**ОЦІННИЙ ДИСКУРС: ЗА ЧИ ПРОТИ ?**

**Гуменюк Н.Г., канд. філол. наук ( Алчевськ)**

Вивчення оцінки , яка є судженням про цінності, яке можна представити у формі «Xisgood/bad», не є новим у лінгвістиці [1-10].Проте, ми хотіли би розглянути оцінку у дискурсному аспекті, де дискурс виступає як інтегративна одиниця мовлення, яка може складатися з одного або ж кількох комунікативних актів, яка передбачає наявність учасників комунікації та самої комунікативної ситуації разом з усіма екстралінгвістичними чинниками, які її складають. Дискурс як інтегрована одиниця мовлення , за теорією мовленнєвих актів, має декілька ефектів: перлокутивного, локутивного, та іллокутивного [7, с. 160]. Іншими словами, кожний дискурс має декілька призначень, одне з яких- це вплинути на адресата (співрозмовника)з метою отримання певних результатів, потрібних промовцю (адресанту), який і створює цей дискурс, який є центром цієї комунікативної ситуації.

В рамках дискурсу оцінка відіграє важливу роль, розміщуючи учасників комунікації на аксіологічній шкалі,що для процесу комунікації набуває значення «наближатися/ дистанціюватися кола спілкування учасників комунікації», « мати відносини/ відсторонюватися від спілкування з учасниками комунікації». Проте, виділяти «оцінний дискурс як самостійно існуючий тип діалогічного дискурсу на грунті властивої йому аксіологіічної структури» [3,c. 6] нам вважається не доречним. З огляду на те, що оцінка знаходиться у пропозиції висловлювання [9, c. 7], що її призначення – розміщувати оцінний об’єкт на аксіологічній шкалі у відношенні «гарний/ поганий», «негативний/позитивний», вона позбавлена прагматичної компоненти. Але вона може її набувати в дискурсі певного типу, який, в свою чергу, не може вважатися оцінним, так як він має призначення не оцінити певний об’єкт, а вплинути на адресата. Так, у рекламному дискурсі

*This watch is splendid. The price of it is correlated with its quality.*

оцінка представлена оцінною лексикою *splendid,correlated* зі значенням «позитивний». Проте, цей дискурс не є оцінним. Це спонукальний дискурс зі значенням «*Buythiswatch!».*

Таким чином, виділяти оцінний дискурс як самостійний тип дискурсу не єдоречним, так як дискурс має призначення не розмістити оцінюваний об’єкт на аксіологічній шкалі, а вплинути на адресата певним чином, потрібним промовцю (адресанту).

**Література**

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. - М.: Наука,1988. – 339 с.

2. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки . – М.: Наука, 1985. -228с.

3. Гончарова Н.В. Аксіологічна структура англомовного діалогічного дискурсу (на матеріалі художньої прози): Автореф. дис. … канд. филол. наук. – Київ, 2002. – 19 с.

4.Гуляр Т.Б. Комуникативные оценочные действия в иллокутивных и перлокутивных актах // Высказывание и дискурс в прагмалингвистическом аспекте / Сб. научн. тр. Киевск. ин-та ин.яз. – Киев, 1989. - С.30-34.

5. Гуменюк Н.Г. Дейктические маркеры как фактор, влтяющий на реализацию категории оценки в тексте (на матери але англоязычной прессы и рекламы). Дисс. … канд. филол. наук. – Киев, 1996. – 169с.

6. Ивин А.А. Основание логик и оценок. – М.: Изд-во МГУ, 1970. – 230 с.

7. Серль Дж. Что такое коммуникативный акт? //Новое в зарубежной лингвистике. - М: Прогресс, 1986. Вып. XVII: Теория речевых актов. – С. 151-170.

8. Сорокин Ю. Е. Синтаксические конструкции приблизительной оценки в английском языке: Автореф. дис. … канд. филол. наук. – М., 1988. – 24 с.

9. Федотова Е.И. Коммуникативно-функциональные и семантические особенности предложений оценочого типа в современном английском языке (объект оценки – адресат). Дисс. … канд. филол. наук. – Киев, 1987. – 207 с.