

ДИСКУРСИВНАЯ И СЕМИОТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ПРЕЗЕНТАЦИИ КОММУНИКАТИВНЫХ ТИПАЖЕЙ

© 2016 Л.И. Макарова

ЧОУ ВО «Международный институт рынка», г. Самара, Россия

Статья посвящена рассмотрению некоторых существующих ментальных знаний и применению категорий «концепт» и «презентема» к лингвокультурному понятию «коммуникативный типаж» в области дискурсивной и семиотической системы презентации.

Ключевые слова: дискурс, презентация, семиотика, коммуникативный типаж, лингвокультура, концепт, презентема, роль, стереотип.

Прежде чем определить коммуникативный типаж с точки зрения семиотики и дискурса, нам представляется необходимым описать эти два понятия. Семиотика или семиология (от греч. - знак) – представляет комплекс научных теорий, исследующих свойства знаковых систем, или систем знаков, каждому из которых определенным образом сопоставляется некоторое значение. Семиотический подход к изучению языка был предложен еще Ф. Де Соссюром в конце XIX века, когда он рассмотрел языки как знаковые системы и разработал теорию значения знаков в рамках научной дисциплины, названной «семиологией». Сам же термин «семиотика» был позже введен Пирсом [1].

Что позволяет рассматривать язык с точки зрения семиотики? Мы убеждены, что основой для возникновения лингвoseмиотики стало то, что в научные исследования в данной области ложатся три основных принципа семиотической проблематики:

1) синтактика – исследование структур сочетания знаков и правил их образования безотносительно к значениям;

2) семантика – изучение и интерпретация знаковых систем как средств выражения мысли;

3) прагматика, задачей которой является изучение отношений между знаковыми системами и теми, кто воспринимает, интерпретирует и использует содержащиеся в них сообщения [1]. В нашем случае рассматриваются и

сравниваются две знаковые системы: язык и культура в их интерпретации, переплетении и передачи аккумулированных данных носителями семиотических систем - коммуникантами.

Е.Р. Тарасов определяет взаимосвязь культуры и языка через своеобразное образование, «входящее в язык в виде значения языковых знаков и существующее в культуре в форме предметов культуры, т.е. в опредмеченной форме, форме деятельности, в образе результата деятельности» [17]. К.А. Долинин [3] считает, что в основе формирования стиля располагается ряд семиотически знаковых элементов, обретающих коннотативное содержание, которое, в свою очередь, трактуется Л. Ельмслевым как сложная знаковая система с неоднородным планом выражения, альтернативный выбор которого реализуется на более высоком смысловом семиотическом уровне (экспрессивный и эмотивно-оценочный компоненты) [4]. Все эти факты многообразного выражения языка в культуре через семиотическую систему знаков позволяют исследователям в области лингвокультурологии изучать и описывать знаковые составляющие языка через призму культурных компонентов, порождая новые научные понятия и определения, среди которых выделяются: культурные коды, фреймы, лингвокультурные концепты, презентемы, лингвокультуремы, логоэпистемы, сапиентемы, экофоремы, нозмы, которые в

определенной степени пересекаются по значению. Рассмотрим некоторые из них.

Московская лингвистическая школа определяет «культурный код» как систему координат, содержащую и задающую эталоны культуры, в соответствии с которой оценивается тот или иной феномен (по Красных) [8]. Р. Барт добавляет поэтичности этой языковой категории, определяя ее как перспективу «множества цитаций, мираж, сотканный из множества структур...; единицы, образуемые этим кодом, суть не что иное как отголоски чего-то, что уже было читано, видно, сделано, пережито; код является следом этого «уже»» [2]. Из данной дефиниции становится очевидным, что набор соответствующих культурных кодов позволяет определить содержание культурно-национальной коннотации применительно к коммуникативной ситуации или текстовому материалу, рассматриваемому как сплетение бесконечного числа коммуникативных кодов [6].

Другой эпистемологической категорией в науке принято считать удобное по отношению к культуре понятие «фрейм», представляемое (по Г.С. Пospelову) [13] как минимально необходимая структурированная информация, определяющая данный класс объектов или (по М. Минскому) как структура данных (образ), которые человек выбирает из своей памяти, познавая новую для себя ситуацию «с таким расчетом, чтобы путем изменений в ней отдельных деталей сделать ее пригодной для понимания более широкого класса явлений и процессов». Успешность использования данного понятия применительно к явлениям культуры объясняется тем, что культура зачастую рассматривается как совокупность выработанных в общественно-исторической практике образцов (стереотипов, стандартов, схем, программ) предметно-практического и идеально-духовного поведения и деятельности [14].

В культурологии и теории межкультурной коммуникации оперируют довольно широкими понятиями:

«лингвокультурема», по Э.Оксаар, единица описания языка и культуры, и в противопоставлении - «бихевиорема», используемые для описания закрепленных в сознании культурных смыслов и их конкретных поведенческих воплощений соответственно [18].

Лингвокультурологический термин «логоэпистема», использующийся для обозначения закрепленного через общественную культурную память следа отражения действительности в сознании его носителей языкового выражения в результате постижения ими духовных ценностей отечественной и мировой культур, был введен в научную базу В.Г. Костомаровым и Н.Д. Бурвиковой [7]. В качестве примера подобных когнитивных смыслов можно привести следующие единицы: «Куликовская битва», «Вот тебе, бабушка, и Юрьев день» [20], требующие определенных фоновых знаний при понимании, переводе и передаче их коммуникантам – представителям другой языковой среды. Анализируя понятия «логоэпистема» и «лингвокультурема», Е.А. Ярмахова справедливо отмечает, что два данных понятия принципиально расходятся: лингвокультурема представляет собой концентрат этнокультуры в сознании человека, а логоэпистема – концентрат общекультурной грамотности [20].

Философское понятие «ноэма» (от греч. мысленное содержание, мысль), введенное в оборот Платоном, трактуется как «мысленное усмотрение сущности, идеи, основанное на созерцательной природе разума... постижение многообразия вещей как некоторого единства» [1]. Подхватив данную идею, Гуссерль в феноменологической школе оперировал описанным понятием в качестве предметной направленности сознания в соотношении с другим термином «ноэзис» или «ноэза» - «осмысливающая направленность сознания на объект, который в свою очередь как носитель смысла (мысленного содержания) есть ноэма» [1]. В лингвокультурологическом ключе данные понятия используются как основополагающие элементы выделения

объекта и его эмоционального осмысления.

На наш взгляд, при описании коммуникативного типажа следует отталкиваться от понятий «лингвокультурный концепт» и «презентема», реализуемых в пространстве дискурса. Принимая во внимание трактовку категории «концепт» (от лат. *conceptus* - понятие) – содержание понятия [1], в лингвокультурологии за основу данной единицы прежде всего берется ее сущность - ментальная категория когнитивного образования. Проанализировав ряд дефиниций используемого понятия, мы составили следующее представление о данной языковой категории. Концепт есть многомерное ментальное образование - квант переживаемого знания (Ю.С. Степанов [16]), в котором содержится культурно маркированный признак, важный для понимания различных этнических обществ, включающее в себя понятийный, образный и ценностный компоненты (Карасик, [5]), а также способность транслироваться в различные области знания (Ляпин, [10]). В толковании Г.Г. Слышкина следует отметить представленность концепта как «элемента сознания», так как «именно человеческое сознание играет роль посредника между культурой и языком» [15]. Мы разделяем позицию А.В. Олянич, считающего, что, изучая процесс воздействия и эффективного донесения информации импактором, концепт следует отождествить не с понятием, а с представлением [12]. Именно форма презентации (представления) зачастую является важным фактором донесения информации при коммуникации с реципиентом (в том числе и дискурсообразующим), способом манипулятивного воздействия, призванного передать и затронуть определенную эмоцию и достичь поставленной цели общения. Трактовку концепта в виде представления также можно обнаружить в «Кратком словаре когнитивных терминов». Составители отмечают, что «понятие концепта отвечает

представлению о тех смыслах, которыми оперирует человек в процессах мышления... Концепты возникают в процессе построения информации об объектах и их свойствах, причем эта информация может включать как сведения об объективном положении дел в мире, так и сведения о воображаемых мирах...» [9]. Об этом же в своем определении данной языковой категории говорит и М.В. Никитин, выделяя в структуре концепта когнитивную и прагматическую (эмотивно-оценочную) части: «Концепт, актуализируя и объективируя себя в деятельности умственной (мышление), предметной (практика) и знаковой (семиозис), представляет собой исходную идеальную базу порождения актуальных смыслов и картин тех идеальных миров, которые выстраиваются мышлением и выражаются языком в речи» [11]. Данная дефиниция дает объемное представление об изучаемой языковой категории и позволяет использовать ее в различных концептосферах и сотканых из них дискурсах – важных для нашего исследования уровнях, на которых человек сознательно действует в коммуникации.

Другой важной для нашего исследования эпистемологической единицей, пересекающейся с пониманием концепта как представления семиотической системы построения коммуникации, является «презентема». Автор данного термина А.В. Олянич предлагает понимать под презентемой «мельчайшую информационную единицу воздействия, представляющую собой сложный лингвосемиотический (знаковый) комплекс, состоящий из когнитивно освоенных субъектом концептов и образов окружающего мира и переданный другому субъекту в ходе коммуникации с данным субъектом с целью воздействия на него» [12]. А.В. Олянич и мы вслед за ним считаем, что процесс коммуникации можно представить в виде временно-пространственной последовательности презентем как визуально (семиотически), так и вербально (дискурсивно). Описывая природу презентемы как сложного

комплекса знаков, ученый разделяет ее на три основных составляющих:

- 1) лингвистический знак или совокупность лингвистических знаков;
- 2) коммуникативная единица дискурса с заложенной в нее информацией, когнитивно освоенной коммуникантом и ее передающим;
- 3) цель (интенция) воздействующего коммуниканта (импактора) [12; 213].

Как видно из описания комплексности данной категории, презентема через лингвосемиотический подход позволяет выявлять, описывать, анализировать и систематизировать группы концептов и образов, равно как и отражающих их знаков и символов, находящихся в определенной взаимосвязи и соположении.

А.В. Олянич делит презенты на три гипертипа: невербальные (семиотические), вербальные (лингвистические) и вербально-невербальные (лингвосемиотические). Каждая из данных категорий содержит разные пласты презентем, выявленных на трех основаниях: экспликация презентационной функции языка и речи в разноуровневых языковых и параязыковых знаках, экспликация смысла и наличие компонента театральности, направленной на эффективность воздействия, - сообразно трем уровням: семиотическому, семантическому и прагматическому.

Для изучения вербального и невербального поведения коммуникативных типов из множества изученных и описанных автором презентем, на наш взгляд, следует опираться на те, которые как нельзя лучше раскрывают характер различного рода действий и оценку социумом. Во-первых, это невербальные презенты: позиционные презенты, подразделяющиеся на антропологические (позы и положения тела) и артефактные (вещественные), позволяющие изучить характеристики типажа через язык тела и окружающие его вещи; социальные и, как их разновидность, этнические презенты, поднимающие проблему отчуждения данного индивида на социальном и национальном уровне сквозь приемы

театрализации его действий. Во-вторых, из невербально-вербальных презентем нас интересуют презенты-демонстративы и ритуальные презенты. Как известно, презентация, являясь частью коммуникации (межличностной передачи информации), ставящая своей целью достижение определенного результата, по своей сути не может существовать без демонстративов. Ритуальные презенты связаны с неоднократностью различного рода действий и восприятием их как необходимой данности. Упомянутый подвид также обладает характером театральности, а иногда и «показушности», имеющим целью привлечения внимания. Нас также интересуют различные вербальные лингвосемиотические презенты, выделяемые на основе трех презентационных акций: самопрезентации, дескрипции и демонстрации, - позволяющих выявить особенности коммуникативного типажа через персональное пространство языковой личности, материальное, социальное окружение, способы реализации потребностей, индивидуальные предпочтения и т.д. [12].

В этой связи нас интересуют замечания исследователя динамической социальной психологии Э. Фромма, который считает, что «величайшее достижение современной культуры: индивидуальность и неповторимость каждого человека» находится под угрозой благодаря тенденциям современной политики. Идея исследования автора в том, что человек, обретя свободу от табу доиндивидуалистического общества, все еще не может в полной мере реализовать свои интеллектуальные, эмоциональные и чувственные способности из-за чувств бессилия и тревоги, возникших в результате обретенной свободы, от которой он стремится либо избавиться путем новой зависимости, либо полностью реализовать свою неповторимость и индивидуальность [11]. С этой точки зрения нас интересует последний сценарий развития, так как именно из него возникают впоследствии основания для

выделения коммуникативных типажей: изначально один или несколько индивидуумов находят новые способы выделиться из общей массы с помощью различных презентационных семиотических составляющих, выраженных также и в речевых интенциях, которым впоследствии подражают либо относятся негативно как к асоциальным проявлениям, пытаясь загнать личность обратно в рамки общественных правил.

Понятие «роль» широко развито и описано в социальной психологии и представлено как устойчивый шаблон поведения, система действий, выбираемая личностью как реакция на поведение других людей. Нас интересует триада «роль-амплуа-маска» как презентационные компоненты дискурса, связанные с эмоциональной передачей реального и вымышленного образа в рамках коммуникативной презентации типажей. Все эти понятия зачастую рассматриваются в связи с театральностью представления типажа, что, на наш взгляд, является одной из важных характеристик коммуникативного поведения, базирующейся на такой потребности человека, как самопрезентация. Поэтому мы, вслед за А.В.Оляничем, будем считать лингвосемиотическую категорию театральности прагматическим основанием презентационности дискурса [12] и остановимся на ней поподробнее.

В ряде исследований, посвященных проблемам коммуникации, можно встретить театральность в качестве лингвосемиотического компонента коммуникации, лингвокультурного механизма передачи смыслов, как определенное выстраивание системы кодов коммуникантом с целью определенного воздействия на общество, как ритуализированная модель коммуникации, а также как «метафора жизни». Е.В. Олимпиева на примере театральной ситуации в России Серебряного века рассматривает театральность в семиотико-эстетическом плане в качестве составляющей синтетического поиска театральной деятельности. Дело в том, что этот период

характеризуется переосмыслением роли театра в жизни общества, сопровождаясь пересмотром и разработкой новых театральных концепций и средств выразительности и реализуясь в более широком понимании значения понятия «театральность». А.В. Олянич в монографии «Презентационная теория дискурса» рассматривает театральность в тесной связи с лингвосемиотикой на примерах различных типов дискурсов. Автор считает, что в религиозном дискурсе театральность представлена в виде обряда и ритуала, которыми проповедник сопровождает свою речь. Для педагогического дискурса – это выступление педагога перед обучаемыми в классе (зрительный зал) соответственно плану урока (сценарию), либо за кафедрой, либо рядом с классной доской (сцена). В глуттоническом (гастрономическом) дискурсе театральность представлена как в процессе приготовления пищи (закулисная деятельность), так и в презентации результатов творчества (блюда) повара (драматурга и режиссера) и официанта (актера) публике (посетители ресторана) [12].

В представленном исследовании нас интересует театральность не столько как составляющая самого театра, а скорее как «идея театральности жизни» - театральность присуща любому человеку, являясь важной составляющей как индивидуума, так и общества в целом, личности свойственен «инстинкт театральности», а культура строится на принципе игры.

Конечно, в современном социуме редко можно услышать оценочную реплику «Его образ театрален». В обиход вошло понятие «манерность» и его дериват «манерен» как составляющий элемент театральности. Шекспировское высказывание «All the world's a stage, // And all the men and women merely players» стало известным постулатом современности. «Вся наша жизнь – игра, а люди в ней - актеры» - на первый взгляд всего лишь банальная фраза. Однако, если вдуматься в ее смысл, на поверхность всплывает объемность и глубина данной

мысли, отражающей потребностно-презентационный смысл коммуникации социума. Взяв модель театральной постановки, можно выстроить сценарий жизни и поведения в различных ситуациях для каждого индивидуума, определить жизненное амплуа или характер маски, которую требуется «надеть» в той или иной атмосфере общения: на работе, с друзьями, на отдыхе, в клубах, на «тусовках» – мы везде разные в зависимости от коммуникационной ситуации. Семиотическое сопровождение поведения для конкретной маски, как правило, зависит от поставленной цели общения и желаемого результата, моды, ожидаемой коммуникантом социальной либо индивидуальной реакции.

К. Берк разработал драматургический подход к коммуникации, что позволяет рассматривать ее как символическое взаимодействие в контексте социума в рамках общения, происходящего на «сцене» и реализуемого «актерами», которые преследуют определенные цели, реализуемые в коммуникативных действиях, с использованием различных вербальных и невербальных средств. Автор выделяет только четыре существующих мотива коммуникации: иерархия, вина, принесение в жертву и спасение (избавление) [21]. Основываясь на данных мотивах концепции К.Берка, Е.И. Шейгал описывает развитие коммуникативных политических процессов: «иерархия воплощает социальный порядок, отклонение от существующего порядка рождает ощущение вины, от которого избавляются, находя козла отпущения, воплощающего социальное зло, и принося его в жертву, т.е. устраняя «плохого» политика – грехи искуплены, зло побеждено, происходит переоценка ценностей и устанавливается новый порядок» [19].

Для определения понятия театральности А.В. Олянич проводит семантический анализ данного концепта и обнаруживает в смысловом содержании англо-и русскоязычного концепта «theatricality-театральность» следующие важные семы: showy/зрелищность, self-

display/самопрезентация, unnatural behavior/условность, ненатуральность поведения, exaggerated/напоритость поведения, manner calculated for effect/поведение, рассчитанное на определенный эффект, affectedly dramatic/драматическая лжеэмоция. Автор приходит к выводу, что индивидуум использует театральность для создания максимально комфортных условий своего существования на фоне жестокой реальности, а определенная маска дает возможность извлечь выгоду в случае коммуникативной неудачи и презентовать себя. Исследователь при этом отмечает, что маска, являющаяся обязательной составляющей коммуникативной ситуации, вовсе не обязательно несет признак неискренности общения, а является лишь защитой от внедрения во внутренний мир презентующего. Таким образом, А.В. Олянич и мы вслед за ним рассматриваем театральность как «своеобразный лингвосемиотический инструмент, способствующий точно рассчитанной реализации человеческой потребности в формировании удобной для своего существования среды обитания и коммуникации; инструмент, включающий механизмы презентации и самопрезентации как необходимых элементов коммуникативного воздействия на среду и социум» [12].

Наряду с такими эмоциогенными презентационными компонентами театральности, как «роль» и «маска», нас также будет интересовать понятие «амплуа». В театральной деятельности амплуа можно представить как способ типизации, по характеру схожий с драматургическим типом-маской и противоположный характеру. Известно, что в театре понятие амплуа связано с некоторым набором предписаний для создания определенного драматического характера, направленных на некоторое упрощение и схематизацию образа с целью усиления каких-либо отдельных его качеств. Таким образом, драматический тип-амплуа можно сравнить с образом-стереотипом, обладающим не уникальными качествами отдельной

личности, а являющимся одним из многих представителей данного коммуникативного поведения.

Стереотипность или шаблонность восприятия характерна представителям любого этноса. На эту тему представлено много исследований на социологическом и психологическом уровнях. В современной лингвистике даже возникло направление, занимающееся установлением и критикой стереотипов, что является вполне закономерным следствием самой природы стереотипа, основанным, как правило, на недостатке и скудности известной информации, полученной из собственного опыта, и как следствие – лжедомысливании. Например, в сознании многих иностранцев (это мы выяснили из разговора с 28-летним англичанином, который был удивлен тому, как в нашей стране все развито и современно) Россия до сих пор представляется как страна с суровыми зимами, отрезанная от цивилизации, засыпанная снегом и засаженная елками среди которых бродят медведи, а люди и зимой и летом носят валенки и шапки-ушанки. Свидетельством этому могут быть кадры из иностранного музыкального клипа 90-х годов, где пара русских среднего возраста танцует в помещении в валенках, на женщине надет пуховой платок, а на мужчине – шапка-ушанка со звездой посередине. Или совершенно абсурдные кадры одного американского фильма, где современная русская женщина отказывается садиться в машину, потому что никогда не видела данного вида транспорта и не ездила на нем, в результате она решает идти до нужного места пешком. Вероятно, все это можно объяснить результатом многолетней изоляции российской культуры от общения с другими странами и нежеланием большинства иностранцев (особенно с Американского континента) так далеко лететь в Россию и узнавать культуру. Другим примером может служить американский фильм, снятый по мотивам произведения Пушкина «Евгений Онегин» с участием кинозвезды Лив Тайлер, где подобрано музыкальное сопровождение русско-народного

характера (стереотип музыкальных предпочтений), совершенно не подходящее той эпохе с ее балами и туалетами, да и образ самой Татьяны Лариной далек от утонченной девушки, воспетой Пушкиным. В другой современной художественной картине «Армагедон» герой Брюса Уиллиса останавливается на русской космической станции для заправки топлива, где отечественный пьяный космонавт заставляет работать машину путем удара по ней. Здесь режиссер использует стереотип бесконечного русского пьянства даже на работе и некачественной, а порой и доисторической техники, которая может работать лишь от удара. Стереотип пьянства также силен в современном иностранном сознании, что доказывается словами русского происхождения, которые знают иноземцы: водка, пельмени, борщ и почему-то при этом бабушка (видимо, подающая закуски). Данный стереотип, доведенный до абсурда современным американским кинематографистом, вызвал скандал и негодование в рядах современных русских подводников после фильма о русской субмарине, где они были представлены «не просыхающими» алкоголиками, выполняющими очень ответственную работу. Таких примеров множество и по отношению к другим нациям. Россияне, например, (в том числе благодаря сатире М. Задорнова) считают американцев «тупыми» и бездушными материалистами, хотя среди нации встречаются абсолютно разные типажы. Англичане представлены в сознании как чопорные и чудоковатые люди, спящие с грелками, а не с супругами, везде выстраивающиеся в очередь и пьющие «five-o'clock-tea», хотя многие уже давно отошли от этой традиции и т.д. Из этого следует, что стереотипность восприятия, вследствие своей ограниченности, является своеобразным тормозом в развитии отдельного индивида и общности в целом, а на современном этапе с развитием технологий и информационного обеспечения вообще граничит с неуважением к культуре другой нации.

Интересной является трактовка стереотипа В.В. Красных, разделяющего его на две составляющие: канон (образец поведения) и эталон (совокупность ассоциативных связей) [8], где первая составляющая задает простую стандартную модель поведения, а эталон выделяется на основе присущих ассоциаций применительно к определенному фрагменту действительности. Это позволяет, например, делать прогноз при коммуникации. Если ваш собеседник, допустим, медик, то вы на основе ассоциативных связей можете предположить примерные темы беседы, клишированные фразы, которые он будет употреблять, манеру изъяснения и реакцию на определенные факты (скажем, на народную медицину или целительство, не связанные с разумным научным объяснением). В целом следует отметить, что люди, как правило, рассматривают стереотипы применительно к своей собственной персоне и оценивают их скорее отрицательно, так как это идет вразрез с их собственными представлениями.

Что же касается стереотипности театральной модели коммуникации, на современном этапе она насыщается устоявшимися типажам, основанными на системе классических театральных (художественных) амплуа, которые находят реализацию в «социальном театре», развивают его и, дополняя новыми характеристиками, снова возвращаются в театр в виде новых художественных форм и образов. Здесь следует привести наблюдения В.И. Карасика: «В современной русской лингвокультуре активную роль играют типизируемые представители уголовного мира. В этой связи интересно отметить смещение ценностной составляющей концептов ‘представитель криминалитета’, ‘представитель власти’, ‘представитель населения, не входящего в криминалитет либо власть’: смыкание в общественном сознании власти и криминалитета, с одной стороны, и резкое понижение статуса остального населения, с другой стороны.

Если раньше человек, противопоставленный воровскому сообществу, был не только жертвой преступления, но и обладал некоторым самодовольством, т.е. ощущал свою ценность (*‘фраер’*), то теперь такой типаж сводится до уровня интеллектуальной несостоятельности (*‘лох’*)» [5]. Таким образом, понятие «амплуа», характерное для театральной деятельности, оказывается важным фактором при лингвистическом описании презентационности коммуникации, «поскольку в дискурсе типизированная роль проявляется как «коммуникативный типаж»» [12].

Подводя основные итоги, следует отметить, что в рамках научного исследования в лингвистике, психологии, литературоведении, культурологии, социологии, философии проводятся типизации личностей по определенным признакам на различных основаниях. Коммуникативный типаж, являясь языковой личностью, может рассматриваться как лингвокультурное явление применительно к семиотике и дискурсу. Коммуникативный типаж как разновидность лингвокультурного концепта представляет определенную этносоциальную группу и может относиться либо к реально существующим личностям, либо к вымышленным персонажам, обладающим определенными характеристиками вербального и невербального плана, что позволяет описывать особенности его дискурса через лингвoseмиотический подход. Коммуникативный типаж может быть представлен через коммуникативные пласты или презентемы, дающие возможность выявлять, описывать, анализировать и систематизировать группы концептов и образов наряду с отражающими их знаками и символами, находящимися в определенной взаимосвязи. В презентационной коммуникации данной языковой личности отчетливо прослеживается связь с триадой «роль-маска-амплуа» и характеристикой «театральность». Презентирующая коммуникативного поведения языковой личности выводится

из целей общения, что позволяет перцептивном и ценностном аспектах.
рассматривать его в понятийном, образно-

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Аверинцев С.С., Араб-Оглы Э.А., Ильичев Л.Ф. и др. Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1989. – 1050 с.
2. Барт Р. Избранные труды. – М.: Просвещение, 1989. – 320 с.
3. Долинин К.А. Стилистика французского языка. - Л.: Просвещение (ЛО), 1978. – 345 с.
4. Ельмслев Л. Прологомены к теории языка // Зарубежная лингвистика. – Вып.1 – М., 1999.
5. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс // В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
6. Киреева И.И. Языковой знак – культурный код: онтологическое единство языка и культуры // Культура и язык. – Материалы научной и практической конференции. – Самара: СФ МГПУ, 2003. - С.30-36.
7. Костомаров В.Г., Бурвикова, Н.Д. Символы прецедентных текстов в коммуникации / В.Г. Костомаров, Н.Д. Бурвикова // Изучение и преподавание русского слова от Пушкина до наших дней: Материалы конференций и семинаров. – Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 1999. – С.7-14.
8. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2003.
9. Ляпин, С.Х. Концептология: к становлению подхода / С.Х. Ляпин // Концепты. Научные труды Центроконцепта. Вып.1. - Архангельск: Изд-во Помор. ун-та, 1997. - С.11-35.
10. Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. - М.: Изд-во МГУ, 1996. – 248 с.
11. Ляпин С.Х. Концептология: к становлению подхода / С.Х. Ляпин // Концепты. Научные труды Центроконцепта. Вып.1. Архангельск: Изд-во Помор. ун-та, 1997. - С.11-35.
12. Никитин М.В. Денотат – концепт – значение // Чествуя филолога: сборник статей, посвященных 75-летию Ф.А. Литвина. – Орел, 2002. – С. 169-180.
13. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: монография. – Волгоград: Парадигма, 2004. - 507 с.
14. Пospelов Г.С. Предисловие // Минский М. Фреймы для представления знаний. - М.: Энергия, 1978. - С.3-12.
15. Савицкий В.М., Плеханов А.Е. Идеотнизм речи (проблемы лексической сочетаемости). – М.-Самара: МГПУ, 2001. - 188 с.
16. Слышкин, Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г.Г. Слышкин. – М.: Academia, 2000. – 128 с.
17. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. - 824 с.
18. Тарасов Е.Р. Язык и культура: Методологические проблемы // Язык – Культура – Этнос. – М., 1988. – 315 с.
19. Шамне Н.Л. Актуальные проблемы межкультурной коммуникации: учебное пособие.– Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 1999. – 208 с.
20. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: монография– Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
21. Ярмахова Е.А. Коммуникативный типаж «чужак» в английской лингвокультуре // Интенсивное обучение иностранным языкам: проблемы методики и лингвистики. - Волгоград: «Перемена», 2004. – 195 с.
22. Burke K. Language as Symbolic Action [Text] / K. Burke. – Berkley, CA: University of California Press, 1966. – 514 p.

COMMUNICATIVE TYPES ANALYSED THROUGH THE SYSTEMS OF DISCOURSE AND SEMIOTICS.

© 2016 Ludmila I. Makarova

International Market Institute, Samara, Russia

The article is devoted to the analysis of some mental knowledge and usage of the categories of «concept» and «presentema» along with the linguocultural notion «communicative type» in the sphere of discourse and semiotics as the systems of presentation.

Key words: discourse, presentation, semiotics, communicative type, linguoculture, concept, presentema, role, stereotype.