

8. Genette G. Paratexts: thresholds of interpretation / Transl. Lewin J.E., intro. Macksey R. – Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
9. Барт Р. S / Z. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 231 с.
10. Деррида Ж.. О грамматологии. – М.: Ad Marginem, 2000. – 511 с.
11. Деррида Ж.. Письмо и различие. – СПб.: Академический проект, 2000. – 428 с.
12. Субботин М.М. Теория и практика нелинейного письма // Вопросы философии. – 1993. – №3. – С. 36-45.
13. Ямпольский М.Б. Память Тиресия. Интертекстуальность и кинематограф. – М.: Культура, 1993. – 464 с.
14. Benjamin W. The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction // Illuminations: essays and reflections / Ed. Arendt H. – New York: Schocken Books, 1968.
15. Foucault M. Language, Counter-Memory, Practice: selected essays and interviews. – Ithaca: Cornell University Press, 1977.
16. Beaugrande R. de. Text and Sentence in Discourse Planning // Text vs. Sentence: Basic Questions of Text Linguistics. – Vol. III. – Hamburg: Buske, 1979.
17. Абрамова О.Ю. Аллюзия у ліриці: функціональний аспект (на матеріалі поетичних текстів Й.О. Бродського, О.С. Кушнера): Автореф. дис...канд. філол. наук: 10.02.01 / Одеський держ. ун-т. – Одеса, 1994. – 15 с.
18. Бабенко Л.Г. Художественный текст как феномен культуры: категория интертекстуальности // Языки и транснациональные проблемы: материалы I Международной научной конференции 22-24 апреля 2004 г.– Москва, Тамбов, 2004. – Т. I. – С. 370-376.
19. Золян С.Т. О семантике поэтической цитаты // Проблемы структурной лингвистики 1985-1987. – М.: Наука. – 1989. – С. 152-165.
20. Нефёдова Е.Д. Особенности лингвостилистической организации текста британской литературной сказки. Дис...канд. филол. наук: 10.02.04. – Харьков, 2001. – 215 с.
21. Рязькова В.В. Реалізація категорії інтертекстуальності в американському художньому тексті XIX-XX століть): Автореф. дис...канд. філол. наук: 10.02.04 / Харківський нац. ун-т. ім. В.Н. Каразіна – Харків, 2004. – 20 с.
22. Супрун А.Е. Текстовые реминисценции как языковое явление // Вопросы языкознания. – 1995. – №6. – С. 17-29.
23. Тютенко А.А. Структура и функции аллюзии в прессе Германии, Австрии, Швейцарии. Дисс...канд. филол. наук: 10.02.04. – Харьков, 1999. – 205 с.
24. Фатеева Н.А. Интертекстуальность и ее функции в художественном дискурсе // Изв. АН СССР. Сер. лит. и язык. – 1997. – Т. 56, №5. – С. 12-21.
25. Фатеева Н. А. Контрапункт интертекстуальности, или интертекст в мире текстов. – М.: Агар, 2000. – 280 с.
26. Riffaterre M. Semiotics of Poetry. – Bloomington: Indiana University Press, 1978.
27. Попова З. Д., Стернин И. А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж: Истоки, 2003. – 192 с.
28. Еремеева Н.Ф. Концептуальное пространство английской народной сказки: Дисс... канд. филол. наук: 10.02.04.—Черкассы, 1997. – 193 с.
29. Крюков А.Н. Фоновые знания и языковая коммуникация // Этнопсихоллингвистика / под. ред. Ю. А. Сорокина. – М.: Наука, 1988. – С. 19-34.
30. Chomsky N. Language and Problems of Knowledge. – Cambridge: MIT Press, 1988.
31. Лурия А.Р. Язык и сознание. – М.: МГУ, 1979. – 320 с.
32. Мурзин О.Н., Штерн А.С. Текст и его восприятие. – Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1991. – 172 с.
33. Скребнев Ю.М. Основы стилистики английского языка. – М.: АСТ, Астрель, 2000. – 224 с.
34. Galperin I.R. Stylistics. – Moscow, 1971.

СТАТУС ЧИТАТЕЛЯ КАК СУБЪЕКТА КОММУНИКАЦИИ

Г.В. Чуланова

Статья посвящена категории читателя – партиципанта коммуникативной ситуации во вторичных малых текстах. Исследование категории читателя проводится с антропоцентрических позиций. В статье рассматриваются этапы эволюции релевантных метазнаков, а также статус читателя в интеракции актантов. Идентифицируются типы читателей.

Читатель, как субъект коммуникации, исследовался не только многими науками, но и с разных позиций. Дихотомия отношений читателя и автора составляет значительную часть истории литературы. На протяжении многих столетий право текста и право его автора казались неприкасаемыми. Проблема читателя занимала

определенное место в научных теориях взаимодействия автора и его произведения, их влияния на читателя. В XX столетии эта проблема приобретает все большее значение и исследуется в рамках философии, социологии, педагогики, психологии, литературоведения, поэтики, эстетики, лингвосомиотики, лингвостилистики, анализа дискурса.

Объектом данного исследования является категория читателя, предметом - когнитивно-лингвистические аспекты данной категории. Актуальность данной статьи обуславливается антропоцентрической направленностью современной лингвистики. Рассмотрение проблемы, которую на современном этапе развития лингвистики принято определять как „человеческий фактор в языке”, предполагает решение широкого спектра исследовательских задач. Растущий интерес к лингвистическому описанию адресата художественной коммуникации как одной из стыковых проблем лингвистики текста и литературоведения имеет своим источником введение в фокус лингвистики рассмотрения феномена жизни, в центре которой находится человек со всеми его психическими составляющими и состояниями, формами социального существования и культурной деятельности [7:10].

Современная лингвистика оперирует широким спектром терминов, которые обозначают читателя: русск. - *адресат, реципиент, партнер по коммуникации, собеседник, слушатель, интерактант; респондент*; англ. - *hearer, receiver, audience, locutionary target, addressee, user, patron, beta reader* [1:12]. Это свидетельствует о важности роли категории читателя, многозначности этого понятия, а также и о его недостаточном исследовании.

Категория читателя оставалась на периферии гуманитарных наук до шестидесятых годов XX столетия, за исключением некоторых исследований по социологии и психологии. В энциклопедическом словаре Брокгауза за 1903 год слову «читатель» дается следующее определение: *Читатель* – «журнал еженедельный; в тексте рисунки модь» [25: 882]. В словаре В. И. Даля *читатель* определяется как «человек, читающий книги для себя» [8:608]. Позже *читателем* считают человека, который читает, который занят чтением каких-нибудь произведений, к которому обращены произведения письменности [17:883].

Читателю отводилось так мало внимания потому, что авангардисты поддерживали миф о том, что настоящему творчеству публика не нужна. Их стратегия, как известно, привела к полному коммуникативному провалу в „общении” с реципиентами. „Текст, текст и ничего, кроме текста» - так формировалось кредо тех литературных теорий, которые характеризуют начальный формализм В. Шкловского, Б. Эйхенбаума и других представителей этой школы, так же французский структурализм К. Леви-Строса, Ц. Тодорова. Приоритет оставался за интенцией текста, его обозначающими структурами и способностью к порождению смысла. Здесь мы видим предпочтение языка субъекту. Структура языка трактуется как пример объективных структур, отвлеченных от осознания и переживаний говорящего, от специфики конкретных речевых актов. Соответственно и любое другое знание объективно в той мере, в какой оно выявляет на различном социально-культурном материале структуры, подобные языковым. Эта концепция, которую можно назвать „теоретическим антигуманизмом”, предполагает, что человек, субъект либо вообще выносятся за рамки рассмотрения в структурализме, либо трактуется как нечто зависимое, производное от функционирования объективных структур [20:290]. В пределах структуралистического подхода попытка принять во внимание роль реципиента воспринималась как посягательство на существующую догму. А в соответствии с ней формальная структура текста должна была анализироваться сама собою и ради самой себя. Структуралистский тезис, названный тезисом о «смерти человека», вызвал резкую критику.

Среди текстов, которые сыграли важную роль в изменении общей парадигмы текстуальной интерпретации, следует назвать произведение Р. Барта «Смерть

автора», которое писатель заканчивает известным афоризмом: «Рождение читателя приходится оплачивать смертью Автора» [23:15].

Постепенно принцип приемственности трансформировался в позитивный тезис о том, что читательская реакция определена прежде всего специфическими операциями текста. В конце концов, текст начинает рассматриваться как исторически открытое явление, ценность и смысл которого – исторически движимы, изменчивы и такие, что могут поддаваться операциям переосмысления.

В 60-70-х годах XX века особое внимание уделяется взаимоотношениям писателя и читателя, читатель это тот, для кого пишет писатель. В литературной жизни большое значение имеет то, как читатели воспринимают художественные произведения. И литературоведение не может обойти вопрос о взаимоотношениях между писателем и его аудиторией. Писатели тесно связаны с читателями, с народом. На читательских конференциях авторы отчитываются перед массовой аудиторией [13:354].

В 70-х годах не только углубилось представление о способах и процедурах анализа рецептивной ситуации, а и наметилась парадигма читательских ответов. Процесс восприятия текста считается многоуровневым: с одной стороны, он направлен на метачитателя, это закладывается в произведении автором, находится в плоскости аутентичности; с другой - наполняется сотворчеством читателя, находится в плоскости интерпретации. Статус читателя зависит как от индивидуально-психологических, так и социально-исторических характеристик. В выборе личного отношения он не полностью свободный, так как оно определяется также и текстом.

Важным остается вопрос о рецептивной эстетике, которая обозначается американским метазнаком «критика читательской реакции». Наряду с американским приобрел широкую популярность в 70-х годах прошлого столетия и немецкий вариант теории рецептивной эстетики. Для последователей этого движения характерным является смещение внимания с проблем творчества, литературного произведения – на проблему его восприятия, то есть с уровня психологической, социологической или антропологической биографии автора, на уровень сознания воспринимающей личности [23:16]. Рецептивная эстетика определила приоритет читателя в системе «текст – читатель»; учитывая его способность создавать собственный текст на основе прочитанного, т.е. метатекст.

В схеме „автор-книга-читатель” на первом месте, по мнению Н. А. Рубакина, так же должен быть читатель. Он считает, что книга является мертвой до тех пор, пока человек не прочитает ее, что книга живет лишь в процессе восприятия ее читателем. Оптимальное отношение между формулой писателя, формулой книги и формулой читателя – дать читателю „соответствующую” книгу, так как восприятие одной и той же книги у разных читателей разное [9:9]. Характер влияния книги на читателя зависит не от книги, а от психологических особенностей читателя [9:6]. Как нельзя говорить о существовании читателя без книги, так нельзя представить себе социальной роли книги без читателя как объекта влияния книги. В Иванушкин предложил следующее определение читателя: „социологическая личность, которая вступает в определенный контакт с содержанием и формой книги”, - и тут же он подчеркивал, что психика читателя не является пассивным реципиентом мыслей, а является критичной, даже при незначительном интеллектуальном развитии, является аппаратом, который корректирует авторские мысли [9:19].

На взаимосвязь читателя с окружающей средой указывал и Б.Борович, он определил читателя как социальную личность [6:75].

В настоящее время определение „читатель” уточняется, дополняется, читатель рассматривается как индивид, воспринимающий печатный текст и обладающий для этого необходимыми языковыми и культурными навыками. Степень овладения этими навыками у разных читателей различна, как и другие их характеристики. Одной из центральных проблем изучения читателя является их дифференциация и построение научно обоснованных типологий.

В книговедении часто используются классификации читателей, основанные на их социально-демографических характеристиках (пол, возраст, образование, профессиональный характер труда и т. п.), которые опосредованно влияют на читательские интересы. Для объяснения и прогнозирования читательского поведения за основу типологии читателей берутся такие характеристики, как представления о чтении, его регулярность, частота и время, соотношение видов читаемых изданий, их жанрово-тематический и языковой диапазон, соотношение источников информации о литературе и источников ее получения, уровень начитанности, понимание прочитанного. Однако для повышения эффективности воздействия литературы на читателя недостаточно ограничиваться внешними индикаторами читательского поведения, предпринимаются попытки дифференциации читателей на основании выявления таких личностных характеристик, как цели, мотивы чтения, ценностные ориентации читателей, специфические функции чтения (эстетические, познавательные, утилитарные и др.). Читательская направленность определяет избирательность читательской активности и проявляется при выборе источников информации, в особенностях восприятия, впечатлительности, понимания и оценки прочитанного [12:596]. Таким образом, читатель неизменно рассматривается как социальная личность, которая характеризуется специфической читательской психологией, и в то же время является объектом действий со стороны автора, печатной продукции, каналов ее распространения и рекламы, на которую имеет влияние окружающая среда. Психика читателя изменяется и зависит от общественной идеологии. В. Иванушкин вывел „формулу процесса чтения и освоения книги”, которая устанавливала отношения между статическими признаками читателя (а) – состояние здоровья, темперамент, природные способности, наследственность, система образования в детстве; динамическими признаками (b) – классовая принадлежность, интеллектуальное развитие, специальность и особенности трудовой деятельности, опыт чтения, лексический запас, влияние общественной идеологии; свойствами книги как объекта потребления (с) и коэффициентом освоения книги читателем (d) – влиянием книги на читателя: $c: (a+b) = d$. [9:21].

Изучение художественного текста в его отношении к читателю – реальному (эмпирическому) или потенциальному (гипотетическому) – первоначально восходит к принципу диалога, впервые введенному в качестве методологического ориентира В. Гумбольдтом. Вслед за В. Гумбольдтом и А. Белецким, Д. Чижевский считает: „книга не является монологом, а диалогом с „абстрактным” собеседником [24: 35].

Читатели могут быть представлены следующими потенциальными группами:

1 воображаемые собеседники с будущего, которые не принадлежат к современному для писателя обществу и времени;

2 ярые сторонники (могут быть как воображаемыми, так и реальными), которые „слепо” восхищаются писателем и его произведением, буквально следуют действиям героев;

3 потомки, читатели, которые навязывают автору свои идеи и свои образы;

4 читатели, которые сами „взялись за перо”, то есть начали писать и творить, компенсируя недостаток художественного воображения читательской памятью и искусством комбинаций [4:261].

В основе любой деятельности, а чтение можно считать читательской деятельностью, лежат потребности. Психологи, классифицируя потребности, выделяют такие три основные группы: биологические, социальные и идеальные. Читательскую деятельность можно отнести к идеальным потребностям – познание мира, своего места в нем, смысла жизни и т.д. Но чтение мотивируется также социальными и биологическими потребностями, через потребности в знаниях, в информации, которые удовлетворяются с помощью чтения.

Основной формой осознания потребности в чтении являются мотивы чтения. В современной психологии термин „мотив” – (от латинского *movere* – приводить в

действие, толкать) означает совокупность внешних или внутренних причин, которые вызывают активность субъекта. В роли мотивов могут выступать интересы, чувства и эмоции, установки и идеалы. В библиотековедении мотивы чтения рассматриваются как проявление читательской направленности личности: «...чтение субъекта обусловлено несколькими взаимосвязанными мотивами, которые образуют установившиеся структуры, разные у разных читателей, и формируются под воздействием социальных факторов и читательского опыта личности [21:89]. Так же под мотивами чтения подразумеваются внутренние побуждения читателя, основанные на вероятностном представлении о мере соответствия качеств книги его потребностям [19: 109].

Мотивы чтения активно изучались в 70-80-тые годы XXст., о чем свидетельствует большое число публикаций. Авторы предлагали разные варианты подхода к изучению сущности и способов изучения мотивов чтения.

Так, особый интерес представляет шкала, которая определяет разные уровни мотивации чтения следующим образом:

- 0 – не читают;
- 1 – читают по обязанности;
- 2 – иногда, из интереса;
- 3 – по обязанности, иногда из интереса;
- 4 – всегда из интереса;
- 5 – по обязанности и всегда из интереса [22:67-80].

Названные уровни мотивов, характерны, в основном, для чтения специальной литературы. Классификация мотивов чтения художественной литературы намного сложнее. Одно из первых исследований мотивов чтения художественной литературы принадлежит Л. Беляевой. Под мотивами чтения она понимала „всю совокупность внутренних побуждающих факторов – потребностей, желаний, склонностей, запросов человека, которые в своей взаимосвязи означают его интересы в области художественной литературы” [5: 152].

Л. Беляева выделяет семь групп мотивов:

- 1 Мотивы, связанные с привычкой людей к чтению (в дороге, перед сном, за едой, за чашкой кофе и т.д.)
- 2 Мотивы саморазвития и самообразования.
- 3 Познавательные мотивы.
- 4 Мотивы осмысления жизни.
- 5 Мотивы познания людей, самопознания, самообразования, поиска идеала.
- 6 Мотивы отвлечения от жизненных ситуаций.
- 7 Мотивы, связанные с потребностями активизации отдельных сторон психической деятельности [5:160].

Сюда так же можно отнести эстетические, морально-этические, общепознавательные, утилитарно-практические, когнитивные, гуманистические и интеракционные [16:49-63]. Эти мотивы находятся в разных взаимоотношениях, образуя для читателя особую парадигму мотивации.

В сознании читателя мотивы выбора книги могут принимать форму образов (представление о потрепанной книге, очевидно заинтересовавшей много читателей), мыслей (размышления о занимательном стиле данной книги по сравнению с другими), влечений (хочется с захватывающим сюжетом), желаний (хочу перечитать всего Драйзера), стремлений (буду следить за новинками литературы, чтобы не выглядеть отсталым), состоянии заинтересованности (друг оборвал рассказ на самом интересном месте, что же там дальше?), и осознанного читательского интереса как свойство личности (выбрал потому, что люблю читать фантастику) [19:111].

Анализируя чтение необходимо обратить внимание на такое понятие, как читательская установка. Читательская установка –общее психологическое состояние личности (группы, общества), которое обуславливается готовностью реагировать должным образом на произведения печати: выбирать их, читать, воспринимать и

оценивать под определенным углом зрения [21:212]. Именно установка „влияет на выбор книги, на восприятие текста и содержит моменты мотивации и направленности”. Существует три вида установок: социальные, ситуативные и фиксированные [17]

Не менее важными являются теоретические вопросы, касающиеся читательских интересов. Свое видение сути этой проблемы высказал Сахаров В. Ф.:

«Читательский интерес – избирательно – положительное отношение социального субъекта к чтению печатных произведений, приобретающих для него значимость и эмоциональную привлекательность в меру их соответствия его духовным потребностям и особенностям его читательской психологии» [19:112]. Здесь акцентируется внимание на двух основных признаках читательского интереса, а именно: значение определенной литературы для читателя и позитивно эмоциональное отношение к ее чтению. Желательно, чтобы эти моменты совпадали. Субъект в процессе чтения должен иметь и пользу и упоение(наслаждение), то есть удовольствие должно быть удвоенным. Оценочная характеристика книги зависит как раз от этих двух признаков и состояние заинтересованности будет тем сильнее, чем теснее будут переплетаться как значимость чтения, так и положительное эмоциональное состояние. Однако, следует обратить внимание, что необязательно эти два признака всегда должны гармонично объединяться. Один из них на каком-либо этапе может доминировать над другим. Но абсолютизация одного из них может негативно влиять на отношение к чтению. Однобокость интереса обедняет духовное развитие личности. Читательский интерес – это движущаяся, развивающаяся читательская активность, и если на низших ступенях он является интересом – любопытством, интересом – занимательностью, то на ступенях более высоких, приобретаая сознательные, волевые черты, переходит в стадию интереса инициативного [19:46].

Читательские интересы, в зависимости от того, кто выступает субъектом (носителем), делятся на личностные (отношение личности), групповые (отношение группы, коллектива, аудитории) и общественные(отношение общества к чтению определенной литературы). Они диалектически взаимосвязаны. Общественный интерес через групповые проявляется в личностных интересах. В то же время, общественный или групповой читательский интерес не сводится к простой сумме личностных, а имеет свои закономерности формирования и развития. На групповой читательский интерес оказывают воздействия нормы, традиции, обычаи, мнение, оценки, настроения. Он так же зависит от процессов общения и взаимовлияния читателей. Здесь следует остановиться на таком понятии, как «читательская мода». Читательская мода - это динамичная форма стандартного поведения читателя, которая проявляется в демонстративно-выборочном отношении к произведениям печати в соотношении с культурными нормами референтных групп в определенный отрезок времени [2:37]. В процессе общения читателя с печатной продукцией и между собой формируется читательская психология, которая отражает уровень духовной жизни общества и личности, изменяется под влиянием социальных условий, образа жизни, идеологической и социальной ориентации. В свою очередь читательская психология оказывает влияние на процессы создания и распространения произведений печати.

Читательская психология – сравнительно целостное структурное образование в сознании социального субъекта (личности, группы, общества), регулирующее его взаимоотношение с печатной продукцией. В ней диалектически связано общее (характеризующее читающую публику в целом), особенное (отличающее читательскую аудиторию или группу) и индивидуальное (своеобразное для одного читателя). Как исторически обусловленное явление, читательская психология отражает уровень духовной жизни общества и личности. Она формируется при достаточной регулярности чтения, в процессе общения читателей с печатными изданиями и между собой, изменяется под влиянием идеологической работы [19: 108].

Необходимо сочетать личностный и социально-психологический подход к изучению читательской психологии. Личностный подход заключается в том, что процесс чтения рассматривается не изолировано, а в зависимости от особенностей читательской психологии человека. Здесь необходимо учитывать читательскую направленность личности (потребности в чтении, читательские интересы и установки), читательский опыт (начитанность, навыки и культура чтения), уровень развития читательского вкуса и др. свойства. Социально-психологический подход требует рассматривать чтение как одну из сторон духовной жизни общества, учитывать процессы общения и взаимовлияния людей как факторы формирования и изменения читательской психологии. Исследования показывают, что межличностное читательское общение (советы друзей, товарищей по работе или учебе, членов семьи) играет ведущую роль среди стимулов выбора литературы для чтения [11:162]. Читатели обмениваются не только книгами, но прежде всего мнениями о них, происходит взаимная рекомендация произведений печати.

В поведении и деятельности читателей читательская психология проявляется в выборе содержания и способов чтения, спросе на литературу, особенностях восприятия, понимания и оценки текста, отзывах и мнениях о прочитанном. Только преломляясь сквозь призму читательской психологии, информационные и пропагандистские воздействия способны менять читательское поведение. Можно с уверенностью сказать, что читатель является объектом информационного и рекламного воздействия и в то же время избирательно активным субъектом чтения. Категория читателя (адресата) характеризуется тремя основными типами: объекты-адресаты, субъекты-адресаты и его модификация – интенциональный адресат, а также авторы-адресаты.

Объект-адресат – структурно-семантический адресат, реципиент, который воспринимает и испытывает на себе действие, которое исходит от субъекта; объект деятельности, не наделенный свойствами респондента.

Субъект-адресат – прагмасемантический адресат, который объединяет свойства реципиента (способность воспринимать) и респондента (способность реагировать и отвечать), представленный в структуре коммуникативно-речевого акта как функционально равный говорящему субъект речи, то есть как другой субъект речи, который соотносится с первым. Функциональной разновидностью субъекта-адресата является интенциональный адресат – прагмасемантический „переадресат”, который еще не реализовал присущие ему свойства респондента.

На текстовом уровне субъект-адресат реализуется в творческой сущности автора, то есть превращается в автора-адресата. (Полонский 1999 : 63-64) исходя из выше сказанного, мы считаем необходимым рассматривать читателя как субъекта коммуникации, способного реагировать и высказывать свою точку зрения.

Ограниченные рамки статьи не позволяют провести комплексное исследование статуса читателя. Данная проблема требует дальнейшего пристального изучения.

SUMMARY

The article focuses on the research of the reader's factor as the subject of communication. The reader's communicative-positional status is defined in terms of the discourse paradigm.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Англо – русский словарь по лингвистике и семиотике, под редакцией А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского. - М.: Помовский и партнеры, 1996. -Том 1.-641с.
2. Аскарлова В.Я. О понятии «читательская мода» // Психология чтения и проблемы типологии читателей: Сб. науч. тр. ЛГИК им.Н.К.Крупской. – Л., 1984. – Т. 90 –С. 29-38.
3. Балика Д.А. Аналітичний та синтетичний метод вивчення читачівства // Бібліолог. вісті. – 1926. - № 1(10). – С.16-36.
4. Белецкий А. И. Об одной из очередных задач историко-литературной науки (Изучение истории читателя): Зібрання праць. У 5-ти т. – К.: Наук. думка, 1967. – Т. 3. –С. 255-273.

5. Беляева Л.И. Типы восприятия художественной литературы: психологический анализ // Литература и социология. – М.: Худож. лит., 1977. – 414с
6. Борович Б.О. Как читать книгу: О чтении, о книгах, о записи. - Х., 1924.- 128 с.
7. Воробьева О.П. Текстовые категории и фактор адресата: Монография. – К.:Вища шк.,1993. – 200с.
8. Даль В.И. Толковый словарь великорусского языка: В 4-х т. – М.: Терра, 1995. -Т. 4: Н – V. – 688с.
9. Иванушкін В. Проблема читачівства та її вивчення. – К.: УНІК, 1926. – 32с.
10. Ізер В. Імплиційний читач: зразки комунікацій у прозі від Бун'яна до Беккера. - 1972
11. Книга и чтение в жизни небольших городов / Гос. б-ка СССР им. В. И. Ленина. - М.: Книга, 1973.- 328с.
12. Книговедение. Энциклопедический словарь. - М.: Издательство «Советская Энциклопедия», 1982.- 661с.
13. Лесин В.М., Пулинець О.С. Короткий словник літературознавчих термінів. – Київ: Державне Учбово-педагогічне видавництво «Радянська школа», 1961. - 370с.
14. Літературознавчий словник-довідник/ Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін. – К.: ВЦ „Академія”, 1997. – 725с.
15. Літературознавчий словник-довідник / За ред. Р. Т. Гром'яка, Ю. І. Коваліва, В. І. Теремка. – К.: ВЦ „Академія”, 2006. – 752с.
16. Мейжис И.А. Социально-психологические основы библиотечного обслуживания: Учеб. пособие. – Николаев, 1994. – 192с.
17. Ожегов С. И. Словарь русского языка: 70 000 слов/ Под ред. Н. Ю. Шведовой. – 23-е изд., испр. – М.: Рус.яз., 1990. – 917с.
18. Рубакін Н. А. Психологія читателя и книги. - М.: Книга, 1977. - 264с.
19. Сахаров В. Ф. Работа с читателями. - М.: Книга, 1981. - 296с.
20. Современная западная философия: Словарь/Сост.: Малахов В. С., Филатов В. П. – М.: Политиздат, 1991. – 414с.
21. Терминологический словарь по библиотечному делу и смежным отраслям знаний. – М., 1995. – 267с.
22. Умнов Б.Г. Теоретические и методологические проблемы типологизации чтения: Сб. науч. трудов.- Л., 1980. – Т.52.
23. Черних О. Читач як суб'єкт комунікації // Вісник Книжкової палати. - Київ, 2003. - №6. - 52с.
24. Чижевський Д. До психології читача та читання // Бібл. вісник.- 1996. - № 3. – С. 35-37.
25. Энциклопедический словарь. Издатели: Ф.А.Брокгауз, И.А.Ефронь.С.-Петербург. Типография Акц. Общ. Брокгауз – Ефронь, Прачешный пер.№6, 1903г. -Томъ XXXVIII. - 960с.

ОБРАЗНІСТЬ НІМЕЦЬКИХ СКЛАДНИХ АГРАРНИХ ТЕРМІНІВ

Шишліна О.П.

Стаття присвячена аналізу образності похідних основ складних іменників аграрної термінології німецької мови. Розглянуті словотворчі моделі, за якими утворюються образні складні терміни, проведена класифікація образності згідно мотивації та асоціативних ознак.

О.О. Потєбня називає два випадки поетичної образності: 1) образність у вузькому значенні (метафоричність), коли образ і значення належать до віддалених одне від іншого явищ; та 2) художню типовість (синекдоху) образу, коли образ стає початком цілого ряду подібних та однорідних образів [1,342].

До засобів передачі образності належать метафора, метонімія, порівняння, гіпербола та інші.

При метонімії існує певний, добре вивчений та описаний набір формул. При метафоричному переносі важко, а інколи неможливо визначити всі моделі, за якими утворюються метафори, оскільки метафора базується на асоціативних зв'язках. Як зазначає Н.Д. Арутюнова, основу метафори утворюють гіпотетичні асоціативні ознаки, які можуть мати суб'єктивний характер, інколи можливим є гіпотетичний домисел [2].

Традиційно під метафорою розуміють троп або механізм мови, який базується на вживанні слова, що позначає певний клас предметів та явищ, для найменування об'єкту, що входить в інший клас, або для найменування іншого класу об'єктів,