

einige, manche, alle, mehrere. Важлива роль відводиться також невербальним складником висловлення, зокрема, погляду, виразу обличчя і просодичному чиннику.

Перспективою дослідження є більш детальне вивчення невербальної складової частини мовленнєвого акту натякання.

Список використаної літератури

1. Белозьорова О. М. Дискурсивні властивості мовленнєвого акту натякання (на матеріалі сучасної німецької мови) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 – «Германські мови» / О. М. Белозьорова ; ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2007. – 20 с.
2. Дейк Т., ван. Контекст и познание. Фреймы знаний и понимание речевых актов // Дейк Т., ван. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / Т. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – С. 12–40.
3. Демьянков В. З. Предикаты и концепция семантической интерпретации / В. З. Демьянков // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1980. – №4. – С. 336–346.
4. Долинин К. А. ИмPLICITное содержание высказывания / К. А. Долинин // Вопр. языкознания. – 1983. – №6. – С. 37–47.
5. Кобозева И. М. Об одном способе косвенного информирования / И. М. Кобозева, Н. И. Лауфер // Известия АН СССР. – 1988. – Т. 47. – № 5. – С. 462–471.
6. Курдюмов В. А. Идея и форма. Основы предикационной концепции языка / В. А. Курдюмов. – М. : Наука, 1999. – 194 с.
7. Солошук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі : [монографія] / Л. В. Солошук. – Х. : Константа, 2006. – 300 с.
8. Тютенко А. А. Структура і функції алюзії в пресі Німеччини, Австрії та Швейцарії : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / А. А. Тютенко ; ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2000. – 20 с.
9. Хвоцевський Р. В. Натяк як мовленнєва стратегія (на матеріалі суч. фр. мови) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.05 / Р. В. Хвоцевський ; ХНУ ім. Т. Г. Шевченка. – К. в, 2002. – 20 с.
10. Chomsky N. Deep structure, surface structure and semantic interpretation / N. Chomsky // Steinberg D. D. Semantics: An interdisciplinary reader in philosophy, linguistics and psychology / D. D. Steinberg, L. A. Jakobovits. – Cambridge : CUP, 1971. – P. 183–216.
11. Hartig M. Erfolgsorientierte Kommunikation / M. Hartig. – Tübingen ; Basel : Francke, 1997. – 223 S.
12. Römer R. Die Anspielung im Sprechakt / R. Römer // Muttersprache. – 1977. – 87. – S. 396–412.

Джерела ілюстративного матеріалу

13. Lenk F. Brand-Aktuell / F. Lenk. – Dortmund : GRAFIT, 1996. – 150 S.
14. Wendelschmidt F. Leid und Liebe / F. Wendelschmidt. – Gelnhausen : TRIGA\Verlag, 2000. – 130 S.

Статтю подано до редколегії
12.03.2012 р.

УДК 811.111:81'27

І. М. Білоус – аспірант Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди

Соціолінгвістичні характеристики дискурсу фітнес-класу

*Роботу виконано на кафедрі англійської філології
ХНПУ ім. Г.С. Сковороди*

Статтю присвячено розгляду конститутивних ознак дискурсу фітнес-класу. Автор характеризує умови та особливості перебігу мовленнєвої взаємодії на фітнес-заняттях.

Ключові слова: дискурс, інтертекстуальність, концепт, хронотоп, особистісно-орієнтований, статусно-орієнтований.

Белоус И. М. Социолингвистические характеристики дискурса фитнес-занятия. Статья посвящается рассмотрению конститутивных признаков дискурса фитнес-занятия. Автор характеризует условия и особенности, при которых протекает речевое взаимодействие на фитнес-занятиях.

Ключевые слова: дискурс, интертекстуальность, концепт, хронотоп, личностно-ориентированный, статусно-ориентированный.

© Білоус І. М., 2012

Bilous I. M. Sociolinguistic Characteristics of Fitness-Class Discourse. The article deals with the analysis of the constitutive elements of fitness-class discourse. The author makes an attempt to give the overall characteristic of conditions and peculiarities under which the communicative interaction in a fitness-class takes place.

Key words: discourse, intertextuality, concept, chronotope, personally-oriented, status-oriented.

Постановка наукової проблеми та її значення. Вступаючи в комунікацію, людина реалізує свої потреби, які, в свою чергу, визначають тип дискурсу, що залежить від зміни якості життя та вимог часу [6, 56]. Таким чином, переосмислення сучасною людиною свого місця в суспільстві та власного образу, потреба в самовираженні завдяки гарному зовнішньому вигляду спричиняє появу такого виду дискурсу як дискурс фітнес-класу. Він є різновидом спортивного дискурсу, який уже розглянуто у низці наукових праць. На сучасному етапі досліджено комунікативно-прагматичні особливості спортивного репортажу [1], лінгвосоціотичні характеристики спортивного дискурсу [7], особливості спортивного дискурсу в текстах масової інформації [2; 3], комунікативно-прагматичні характеристики телевізійного спортивного дискурсу [8].

Актуальність нашого дослідження полягає в тому, що популярність фітнес-занять як однієї зі сфер спілкування окремих членів суспільства, представляє великий інтерес для дослідження специфіки комунікативної інтеракції, зокрема особливостей протікання дискурсу між учасниками англomовного фітнес-класу, оскільки поняття *фітнес* виникло саме в англomовному комунікативному просторі. Дискурс фітнес-класу на цьому етапі розвитку мовознавства мало досліджений і розглядається крізь призму спортивного дискурсу як його підвид. Тому, **метою** цього дослідження вбачаємо в окресленні соціолінгвістичних особливостей фітнес-дискурсу. **Предметом** дослідження є умови перебігу комунікації англomовного фітнес-заняття.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Згідно із класифікацією, яку розроблено у наукових працях В. І. Карасика [4; 5], ми відносимо фітнес-дискурс до *статусно-орієнтованого* виду дискурсу, оскільки спілкування в ньому зводиться до діалогу представників тієї чи іншої соціальної групи за ознакою тимчасового спільного заняття. Статусно-орієнтований дискурс являє собою інституційне спілкування, тобто мовленнєву взаємодію представників соціальних груп або інститутів один з одним, із людьми, які реалізують свої статусно-рольові можливості у рамках суспільних інститутів, що вже склалися, кількість яких визначається потребами суспільства на конкретному етапі його розвитку [4, 194].

Специфіка інституційного дискурсу розкривається в типі його суспільного інституту, який у колективній мовній свідомості позначений особливим іменем (фітнес-клуб), узагальнений у ключовому концепті (*ЗДОРОВ'Я ТА КРАСА*), на якому базується діяльність цього інституту, пов'язується із конкретними функціями людей (навчити, показати іншим, удосконалити себе тощо), спорудами, зведеними для виконання цих функцій (спортивні/гімнастичні зали, майданчики), суспільними ритуалами і поведінковими стереотипами (виконання різноманітних вправ із певною періодичністю, обговорення певних норм повсякденної діяльності: харчування, рухова активність та тощо), текстами, що продукуються в цьому соціальному утворенні (фітнес-журнали, газети, брошури, буклети, відеокасети, інтернет-відео та ін.), а також міфологемами, вираженими у прислів'ях:

- *It's great you've decided to take up fitness. It's a nice choice! As they say: «A sound mind in a sound body»* [11];
- *I know you can do it! «Where there's a will, there's a way»* [10];
- *You should not only be physically active, but also be extremely particular about what you eat, as «A person is what they eat»* [12].

Зауважимо, що характерними для цього виду дискурсу є й ознаки *особистісно-орієнтованого дискурсу*, який поділяється на побутовий та буттєвий [5], оскільки спілкування учасників не є регламентованим та протікає за невимушених обставин. Під час відвідування фітнес-класу важливе не лише саме тренування у спортзалах чи цільове спілкування між тренером та клієнтом, але й мовленнєва взаємодія між самими клієнтами, що нагадує повсякденне побутове спілкування з усіма властивими йому ознаками (еліптичні речення, розмовна лексика, неформальний стиль взаємин та ін.) За допомогою такого спілкування відбувається розширення кола знайомств та світогляду, поглиблення знань та досвіду, реалізується потреба людини в емотивному самовираженні.

Однією з головних конститутивних ознак фітнесу дискурс-класу є *інтертекстуальність*, тобто його дотичність до інших видів дискурсу, таких як *педагогічний* (проявляється у спілкуванні пари

інструктор/тренер), *медичний* (є частиною спортивного дискурсу для надання допомоги при порушеннях функціонування організму, складання індивідуального режиму харчування), *масово-медійний* та *рекламний* (використання спорту для своїх загальних та особистих цілей, наприклад, привернути увагу, зацікавити покупця чи прорекламувати товар), *художній* (використання музики та танцювальних рухів під час фітнес-класу: аеробіка, шейпінг), *релігійний* (ритуальне та циклічне повторення певних дій та процедур, а також у залежності специфіки певного виду фітнесу від релігійних конфесій: йога, пілатес та ін.) та *юридичний* (виявляється у правилах поведінки та їх порушенні).

У дискурсі фітнес-класу виступають такі діади *учасників* комунікації, як інструктор/клієнт(и) (адресант/адресат, продуцент/реципієнт), а оскільки цей вид дискурсу можна віднести ще й до особистісно-орієнтованого дискурсу, а саме побутового, то другою діадою учасників є клієнт 1/ клієнт n. Головне місце у спілкуванні належить клієнтові, оскільки навколо нього і завдяки йому розгортається дискурс. Другорядне місце у цьому дискурсі посідають медпрацівники, представники адміністрації, консультанти та обслуговуючий персонал. Вони виконують у фітнес-дискурсі допоміжну функцію, однак та допомога, яку вони надають, є суттєвою та очевидною.

Дискурс фітнес-класу має свій *хронотоп*, тобто відбувається у певному місці й обмежений певними часовими рамками (тривалість одного заняття, їх кількість на тиждень; часовий проміжок між початковим фізичним станом клієнта та досягнутими результатами). Фітнес-заняття можуть відобразитися у формі відеозаписів, переглядати які можна вдома у зручний час. Локусом фітнес-занять є фітнес-клуби, спортивні майданчики, басейни, галявини на свіжому повітрі тощо. Локус проведення підготовчих заходів фітнес-заняття – тренувальні та інші приміщення – роздягальні, душові та ін. Заняття можна поділити на індивідуальні (інструктор/клієнт) та групові (інструктор/клієнти), що відповідно звужує чи розширює комунікативний простір.

В основі семантичного простору дискурсу фітнес-класу лежать такі *концепти*, як *КРАСА*, *ЗДОРОВ'Я*, *ВПЕВНЕНІСТЬ*, *ВИЗНАННЯ*, *ЗМАГАННЯ* та *СТАБІЛЬНІСТЬ*, які водночас виступають *цінностями* цього виду дискурсу.

Говорячи про *цілі* спортивного дискурсу як соціального та культурного феномену, О. О. Панкратова поділяє їх на загальні та індивідуальні [7, 38]. Серед загальних цілей дискурсу фітнес-класу виділимо: 1) рекреаційну; 2) розвивальну; 3) творчу; 4) соціалізуючу; 5) контролюючу; 6) організуючу. Фітнес, як один із видів спорту допомагає людині витратити накопичену негативну енергію, відволіктися від побутової рутини, забути про переживання та хвилювання. Цей факт дозволяє відзначити *рекреаційну* ціль фітнесу: *Charlotte Fischer, the new J. C. R. Sports Captain, organised weekly fun runs for Somervillians which resulted in a general increase in fitness and well being* [9, J2B 323]. Займаючись фітнесом, люди розвивають різноманітні фізичні, психологічні та інтелектуальні здібності – *розвивальна* ціль фітнесу: *Hand in hand with physical fitness goes the courage, enthusiasm, and mental power to stick to our aims when the going is tough and soft options beckon* [9, ARS 73]. Виконання певних завдань, використання різноманітних тактик і стратегій для досягнення мети, вимагають від людини творчого підходу, самовираження – *творча* ціль: *Only the knowledge that, by any modern standards, he was a genuinely quick bowler persuaded Ellcock to stay in the game and continue the battle for fitness when he was forced to return to his adopted London home from England's tour of his native West Indies in 1990 without bowling a competitive ball* [9, BN9 890]. Для досягнення мети клієнти фітнес-клубів взаємодіють один з одним – *соціалізуюча* ціль: *We became good friends because we were both keen on fitness* [9, CBF 2513]. Підводячи підсумки занять, здійснених за певний період, можна оцінити проведену роботу, досягнуті результати й порівняти їх зі своїми попередніми, з результатами інших клієнтів – тобто здійснити *контроль*: *What has happened over the course of this century has been an improvement in people's states of fitness at particular ages so that whereas at the beginning of the century people in their sixties were regarded as being old, it is clear that people who survive into their sixties are now mainly, as is described below, generally quite fit* [9, FP4 99]. Заняття фітнесом сприяє упорядкуванню та урізноманітненню діяльності людини, її робочого дня – *організуюча* ціль: *A relaxed jogging programme for 20 minutes, three times a week, for six weeks improved my fitness from just average to the «high good» category* [9, EX5 2221].

До індивідуальних цілей уважаємо за доцільне віднести такі: 1) фізіологічну або оздоровчу; 2) естетичну; 3) самостверджувальну. Відвідуючи фітнес-заняття, людина покращує стан здоров'я –

фізіологічна ціль фітнес-дискурсу – *Ruth is embarking on a fitness campaign to improve her breathing and the strength in her legs* [9, НАЕ 328]. Однією із основних цілей, що спонукають людину до фізичних занять, є її незадоволення своїми формами тіла, бажання вдосконалити зовнішній вигляд – естетична ціль: *To this day Souness is obsessed with fitness, healthy dieting, pectoral pride and keeping his body in trim* [9, ВІЛ 1534]. Досягнення бажаних результатів веде до впевненості, рішучості, бажання продовжувати самовдосконалення чи розпочати новий етап у своєму житті – **самостверджувальна** ціль: *Once you have reached your goal weight, you will want to maintain the health, fitness and slimness benefits that you have achieved. / And it's never too late in life to improve your fitness, allowing you to enjoy a better quality of life...and more of it!* [9, ВРГ 881; К4Л 145]

Важливо також визначити цілі ще одного учасника фітнес-дискурсу – інструктора. В основі фітнес-заняття лежить мовленнєва інтеракція, без якої перебіг заняття був би абсолютно неможливим, та з допомогою якої здійснюється реалізація основних комунікативних завдань фітнес-інструктора, а саме: задоволення бажань та потреб клієнта (для цього слід знати, які побажання та потреби він має, що означає проведення бесід та анкетувань), моральна підтримка при досягненні бажаних результатів (заохотити, підбадьорити, заспокоїти), інформування та навчання клієнта/клієнтів щодо правильності виконання певних вправ та їх призначення, а також роз'яснення особливостей функціонування фізіології організму людини. Крім цього, незалежно від того груповими є заняття чи індивідуальними, інструктор повинен ретельно вивчити фізіологічні особливості кожного клієнта (тобто вступити в мовленнєву взаємодію з клієнтом, запитати, відповісти, проконсультувати) та здійснити індивідуальний підхід до кожного із них.

У процесі підготовки інструктор вдається до різних *стратегій*. Оскільки фітнес-дискурс має ознаки педагогічного у рамках спілкування пари клієнт/учень) – інструктор/учитель, перерахуємо комунікативні прийоми, які використовують як учитель, так і інструктор при досягненні своїх цілей:

- **розповідь** (*It's really difficult for us ladies to get big muscles because we have less muscle building testosterone than men. As we work out our upper body and pectoral muscles your chest is going to get firmer. If your breast line measures are small or you are self-conscious about the size of your breasts, this exercise will provide support and lift*) [12];
- **пояснення** (*What you can't see is that I'm pulling my stomach in towards my back to create a safety net for my back as I'm exercising and warming up*) [11];
- **доведення** (*What's so great about these exercises that they are designed to be really effective to help you to reach the goal which you want to reach with this specific workout*) [10];
- **опис** (*You stay marching. I'll lounge to my right and to my left, now my arm will come across my body. When you're ready, join me and your arms pressed forward*) [11];
- **переконання** (*Have good attitude, put a smile on your face and feel good about yourself. We'll burn 300 calories. Every member do the best that you can, drink lots of water, eat well and you'll feel great!*) [10].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, фітнес-дискурс є складним комунікативним утворенням, що має ознаки інституційного та побутового спілкування, характеризується інтертекстуальністю, має власний хронотоп, діади учасників, цілі й стратегії.

Результати цього дослідження вважаємо певною контрибуцією для подальшого дослідження дискурс-характеристик україно- та англомовних фітнес-занять, що є перспективним у написанні низки публікацій.

Список використаної літератури

1. Аксенова И. Н. Коммуникативно-прагматические особенности спортивного репортажа : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / И. Н. Аксенова. – М., 1998. – 24 с.
2. Зильберт Б. А. Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи / Б. А. Зильберт, А. Б. Зильберт // Язык, сознание, коммуникация : сб. статей / отв. ред. В. В. Красных. – М. : МАКС Пресс, 2001. – Вып. 17. – 45 с.
3. Зильберт А. Б. Спортивный дискурс: точки пересечения с другими дискурсами (проблемы интертекстуальности) / Б. А. Зильберт, А. Б. Зильберт // Язык, сознание, коммуникация : сб. статей / отв. ред. В. В. Красных. – М. : МАКС Пресс, 2001. – Вып. 19. – 103 с.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик – Волгоград : Перемена, 2002. – 447с.

5. Карасик В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.
6. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса / А. В. Олянич – Волгоград : Парадигма, 2004. – 507 с.
7. Панкратова О. А. Лингвосомиотические характеристики спортивного дискурса: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / О. А. Панкратова. – Волгоград, 2005. – 228 с.
8. Снятков К. В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / К. В. Снятков. – Череповец, 2008. – 245 с.
9. <http://bnc.bl.uk/saraWeb.php?qy=fitness&mysubmit>
10. <http://www.youtube.com/watch?v=D0rafBJGDas>
11. <http://www.youtube.com/watch?v=e0wW-Us2B1Y>
12. <http://www.youtube.com/watch?v=zSUZgUQrBqE>

Статтю подано до редколегії
16.03.2012 р.

УДК 811.111'373

Є. В. Богатирьова – асистент кафедри перекладу
Приазовського державного технічного університету

Лексико-стилістичні засоби реалізації дискурсивних стратегій і тактик комунікантів англомовних політичних дебатів

Роботу виконано на кафедрі перекладу ПДТУ

У статті відображено результати аналізу англомовних політичних дебатів із точки зору співвіднесення лексико-стилістичних засобів, що вживаються комунікантами, та дискурсивних стратегій, які реалізуються ними в рамках досліджуваного матеріалу.

Ключові слова: політичний дискурс, англомовні політичні дебати, лексико-стилістичні засоби, дискурсивна стратегія, дискурсивна тактика.

Богатирева Е. В. Лексико-стилистические средства реализации речевых стратегий и тактик коммуникантов англоязычных политических дебатов. В статье отражены результаты анализа англоязычных политических дебатов с точки зрения соотношения лексико-стилистических средств, которые употребляются коммуникантами, и речевых стратегий, которые реализуются ими в рамках исследуемого материала.

Ключевые слова: политический дискурс, англоязычные политические дебаты, лексико-стилистические средства, дискурсивная стратегия, дискурсивная тактика.

Bogatyryova E. V. Lexical Stylistic Means of the English Political Debates Communicants Speech Strategies and Tactics Realization. The article reflects the results of the English political debates study which was aimed at correlating the lexical stylistic means used by the communicants and the speech strategies and tactics found in the material analyzed.

Key words: political discourse, English political debates, lexical and stylistic features, discourse strategy, discourse tactics.

Постановка наукової проблеми та її значення. Передвиборчі політичні дебати як площа, у якій політичні лідери вступають у комунікативну взаємодію із великою аудиторією, є вагомою складовою частиною породження та розвитку смислів у соціальному інституті політики. Фрагмент політичної реальності, який конструюється базовими комунікантами політичних дебатів – політиками, будується на основі дискурсивних стратегій і тактик, що реалізуються ними. Розуміння цього спричиняє доцільність дослідження політичних дебатів у прагматистичному аспекті.

Об'єктом дослідження є англомовні політичні передвиборчі дебати, а **предметом** – роль лексико-стилістичних засобів у реалізації дискурсивних стратегій і тактик комунікантів досліджуваного типу дискурсу. Хоча англомовні політичні дебати вже виступали об'єктом дискурсивних досліджень вітчизняних та іноземних учених, прагматистичний аспект цього типу дискурсу ще не ставав предметом наукового висвітлення.