

СИНЕРГЕТИЧЕСКИЕ КАТЕГОРИИ ДИСКУРСА (на материале рекламного дискурса)

Екатерина Леонидовна Словицова

к. филол. н., доцент кафедры немецкой филологии

Пермский государственный национальный исследовательский университет

614990, Пермь, ул.Букирева, 15. slowikowa@mail.ru

Мария Николаевна Ельцова

доцент кафедры иностранных языков, лингвистики и межкультурной коммуникации

Пермский национальный исследовательский политехнический университет

614990, Пермь, Комсомольский пр-т, 29. maria_eltsova@mail.ru

Статья посвящена одной из интереснейших проблем в лингвистике – синергетическим категориям дискурса. На примере рекламного дискурса рассматриваются категории образности, эмотивности, оценочности, симметрии–асимметрии, напряжения и напряженности, а также выявляется их роль в создании синергетической структуры смыслового пространства. Механизмы взаимодействия данных категорий описываются с позиций синергетической лингвистики и контрадиктно-синергетического подхода. Модель структуры дискурса представлена в виде динамики напряженности и напряжения.

Ключевые слова: смысл; энергия; синергия; дискурс; образность; напряжение; напряженность; синергетическая структура.

Стремление вскрыть сущность и объяснить механизмы эволюционных динамических процессов в исследуемых объектах привело к появлению нового направления в филологической науке, находящегося на стыке двух дисциплин – «лингвистики» и «синергетики», а именно синергетической лингвистики. Исследования в русле этой новой научной парадигмы «ориентированы прежде всего на построение моделей самоорганизующихся систем, однако термины, идеи и методы синергетики используются лишь в той мере, в какой это необходимо для достижения целей исследования» [Мышкина 2010: 86].

Разрабатываемая нами концепция синергетических категорий дискурса согласуется с применяемым в синергетике методом – теорией динамических систем и базируется на понимании смыслового пространства дискурса как сложной и саморазвивающейся системы образов / смыслообразов, характерными признаками которой являются: системность, динамичность, гомеостатичность, иерархичность, способность к самоорганизации, эмерджентность, открытость. Развитие данной системы происходит в смысловом пространстве и времени, а «живой тканью» яв-

ляются смысловые энергопотоки [Словицова 2011: 141–142].

При этом такое развитие возможно в реальном физическом мире и в виртуальном, т.е. смысловом пространстве. В виртуальных, т.е. воображаемых, но возможных мирах, время, пространство и смысловая энергетика актуализируются категориями дискурса.

Параметр *время* реализуется, например, дискурсивными категориями времени, модальности, реальности / нереальности. Категория времени определяет направление развития динамической системы. Исследования показали, что время в виртуальном мире не однонаправленное. Возможны переходы от прошлого к будущему или от будущего к настоящему и снова к будущему [Неволина, Словицова 2011]. Категории модальности и реальности / нереальности отражают степень возможности перехода из одного временного промежутка в другой.

Параметр *пространство*, т.е. изменение в пространстве, актуализирует, например, категория симметрии–асимметрии [Словицова 2008].

Оба эти параметра тесно взаимосвязаны. Изучение процесса динамики смыслового пространства дискурса возможно через систему позиций.

Позиция, с одной стороны, это теоретически установленная точка, определяемая числовой пропорцией, с другой – это область определенных функций. Описание целого через систему позиций, обладающих функциональной спецификой... позволяет получить информацию о характере процесса формирования текста в конкретный момент времени [Дорофеева 2004: 9].

Параметр *энергия* актуализируют дискурсивные категории: образности, эмотивности, оценочности, интердискурсивности / интертекстуальности, напряжения / напряженности, получившие в нашей концепции название «синергетические категории дискурса».

И.Р.Гальперин упоминает образность в связи с ассоциативной и образной видами когезий. Он пишет: «В чисто лингвистическом плане образность – это языковое средство воплощения какого-то абстрактного понятия в конкретных предметах, явлениях, процессах действительности и, наоборот, каких-то конкретных предметов или понятий в абстрактных или других конкретных понятиях» [Гальперин 1981: 80–81], но не характеризует ее как дискурсивную или текстовую категорию.

Однако трактовка понятия «образ» как «пограничного ментального образования на грани чувственного и понятийного, представляющего собой *любой дискретный элемент знания, несущий содержательную информацию о некотором классе объектов*» [Славин 1971: 16] дает основания для определения категории образности как дискурсивной категории. При этом отметим: для определения любого дискурса, будь то художественный или научный. Иначе говоря, в отличие от авторов, которые признают образность стилистической категорией, считаем, что образность – лингвистическая категория.

Такое широкое толкование понятия образности принято в литературоведении: «это свойство языка, присущее языку вообще, обычной речи и речи научной, публицистической и т.д.» [Лит. энцикл. 1934: 794–797], в отличие от лингвистики, где такой статус образности не закреплен в словарях (см., например, словари О.С.Ахмановой, ЛЭС и др.).

Когда мы говорим об образности как лингвистической дискурсивной категории, то мы имеем в виду тот факт, что любой дискурс конституирует система разноуровневых языковых средств (эксплицитных и имплицитных), способная репрезентировать в смысловом пространстве дискурса образы / смыслообразы и их взаимодействие в силу того, что образность является существенным свойством языковых единиц всех уровней. Данная категория максимально реализуется

на уровне дискурса – наивысшей коммуникативной единицы, включающей более низшие.

Так, категория образности актуализирует в смысловом пространстве, например рекламного дискурса, свою систему образов / смыслообразов, элементов подвижных, динамичных, способных развиваться, сворачиваться и разворачиваться, вступать во взаимодействие друг с другом.

Синергетические категории дискурса находятся в тесной взаимосвязи, так как благодаря их взаимодействию и происходит эволюционирование системы. Рассмотрим связь этих категорий.

Динамика системы образов / смыслообразов задается категорией симметрии–асимметрии. Рассматривая симметрию–асимметрию как системную категорию, мы придерживаемся определения симметрии Н.Л.Мышкиной: "Симметрия – это эквивалентность некоторой конфигурации (фигуры, объекта) относительно определенной группы преобразований, понимаемых в самом общем виде как проецирование (транспонирование) одного множества на другое" [Мышкина 1991: 57]. Говоря о взаимодействии в тексте симметрии и асимметрии, Н.П.Депенчук отмечает, что возможность симметричного развития закономерно сменяется асимметричным, отражающим развитие по спирали, и время оказывается определяющим фактором, изменяющим пространственную структуру элементов материи [Депенчук 1963: 169–171]. По данным общей теории симметрии симметрия и асимметрия выступают как существенные характеристики динамической системы. "Тенденция симметрии обеспечивает движение "как бы по кругу", но только асимметрия обуславливает поступательное движение, превращая каждый момент движения из кругового в спиральное" [там же: 25].

Вышесказанное позволяет считать, что изучение в смысловом пространстве асимметрии образов / смыслообразов, которая выявляет то новое, что составляет суть развития, и их симметрии, отражающей неизменное в системе, позволит охарактеризовать динамическое равновесие смысловой системы и установить механизм взаимодействия, объяснить развитие смыслообразной системы в целом.

Обратимся к категории эмотивности. Под эмотивностью понимается «лингвистический аспект категории эмоциональности», т.е. «лингвистическое выражение эмоций» [Шаховский 1983: 6–11].

Имея в своей основе чувственный первообраз, слово способно вызвать определенное эмоциональное переживание и наоборот, поскольку «в слове кроется след переживания, связанного с

самим словом и с обозначаемым им понятием, благодаря чему устанавливается их связь с положительными и отрицательными энергиями, с теми или иными ощущениями и чувствами» [Мышкина 2001: 85]. Как видим, можно говорить о непосредственной связи трех составляющих: дискурс, образ, эмоции.

По мнению В.Вундта, всю систему чувств можно определить как многообразие трех измерений, в котором каждое измерение дает два направления, исключаящих друг друга: удовольствие / удовольствие, возбуждение / разрешение, напряжение / успокоение. Существенными качествами аффективной сферы, характеризующими положительный и отрицательный полюса в эмоции, являются приятное и неприятное, связанные с интенсивностью ощущения [Вундт 1984: 49–53]. Тогда приятные для адресата образы / смыслообразы будут вызывать у него положительные эмоции, а неприятные – отрицательные эмоции. Чувства напряжения связаны с состояниями внимания. Аналогичные три измерения чувств выделяются и в работе С.Л.Рубинштейном [Рубинштейн 1984: 153].

Вышесказанное позволяет предположить, что образы / смыслообразы, репрезентированные в тексте, будут вызывать эти три группы чувств, различающиеся по своей эмоциональной окрашенности.

Необходимо отметить, что эмоции, помимо функции побуждения, способны выполнять функцию оценивания. Под оценочностью в лингвистике понимается любое высказывание о ценностях, «выражение положительного или отрицательного суждения, т.е. одобрения или неодобрения» [Арнольд 1990: 110]. В нашей работе мы придерживаемся точки зрения В.К.Вилюнаса, а также В.И.Шаховского о единстве оценочности и эмоциональности [Вилюнас 1976; Шаховский 1983]. Нельзя не согласиться также с мыслью, что на основе взаимодействия эмоций и оценки формируется побуждение. В.К.Вилюнас говорит об этом так: «...собственно эмоциональное переживание выражает смысл отражаемого объективного содержания с точки зрения потребностей живущего существа, открывая субъекту этот смысл непосредственно. Оценивая субъективную значимость объективных явлений, эмоционально-смысловые переживания служат вместе с тем побуждению субъекта к деятельности, направленной на оцениваемое содержание» [Вилюнас 1976: 132].

Благодаря исследованиям Н.Д.Арутюновой, Е.М.Вольф, А.А.Ивина и др. сформировалось достаточно полное представление о системе оценочных знаний. Так, выделяются рациональная

(интеллектуальная) и эмоциональная оценки. Согласно определению Н.Д.Вольф, под рациональной оценкой понимаются «общеоценочные риторические структуры, которые характеризуют фактическую сторону событий, опираясь на действительные результаты, события и реальные свойства объекта (связанные с практической деятельностью людей)», а под интенсифицирующей оценкой – «случаи, когда используется лексика, не содержащая оценки в своей семантике, но обозначающая денотат, который психологически связан с оценкой хорошо или плохо, т.е. любой объект, попадая в сферу оценочной деятельности, может, так или иначе, оказаться небезразличным для оценки» [Вольф 1985: 18]. Эмотивный компонент оценки подразумевает +/- отношение субъекта к объекту оценки и противопоставляется объективному компоненту, который опирается на свойства предметов [там же: 42]. В самом общем виде возможно рассмотрение оценки по шкале двух основных значений "хорошо" / "плохо". Зачастую знак оценки определяется всем высказыванием.

Итак, одной из существенных характеристик смыслового пространства рекламного дискурса является тесная взаимосвязь синергетических категорий образности, эмотивности, оценочности, симметрии–асимметрии, поскольку само смысловое пространство конституирует система взаимодействующих образов / смыслообразов, апеллирующих к разным уровням чувств, положительно, отрицательно эмоционально окрашенных, несущих положительную (хорошо) и отрицательную (плохо) оценку.

Средства категорий образности, эмотивности и оценочности напрямую связаны с психической энергией, которую они передают вербальными средствами и которая способна оказывать сильное эмоциональное воздействие на адресата.

Итак, семантические категории являются некими проводниками смысловой энергии, воздействие которой тесно связано с категорией напряжения и напряженности.

Понятия «напряжение» и «напряженность» были заимствованы из физики, где они рассматриваются как характеристики электромагнитного поля. Впервые понятие *Spannung* (напряжение, напряженность) в лингвистику было введено немецким лингвистом Э.Драхом. Он сравнивает предложение с гальваническим элементом, где напряжение возникает в начальном полюсе А и направлено к конечному полюсу Z [Drach 1963: 41–44].

Понятие «напряжение» развивается далее в работах немецкого ученого К.Бооста. Он рассматривает напряжение, которое возникает меж-

ду говорящим и слушающим, как силу, образующую и связывающую предложение (satzgestaltende Kraft) [Boost 1964: 11–12]. В отличие от Э.Драха, К.Боост понятие «напряжение» связывает не с физическим явлением, а с особым психическим состоянием человека. Речь идет о напряжении высказывания в связи с новым, еще неизвестным при восприятии. Напряжение возникает в самом начале высказывания и продолжается до самого конца, где оно спадает [Boost 1964: 17].

В отечественном языкознании категории напряжения и напряженности рассматривались сначала также на материале немецкого языка. В.Г.Адмони выделяет синтагматическое напряжение, под которым он понимает «напряжение, которое возникает в синтагматическом (т.е. речевом) ряду в процессе развертывания этого ряда как соотношение между его предшествующими и последующими компонентами. Синтагматическое напряжение не является единственным видом напряжения, существующим в речи» [Адмони 1969: 16].

С.В.Куликовым, проводившим свое исследование на материале русского языка, разводят *напряжение* как характеристика состояния реципиента и *напряженность* как характеристика текста, точнее – его смысловой структуры [Куликов 1985: 95–96]. В его работе нашли экспериментальное подтверждение положения теории напряжения К. Бооста. В частности, на материале русского языка им было получено доказательство того, что «реципиент начинает переживать состояние напряжения с началом восприятия речевого сообщения (которое выступает для него в качестве предмета деятельности) и снимает это состояние в результате выработки диахронического схематического описываемой в сообщении ситуации...» [там же: 13]. Далее определяется категория напряженности и ее связь с дистантным расположением слов: «Смысловая структура сообщения, способствующая поддержанию состояния напряжения реципиента до момента полной экспликации исходного схематического образа, характеризуется наличием напряженных отношений стяжения, или напряженностью. Степень напряженности минимальной единицы смысловой структуры текста возможно определить по количеству дистантов, находящихся между элементами сообщения, объединенными напряженными отношениями. Под дистантами при этом понимаются такие языковые образования, которые находятся между этими элементами и препятствуют их интеграции» [там же: 152]. Выделяются оптимальная, допустимая и пороговая степень напряженности. С.В.Куликов обнаружил

определенную зависимость между полнотой восприятия текста и степенью его напряженности: если составляющие текста не будут способствовать поддержанию состояния напряжения, то реципиентом он расценится как нецелостный.

Н.Л.Мышкина категории напряжения и напряженности распространяет на текст. Напряжение она считает энергодинамическим свойством коммуникативных единиц языка [Мышкина 1998: 70]. По мнению Н.Л.Мышкиной, «текст как смысловое единство образует синтаксически и семантически напряженную структуру» [там же: 74]. Далее указывается, что «степень напряженности текста зависит от числа «барьеров», препятствующих мгновенной реализации проекций словоформ» [там же]. Таким образом, делается вывод о том, что напряжение является текстовой категорией, которая актуализируется в тексте благодаря проективным свойствам языковых единиц. Ее актуализация в тексте, как полагает Н.Л.Мышкина, служит одним из оснований для отнесения текста к энергетическим системам, при этом «напряжение может возникать в разных измерениях и планах текстового пространства» [там же: 75].

Нетрудно заметить, что многие авторы указывают на наличие напряжения и напряженности (иногда лишь одной из категорий) на структурном уровне и на смысловом. Структурная напряженность и структурное напряжение языковых единиц обусловлены особенностями их строения, их структуры, например, на лексическом уровне – сложные слова, на синтаксическом уровне – порядок слов в предложении, различные рамочные конструкции и т.д.; для текста – порядок следования предложений, средства связности, группировки на абзацы, изменение временных и залоговых форм и т.д. Смысловое напряжение и смысловая напряженность – это, вне всякого сомнения, категории текстовые, возникающие и актуализирующиеся в тексте благодаря проективным свойствам языковых единиц, а также за счет различных функторов, образов, эманаций, зыблений и стяжений смысла (термины Н.Л.Мышкиной). Не исключено, что структурные напряженность и напряжение оказывают непосредственное влияние на смысловые энергопотоки, однако в данной работе мы ограничимся лишь структурным уровнем.

Мы различаем две лингвистические категории: категорию напряженности и категорию напряжения. Напряжение является динамической характеристикой, а напряженность – статической (в том смысле, что она является постоянной величиной для простого предложения). Нами было доказано, что в простом предложении напряжен-

ность постоянна и направлена от начала предложения к его концу [Ельцова 2006]. *Напряженность* языковой единицы (предложения, текста, дискурса) мы трактуем как состояние данной единицы, порождаемое его структурой. В тексте, в отличие от простого предложения, напряженность не будет постоянной на всем его протяжении (кроме того случая, когда все предложения текста имеют одинаковую напряженность). Под *напряжением* понимаются динамические процессы, возникающие в ходе развертывания речевой цепи как соотношение его предшествующих и последующих компонентов. Оно обусловлено комплексом составляющих, ведущими из которых являются напряженность, интонация и синтаксическая многозначность. В тексте, как и в предложении, напряжение будет изменяться в каждой его точке. За такую точку мы берем слог, т.к. слог является одной из основных просодических единиц [Штерн 1992] и оказывает влияние на интонационный контур, который очень часто совпадает с контуром напряжения [Ельцова 2006].

При этом рассмотрение напряжения должно проходить в дихотомии «напряжение / разрешение» в рамках трех направлений чувств (с добавлением направлений "удовольствие / неудовольствие, возбуждение / разрешение), поскольку все три направления взаимосвязаны.

Общепризнанно, что лучше запоминаются те факты, которые произвели впечатление, на которых было сосредоточено внимание. С состояниями внимания связаны в первую очередь чувства напряжения [Вундт 1984: 49–53]. Эмоциональное напряжение поддерживает внимание адресата [Аткинсон 1995].

Учитывая функции категории симметрии–асимметрии в смысловой системе дискурса, считаем, что имеет место репрезентация эмоционально асимметричных образов / смыслообразов, которые актуализируют переживания напряжения и успокоения, неудовольствия и удовольствия, возбуждения и разрешения.

При этом симметрия–асимметрия смыслообразов, вызывающих удовольствие / неудовольствие, разрешение / возбуждение, будет создавать напряжение либо разрядку.

На примере короткого рекламного текста покажем динамику его смыслового пространства на базе синергетических категорий. Методику анализа динамики смыслообразной системы можно найти в работах [Словицова 2004, 2008], особенности расчета, все формулы и их обоснование для категорий напряжения и напряженности в работе [Ельцова 2006].

Saab. Immer eine persönliche Entscheidung. Sei-

ne Dynamik ist nicht aus der Luft gegriffen. Sie ist dort entstanden.../Focus. 27.04.1998 (№18).

В данном тексте актуализируется образ предмета рекламы – автомобиля, представленный визуальным изображением, и смыслообраз предмета рекламы, реализованный текстовой единицей *Saab*, смыслообраз адресата, способного принять личное решение *eine persönliche Entscheidung*, и родовой экзистенциальный смыслообраз *ложность (неправда)*, имплицированный текстовой единицей фразеологизмом с отрицательной оценкой *ist aus der Luft gegriffen* (взято из воздуха). Данная текстовая единица, являясь функтором-смыслопульсаром, задает две проекции-излучения:

1) *ни на чем не основываясь (значение всего устойчивого выражения, ср. в русском «взять с потолка»);*

2) *используя свойства воздуха (значение отдельных лексических единиц выражения).*

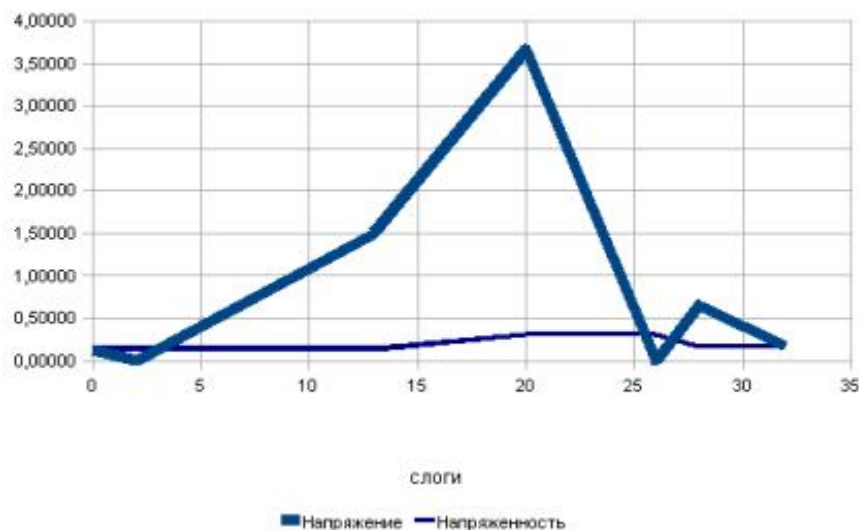
Эти две проекции-излучения возникают благодаря двуплановости фразеологического оборота. Фразеологические обороты, как известно, «употребляются в речи как единое целое по смыслу. Их значения не складываются из значений слов, которые входят в состав фразеологических оборотов» [Краткий фразеол. словарь рус. языка 1994: 4]. Тем не менее значение отдельных слов фразеологического оборота также остается. Именно это и обыграно в тексте. И.Морозова ввела в слоганистику термин «фразеология наизнанку», суть которого заключается в дефразеологии, т.е. в распаде целостного значения фразеологизма на отдельные значения составляющих его слов. В этом случае фразеологическое выражение приобретает новый смысл, неразрывно связанный в сознании потребителя с предметом рекламы. И хотя формально фразеологизм не меняется, по смыслу это уже другая единица [Морозова 2002]. В данном случае динамика машины действительно возникает за счет воздуха, и это основано на точных расчетах. В результате обе проекции-излучения находят свое подтверждение в развитии текста, определяя его целевое устремление. Функтором-симметризатором / асимметризатором является отрицание *nicht*. Первая линия развития, связанная с переживанием чувства неудовлетворенности ввиду отрицательной оценочности выражения «из воздуха взять» (в значении «не иметь достаточных оснований»), благодаря отрицанию проецируется на второй план с положительной оценочностью, т.к. имеет логическое физическое обоснование технической характеристики автомобиля. Тем самым происходит снятие напряжения и возникает разрешение проблемной ситуации, т.е. удоволь-

ствие. Это и приводит к положительному отношению к предмету рекламы.

Теперь изучим динамику категорий напряжения и напряженности для данного текста. Отметим, что наибольшее влияние на напряженность простого немецкого предложения оказывают рамочные конструкции, следующие виды которых есть в данном тексте: глагольная рамка (два последних предложения – двойное подчеркивание), отрицательная рамка (третье предложение – пунктирное подчеркивание + сказуемое, выделенное двойным подчеркиванием) и рамка артикля (второе предложение — «рамочное» определение подчеркнуто волнистой линией): *Saab. Immer eine persönliche Entscheidung. Seine Dynamik ist nicht aus der Luft gegriffen. Sie ist dort ent-standen...* Кроме того, особенностью первого и второго предложений является то, что они одно-

составные, формально в них присутствуют только подлежащие, поэтому их динамика отражается на графике возрастающей линейной функцией, поскольку напряжение в таких предложениях возрастает, а его разрешения или спада не происходит [Boost 1964; Drach 1963]. Именно использование таких предложений в начале анализируемого текста позволяет значительно повысить начальное структурное напряжение в третьем предложении, которое важно и в смысловом плане. Графически динамика структурных напряженности и напряжения представлена на рисунке. Цифры на горизонтальной оси означают длину языковой единицы в слогах. На вертикальной оси отображаются значения напряжения и напряженности, минимальным значением для обеих категорий является 0,1367.

Динамика напряжения и напряженности



Динамика напряженности и напряжения в коротком тексте

Из графика видно, что наибольшее структурное напряжение (как и напряженность) возникает в третьем предложении, причем «пик» напряжения приходится на отрицательную частицу *nicht*, поскольку она является функтором-симметризатором/асимметризатором, а именно в таких текстовых единицах – функторах, как правило, и происходит резкое изменение структурного напряжения. Как было показано выше, данный функтор играет и важную смыслообразующую роль. Итак, структурное выражение напряженности и напряжения отражает целеустремленность смыслового пространства данного рекламного текста и его динамику, обеспечиваемую взаимодействием синергетических категорий, и повышает эффективность восприятия текста.

Таким образом, изучение синергетических категорий дискурса вообще и рекламного дискурса

в частности представляется весьма перспективным с точки зрения установления механизмов, позволяющих достичь запланированного коммуникативно-прагматического эффекта.

Список литературы

- Адмони В.Г. Синтагматическое напряжение в стихе и в прозе // Инвариантные синтаксические значения и структура предложения. М.: Наука, 1969. С.16–26.
- Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. М.: Просвещение, 1990. 295 с.
- Аткинсон В.В. Сила мысли. Память и уход за ней // Аткинсон В.В. Личный магнетизм; Лечебный магнетизм. М.: Келвори, 1995. 303 с.
- Вилюнас В.К. Психология эмоциональных явлений. М.: МГУ, 1976. 132 с.
- Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М.: Наука, 1985. 228 с.

- Вундт В. Психология душевных волнений // Психология эмоций: тексты. М.: Изд-во МГУ, 1984. С.47–63.
- Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 137 с.
- Депенчук Н.П. Симметрия и асимметрия в живой природе. Киев: Изд-во АН УССР, 1963. 176 с.
- Дорофеева В.А. Структурно-информационная устойчивость текста к деформациям его объема: дис...канд. филол. наук. Бийск: НИЦ БПГУ, 2004. 23с.
- Ельцова М.Н. Категории напряжения и напряженности простого повествовательного предложения: дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2006. 185 с.
- Краткий фразеологический словарь русского языка / Е.А.Быстрова, А.П.Окунева, Н.М.Шанский. СПб.: Отд-ние изд-ва "Просвещение", 1994. 271 с.
- Куликов С.В. Минимальная единица смысловой структуры текста (психолингвистическое исследование): дис. ... канд. филол. наук. М., 1985. 174 с.
- Литературная энциклопедия / гл. ред. А.В.Луначарский. М.: Сов. энциклопедия, 1934. Т.8. 736 с.
- Морозова И.Г. Рекламный сталкер. Теория и практика структурного анализа рекламного производства: учеб. пособие для студ. по спец. 350700 "реклама". М.: Гелла-принт, 2002. 272 с.
- Мышкина Н.Л. Исследование функционирования языковой системы на основе принципов противоречно-синергетической лингвистики // Синергетическая лингвистика и лингвистическая синергетика: материалы междунар. науч.-практ. конф. (Пермь, 8-10 апреля 2010г.). Пермь: Изд-во Перм. гос. техн. ун-та, 2010. С.85–94.
- Мышкина Н.Л. Роль эманативных качеств единиц в тексте // Формирование гуманитарной среды и внеучебная работа в ВУЗе, техникуме, школе. Пермь: Перм. гос. техн. ун-т, 2001. Т.3. С.83–86.
- Мышкина Н.Л. Внутренняя жизнь текста: механизмы, формы, характеристики. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1998. 152 с.
- Мышкина Н.Л. Динамико-системное исследование смысла текста. Красноярск: Изд-во Краснояр. ун-та. 1991. 212 с.
- Неволина Н.А., Слови́кова Е.Л. Роль категории времени в динамике смыслового пространства рекламного дискурса // Иностр. языки в контексте культуры: межвуз. сб. ст. по материалам конф. / Перм. гос. нац. иссл. ун-т. Пермь, 2011. С.97–100.
- Рубинштейн С.Л. Эмоции // Психология эмоций: тексты. М.: Изд-во МГУ, 1984. С.132–162.
- Славин А.В. Наглядный образ в структуре познания. М.: Политиздат, 1971. 271 с.
- Слови́кова Е.Л. Гештальт-синергетический подход к исследованию дискурсивного смыслового пространства // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Филология. Искусствоведение. 2011. Вып.55, №17(232). С.145–151.
- Слови́кова Е.Л. Динамика развития смыслообразной системы рекламного текста (противоречно-синергетический подход): дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2004. 189 с.
- Слови́кова Е.Л. Динамика рекламного дискурса. Энергия образа, слова и смысла. Пермь, 2008. 209 с.
- Шаховский В.И. Эмотивный компонент значения и методы его описания: учеб. пособие по спецкурсу. Волгоград: Изд-во ВГПУ им. А.С.Серафимовича, 1983. 94 с.
- Штерн А.С. Перцептивный аспект речевой деятельности: (Экспериментальное исследование). СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1992. 236 с.
- Boost K. Neue Untersuchungen zum Wesen und Struktur des deutschen Satzes. Der Satz als Spannungsfeld. Berlin: Akademie-Verlag, 1964. 88 S.
- Drach E. Grundgedanken des deutschen Satzes. Wissenschaftliche Buchgesellschaft Darmstadt, 1963. 99 S.

SYNERGETIC CATEGORIES OF DISCOURSE (ADVERTISING DISCOURSE DATA)

Ekaterina L. Slovikova
Reader of German Philology Department
Perm State National Research University

Maria N. Eltsova
Reader of Foreign Languages, Linguistics and Intercultural Communication Department
Perm National Research Polytechnical University

The article deals with the most important and interesting problem in linguistics – the problem of synergetic categories of discourse. On the basis of advertising discourse the categories of imagery, emotivity, valuation, symmetry-asymmetry, tensivity and tension are regarded; their role in creating the synergetic structure of the semantic space in terms of advertising discourse is analysed. The mechanisms of interaction of these categories are described from the position of synergetic linguistics and contradiction-synergetic approach. The model of the structure of the discourse is presented as dynamics of tensivity and tension.

Key words: sense; energy; synergy; discourse; imagery; tensivity; tension; dynamics; synergetic structure.