практично на будь-яку іншу [31]. Тому Інтернет-каталог «Знаки-символи в художньому дискурсі Е. По» матиме павутинну структуру (див. схему 1);

3) *етап розроблення й тестування роботи Інтернет-каталога* передбачає щонайперше завантаження програми «Конструктор», за допомогою якої вибирається шаблон із дизайнерськими рішеннями, а далі здійснення наповнення контенту для кожного вкладення.

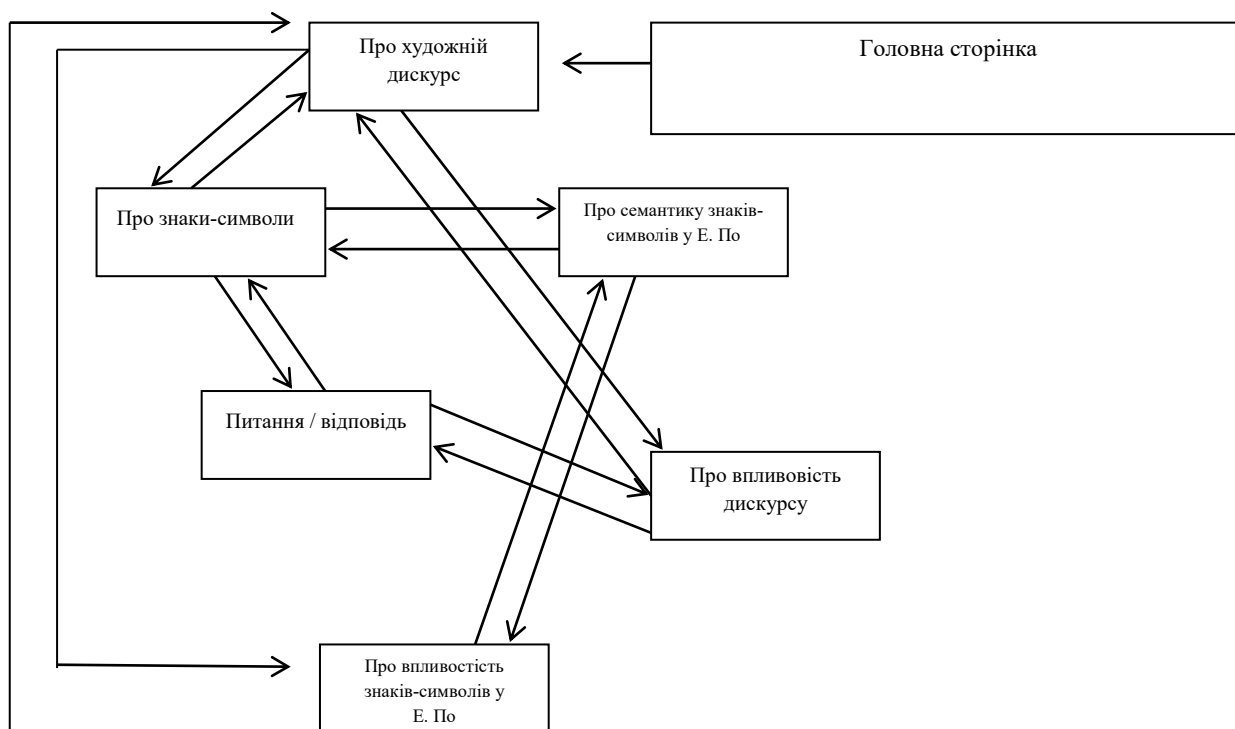


Схема 1. Структура Інтернет-каталога «Знаки-символи в художньому дискурсі Е. По»

Зауважимо, що інформація в кожному вкладенні Інтернет-каталога є синтезованою й представляє собою готовий результат за кожним етапом проведеного дослідження з окресленої вище теми. Тому у вкладенні **«Про художній дискурс»** ми презентуємо суто теоретичну інформацію у вигляді таблиці для зручності сприйняття (див. табл. 1.).

Табл. 1. Основні теоретичні відомості про художній дискурс

Художній дискурс	
<i>Дефініції</i>	1) комунікативний акт, сукупність мовленнєво-мисленнєвих дій комунікантів, пов'язаних із пізнанням, осмисленням і презентацією світу адресантом і осмислення його мовної картини світу реципієнтом (О. Семенюк).
<i>Ознаки</i>	1) текст – наявність тропів і порівнянь у тексті; 2) мета – прагнення автора вплинути на читача за допомогою свого твору; 3) скерованість – антропоцентрична; 4) різноманіття жанрових, тематичних, вікових та ідеологічних складників.
<i>Структурні елементи</i>	Складається з багатьох «піддискурсів»:

	1) політичний; 2) дипломатичний; 3) медичний; 4) релігійний; 5) рекламний; 6) публіцистичний; 7) театральний тощо.
--	--

У результаті це вкладення матиме вигляд, як на рис. 3.1.

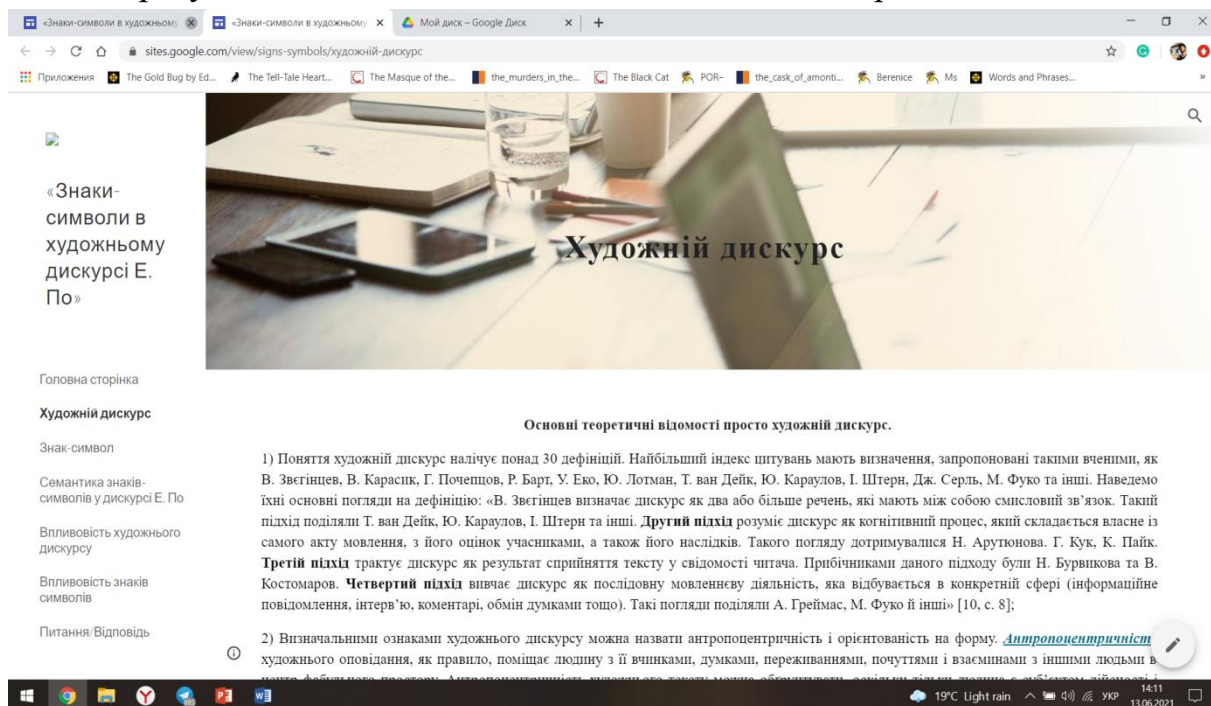


Рис. 1. Контент вкладення 1

У вкладенні «Про знаки-символи» містяться такі дані:

- 1) дефініції різних авторів (понад 15), проте основну увагу скеровано на визначення Ч. Пірса: знаки-символи – це «знаки умовного, довільного зв'язку з позначеним» [29, с. 124];
- 2) основні ознаки, до яких уналежнено такі:
 - двобічність / однобічність;
 - системність як залучення знака до кодової системи з огляду на його синтагматичний та парадигматичний взаємозв'язки з іншими знаками мови;
 - відтворюваність як здатність повторюватися в цілісному, стійкому, фіксованому вигляді;
 - інформативність як придатність до передачі інформації;

- здатність до узагальнення, відображену в можливості знака репрезентувати не лише конкретний референт, а й клас однорідних референтів;
- комбінаторність як властивість до сполучення з іншими знаками;
- довільність відносно позначуваного;
- немотивованість / мотивованість іншими знаками мовного коду тощо [36, с. 124];

3) мовні репрезентанти, серед яких провідне місце посідають самостійні частини мови.

У вкладенні «**Про семантику знаків-символів у дискурсі Е. По**» увазі користувачів пропонується ознайомитися з результатами проведеного нами семантичного групування знаків-символів. Це вкладення має вже практичний характер.

Зауважимо, що всі зафіксовані знаки-символи в художньому дискурсі Е. По ми розподілили за семантичними кластерами, кожний із яких деталізували та проілюстрували відповідними прикладами (із перекладними варіантами, виконаними професійними перекладачами). Відповідна інформація на сайті презентується в такий спосіб (див. на прикладі кластера «ЛЮДИНА»):

КЛАСТЕР «ЛЮДИНА» містить знаки-символи, що виступають як:

а) маркери зовнішності (23 % випадків):

- *corpse-like mask* – «безживною маскою» (стосується кольору і виразу обличчя);
- *a young girl just ripening into womanhood* – юна дівчина, жіночність якої тільки-тільки розквітла;
- *in an instant his face grew violently red – in another excessively pale* – вмить лице йому побагровіло, а тоді зробилося смертельно бліде;
- *eyes looked empty* – очі робились безвиразні;

б) маркери характеру (15 % випадків):

- *filled with terror* – нажаханий;
- *a brute beast* – нікчемна тварюка;
- *cold and distant* – холодним і ніби чужим;
- *light-hearted friends* – найбезтурботніші друзі;
- *moody man* – мінливого норову;

в) маркери біологічної організації людини (15 % випадків):

- *horror of blood* – жаска багрянця крові;
- *my blood became cold* – кров стигла у моїх жилах;
- *the blood in my body became like ice* – аж похолов од відрази;

- *a death's head* – череп;
 - *feel my pulse* – відчувати мій пульс;
 - г) маркери поведінки, вчинків і дій (45 % випадків):**
 - *the utterly lost* – найбільших відчайдушів;
 - *a slight rushing movement* – кинутись до (непроханого гостя);
 - *put forth hand to seize him* – підняти на нього руку;
 - *Fortunato had hurt me a thousand times* – тисячу образ я покірно витерпів від Фортунато;
 - *I promised myself that I would make him pay for this* – я заприсягся помститись;
 - *a man to be feared* – його боялися;
 - *a madman cannot plan* – божевільні нічого не тямлять;
 - *to vex itself* – самокатування;
 - *to exercise my reason* – спромогтись на думку;
 - *brought to mind* – воскрешав у пам'яті.
 - г) маркери родів діяльності та професій людини (2 % випадків):**
 - *he, the painter, took glory in his work* – він, маляр, аж хмелів од своєї праці;
 - *the black-robed judges* – суддів у чорних мантиях.
- У результаті це вкладення матиме вигляд, як на рис. 3.2.

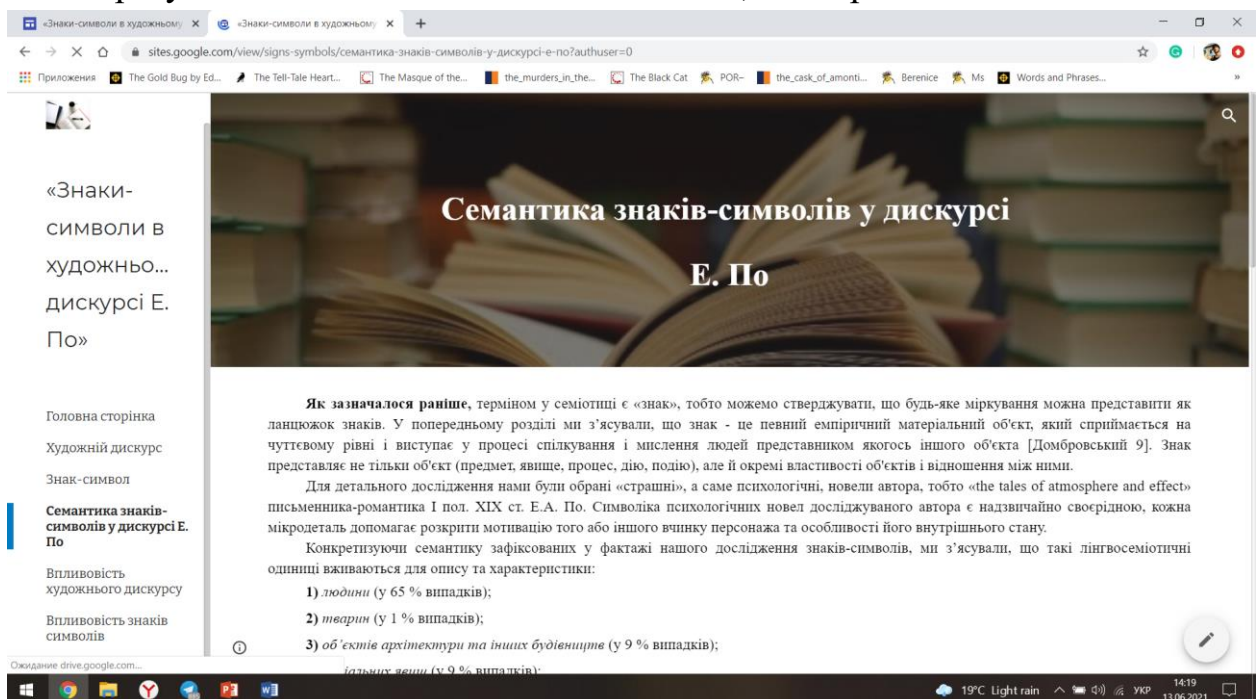


Рис. 3.2. Контент вкладення 2.

В аналогічний спосіб презентовано ще 8 кластерів.

У вкладенні «Про впливовість художнього дискурсу» міститься інформація про феномен впливу, детально розглядається сутність комунікативного впливу й здійснюється аналітичний огляд його найпоширеніших різновидів.

У результаті це вкладення матиме вигляд, як на рис. 3.3.

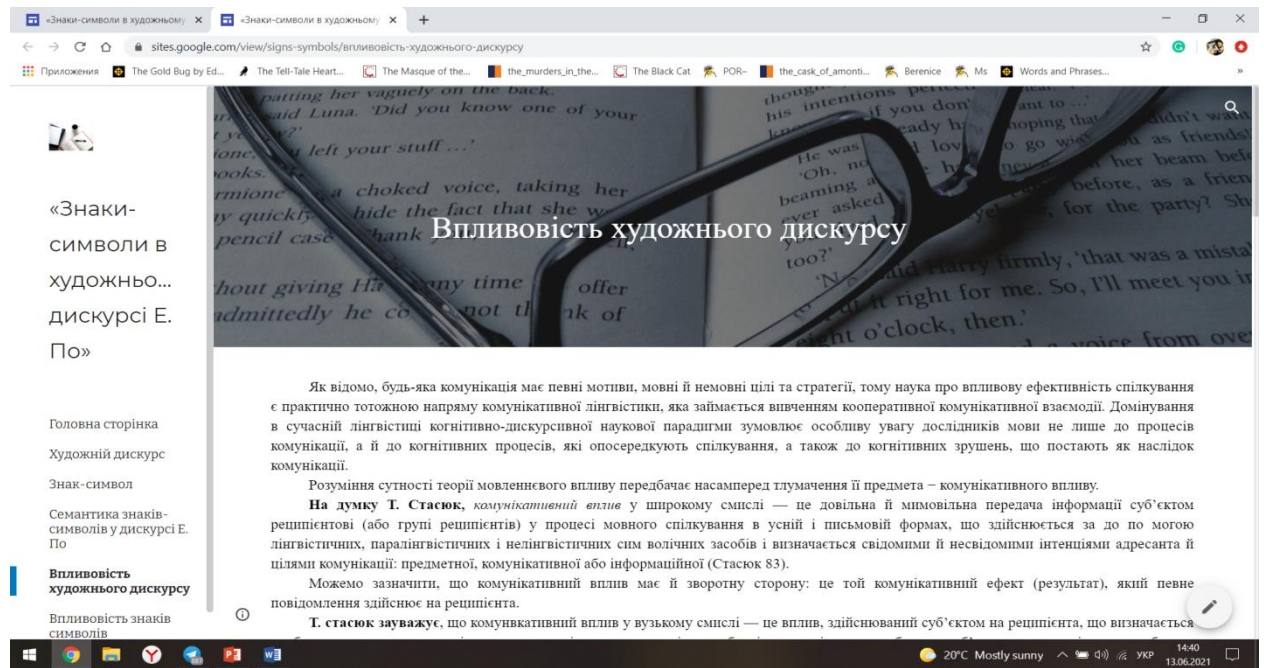


Рис. 3.3. Контент вкладення 3.

У вкладенні «Питання / відповідь» розміщено вікторини, що дозволяють користувачам Інтернет-каталога перевірити рівень засвоєння матеріалів. Ці вікторини створено нами за допомогою таких Інтернет-ресурсів, як «Kahoot» і «Flippity», та система коментарів.

У результаті це вкладення матиме вигляд, як на рис. 3.4.

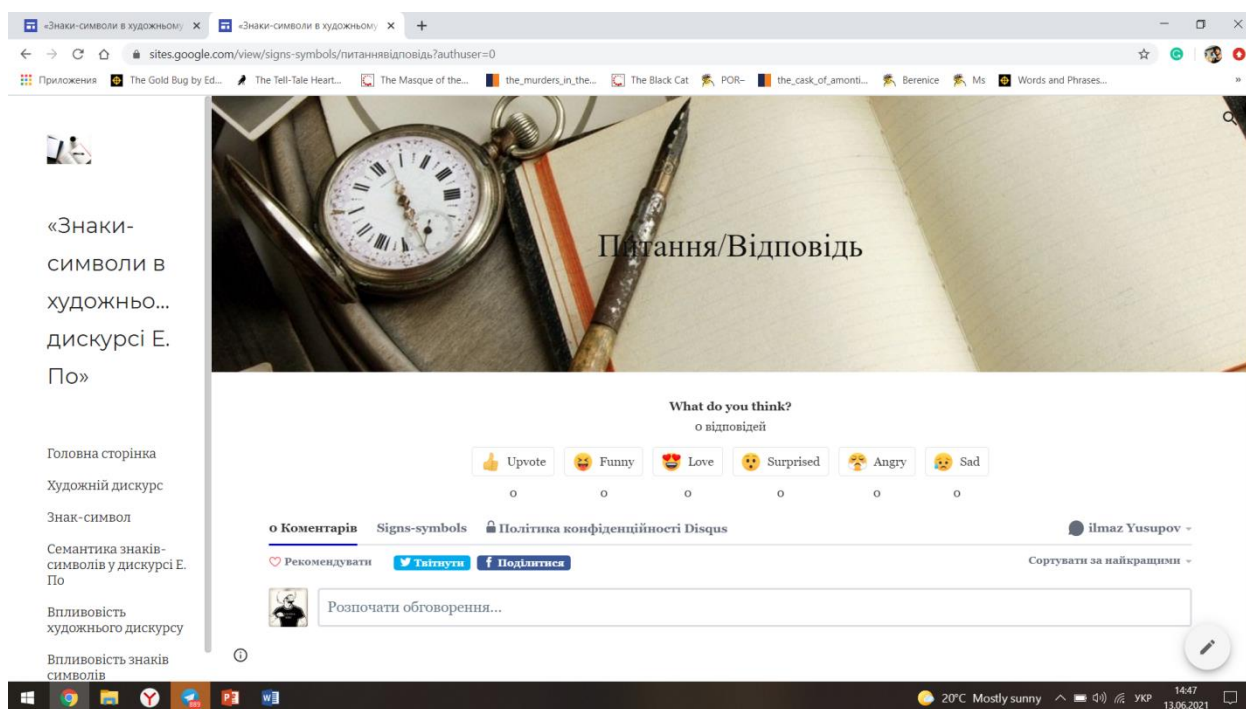


Рис. 3.4. Контент вкладки 4.

Отже, можемо зробити висновок, що створення Інтернет-каталога є актуальним і доцільним на сьогодні, адже подібний ресурс з теоретичною та практичною частинами, що містить ілюстративний матеріал, таблиці та схеми, а також інтерактивні вікторини є доволі інформативним та легким у користуванні для будь-якого користувача, особливо для студента-філолога.

ВИСНОВКИ

У ході виконання дипломного дослідження ми з'ясували, що, **по-перше**, поняття «знак-символ» є полісемантичним. Різні автори трактують його як знак, що відсилає до позначуваного ним об'єкта за законом асоціації; як експресивний знак, як знак іншого характеру, що є більш культурно значущим. Одностайність же спостерігається в поглядах на ознаки символів, до яких зараховують двоплановість, багатозначність та зв'язок із культурним кодом. Проте це не забезпечує одностайності у виокремленні класифікаційних різновидів символів. У науковій спільноті користуються переважно функційним критерієм, що ліг в основу класифікацій О. Лосєва та О. Комара.

По-друге, у своїй роботі, керуючись тезою Т. Ковалевської про те, що впливовим центром є лексико-семантичний рівень мови, ми запропонували знаки-символи групувати за т. зв. лексико-семантичними кластерами, кожний із яких деталізуємо та ілюструємо відповідними прикладами. Відтак результатом стало формування 9 лексико-семантичних кластерів: люди; тварини, рослини, об'єкти архітектури та інших будівництв; соціальні явища; історико-політичні події, час, музика, кольори та відтінки, життя і смерть. Найбільшим за кількістю груп маркерів і кількістю одиниць-репрезентантів є кластер «Людина», до якого ми вмістили: маркери зовнішності, маркери характеру, маркери біологічної організації людини, маркери поведінки, вчинків і дій, маркери родів діяльності та професій. В аналогічний спосіб презентовано ще 8 кластерів – тварини, об'єкти архітектури та інших будівництв, соціальні явища, історико-політичні події, кольори та відтінки, звуки та музика, часові відрізки, поняття «життя та смерть».

По-третє, розглядаючи різновиди й техніки впливу, ми встановили, що поняття «комунікативний вплив» є гіперонімом до поняття «мовленнєвий вплив», хоч обидва можуть реалізовувати «сугестію», «маніпулювання», «переконування», «зараження». Огляд літератури також показав, що більш ґрунтовно об'єктивація комунікативного та мовленнєвого впливу представлена в парадигмі нейролінгвістичного програмування. Саме тому для встановлення впливової потужності знаків-символів ми вирішили застосувати метод НЛП-моделювання. В художньому дискурсі Е. По знаки-символи, як ми помітили, використовуються щонайперше для об'єктивації таких моделей НЛП, як бажана модальність, рефреймінг, пресупозиції, рапорт, а також зумовлюють ефекти даун-тайму та активують метапрограми.

По-четверте, тобто розроблюючи Інтернет-каталог, ми вирішили зосередитися на таких принципах: павутинна структуризація; наявність

гіперпосилань на наукові статті; наявність блоку для самоперевірки; наявність сервісу коментарів із можливістю отримати відповідь.

Інтернет-каталог складається з головної сторінки та 6 вкладень. Інформація в кожному вкладенні є синтезованою й представляє собою готовий результат за кожним етапом проведеного дослідження. В останньому вкладенні під назвою «Питання / відповідь» ми плануємо розмістити вікторини, що дозволяють користувачам Інтернет-каталога перевірити рівень засвоєння матеріалів. Ці вікторини створено нами за допомогою таких ресурсів, як «Kahoot» і «Flippity».

Отже, представлення результатів наукового дослідження у формі Інтернет-каталога має не тільки теоретичну вагу, а також і практичну цінність для здобувачів освіти, які вивчатимуть лінгвосеміотику, дискурсологію, психолінгвістику, лінгвістику тексту, сугестивну лінгвістику, а також творчість Е. По як під час оффлайн-, так і в ході онлайн-занять.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анищенко И. Г., Вагин В. Н. Понятие знака в науке и искусстве
URL: www.raai.org/about/persons/vagin/pages/znak.doc
2. Ахутина Т. В. Роль правого полушария в построении текста. М., 2009. 38 с.
3. Бабенко Л. Г. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика : Учебник ; Практикум. 2-е изд. М. : Флинта : Наука, 2004. 496 с.
4. Бацевич Ф. С. Основы комунікативної лінгвістики : підручник. К. : Академія, 2004. 344 с. (Серія «Альма-матер»).
5. Березко О. Л. Концепція створення веб-сайта Національного університету «Львівська політехніка». URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/3146/12-berezko-57-65.pdf>.
6. Борисова С. А. Пространство текста как материального объекта. *Вестник ОГУ*. 2003. № 4. С. 158–162.
7. Валгина Н. С. Теория текста : учеб. пособие. М. : Лотос, 2003. 279 с.
8. Вдовина Г. В. Язык неочевидного. Учение о знаках в схоластике XVII в. М. : Институт философии, теологии и истории св. Фомы, 2009. 648 с.
9. Гребінь Н. В. Зміст маніпуляції як різновиду прихованого психологічного впливу. *Проблеми сучасної психології* : збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. 2013. Випуск 21. С. 80–93.
10. Гринев-Гриневиц С. В. Основы семиотики: учебное пособие. М. : Флинта: Наука, 2012. 256 с.
11. Зайнетдинова Р. А. Производство и интерпретация значения внутри культуры, семиотика и область ее применения. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/4398/2/sf-to40-04.pdf>; Название с экрана.
12. Зернецька О. PR – маніпуляційний вплив. Комунікативна теорія і практика. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=17&c=154>.
13. Кандрашкина О. О. Категории пространства, времени и хронотопа в художественном произведении и языковые средства их выражения. *Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Филология*. Т. 13. 2011. № 2 (5). С. 1217–1221.

14. Капічіна О.О. Феномен семіозису: історико-теоретичний аспект. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdakk/2010_3/3.pdf; Назва з екрана.
15. Каяниди Л. Г. Структура пространства и язык пространственных отношений в поэзии Вячеслава Иванова : дисс. ... канд. филол. наук : 10.01.01. Смоленск, 2012. 185 с.
16. Кириченко Г. С. Нариси загального мовознавства : навч. посіб. для студ. філол. спец. вищ. навч. закл.: у 2 ч. / Г. С. Кириченко, С. В. Кириченко, А. П. Супрун ; за ред. А.П. Супрун. Ч. II: Основні етапи розвитку науки про мову. К. : Видавничий Дім «Ін Юре», 2008. 224 с.
17. Ковалевська А. В. Політичний патогенний мегадискурс: алгоритм нейтралізації : дис. ... д-ра філол. н. : 10.02.01. Одеса, 2021. 515 с.
18. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування. Одеса : Астропринт, 2008. 324 с.
19. Костюшкина Г. М., Бадмаева Е. С. Лингвистическая модель описания концептуальных пространств маскулинности и феминности в разноразличных культурах. *Проблемы концептуальной систематизации языка, речи и речевой деятельности* : материалы 4-й Всероссийской научной конференции. Иркутск : Изд-во ИГЛУ, 2010. С. 89–103.
20. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту : Навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : Знання, 2008. 423 с.
21. Кутуза Н. В. Комунікативна сугестія в рекламному дискурсі: психолінгвістичний аспект : монографія. К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2018. 736 с.
22. Латынов В. В. Психология коммуникативного воздействия. М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. 368 с.
23. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М. : «Языки русской культуры», 1996. 464 с.
24. Лукин В. А. Художественный текст: Основы лингвистической теории и элементы анализа / Учеб. для филол. спец. вузов. М. : Ось-89, 2005. 560 с.
25. Нёт В. Текст как пространство. *Критика и семиотика*. 2003. Вып. 6. С. 38–50.
26. Николина Н. А. Филологический анализ текста : учебное пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. М. : Изд-й центр, 2003. 256 с.
27. Ольшанский Д. В. Психология масс. СПб. : Питер, 2002. 368 с.
28. Павлова О. Д. Семиосфера как результат и развитие культуры. URL: <http://www.lib.tsu.ru/mminfo/000349304/15/image/15-058.pdf>

29. Пирс Ч. С. Избранные философские произведения. Пер. с англ. / Перевод К. Голубович, К. Чухрукидзе, Т. Дмитриева. М. : Логос, 2000. 448 с.
30. Полонская И. Н. Структура и процесс в семиотической концепции постструктурализма. *Теория и практика общественного развития*. 2010. № 3. С. 9–13.
31. Поняття, структура та різновиди веб-сайтів. Автоматизоване розроблення веб-сайтів. URL: <http://www.ndu.edu.ua/liceum/web.pdf>.
32. Попова З. Д. Знаковая ситуация в лингвoseмиотике. *Вестник ВГУ. Серия: Гуманитарные науки*. 2005. № 2. С. 208–216.
33. Радзієвська Т. В. Комунікативно-прагматичні аспекти текстотворення : автореф. дис. ... докт. філол. наук: 10.02.15. К., 1999. 22 с.
34. Садченко В. Т. Вторичный семиозис в художественном тексте : автореф. дис. ... докт. філол. наук: 10.02.01. Владивосток, 2009. 38 с.
35. Салимова Д. А. Время и пространство как категории текста: теория и опыт исследования (на материале поэзии М.И. Цветаевой и З. Н. Гиппиус) : монография. М. : Флинта: Наука, 2009. 200 с.
36. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля. 2006. 716 с.
37. Семенюк О. А. Художній дискурс як відображення авторської картини світу (лінгвокультурологічний підхід). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. Том 30 (69). № 1. Ч. 2. 2019. С. 7–10.
38. Смит С. Жесткая книга о том, как убедить, загипнотизировать, заставит кого угодно. Маленькая книга сильнейших примов гипноза и воздействия. Лондон, 2009. 314 с.
39. Столяр М. Ю. Молодіжний сленг у постмодерній українській прозі : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Одеса, 2018. 20 с.
40. Сугестивні технології маніпулятивного впливу / [В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева, Є. Д. Скулиш, О. Д. Бойко, В. В. Остроухов] ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. 2-ге вид. К. : ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. 248 с.
41. Сулимов В. А. Литературный текст в интеллектуальном пространстве современной культуры : автореф. дис. ... докт. культурологии: 24.00.01. СПб, 2009. 48 с.
42. Сучасні технології нейролінгвістичного програмування : навчальний посібник / [Петрик В. М., Гнатюк С. О., Черненко О. Є., Гурєєв В. О., Курганевич В. І., Фесенко А. О., Рябий М. О., Смірнов О. А., Уткін Ю. В.] ; за заг. ред. С. О. Гнатюка, О. А. Смірнова, В. М. Петрика. К. : Центр учбової літератури, 2020. 200 с.

43. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / За ред. С. Я. Єрмоленко. К. : Либідь, 2001. 223 с.
44. Урдаева Ю. В. Речевое манипулирование в лингвистике. М., 2008. 200 с.
45. Фелечко О. С. Веб-сайт: від поняття до створення на функціонування. URL: <http://aphd.ua/publication-235/>.
46. Филат Т. В. Пространственно-временной континуум рассказа И.С. Шмелева «По приходу» (к проблеме соотнесённости поэтики времени и пространства рассказа с темпоральностью и пространственностью «Лета Господнего»). *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*. Серія «Філологічні науки». 2012. № 1(3). С. 75–79.
47. Философия: Энциклопедический словарь / под ред. А. А. Ивина. М. : Гардарики, 2004. 1072 с.
48. Цветков Э. Психоника, или программируемый человек. М., 2005. 254 с.
49. Чернявская В. Е. Дискурс как объект лингвистических исследований Текст и дискурс. *Проблемы экономического дискурса* : Сб. науч. тр. СПб : Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2001. 324 с.
50. Чернявская В. Е. Лингвистика текста. Поликодовость, интертекстуальность, интередискурсивность : Учебное пособие. М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 248 с.
51. Чертов Л. Ф. Особенности пространственного семиозиса. *Метафизические исследования*. Вып.11. Язык. СПб, 1999. С. 140–155.
52. Чувакин А. А. Теория текста: объект и предмет исследования. Критика и семиотика. Вып. 7. Новосибирск : НГУ, 2004. С. 88–97.
53. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. М., 2014. 200 с.
54. Щербак О. В. Впливова динаміка лінгвосеміотичних кодів у рекламному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук. Одеса, 2018. 289 с.
55. Щербак О. В. Кінослоган як рекламний інструмент: амплітуда впливу лінгвосеміотичних різновидів. *Записки з українського мовознавства* : Вип. 27. : 3б. наук. праць = *Opera in linguistica ukrainiana* : Fasciculum 27 / Головний ред. Ж. В. Краснобаєва-Чорна. Одеса : «ПолиПринт», 2020. С. 282–290.
56. Щербак О. В. Лінгвосеміотичні коди в дискурсі української комерційної телереклами: виміри впливу : монографія / Олена Щербак ; за ред. Т. Ю. Ковалевської. Львів-Торунь : Liha-Pres, 2021. 342 с.
57. Яшенкова О. В. Основы теории мовой коммуникации. К., 2010. 304 с.
58. Clark Н. Н. Managing Problems in Speaking. К., 2008. 210 p.

59. Crystal D. A dictionary of linguistics and phonetics. Oxford : Blackwell Publishers. 1991. 234 p.
60. Dijk T. A. van. Ideology : A Multidisciplinary Approach. London : Sage. 1998. 147 p.
61. James T. Time Line Therapy: And the basis of Personality. London, 1988. 210 p.
62. Shcherbak O. V. Rhetoric of advertising influence. *Text in media cultural space* : collective monograph / O. S. Filatova, S. V. Huzenko, N. M. Filippova, T. N. Kostyrko, etc. Riga : Izdevnieciba "Baltija Publishing". 2020. P. 56–76.