

ЛІНГВАЛЬНІ ТА ПОЗАЛІНГВАЛЬНІ ВИТОКИ ПРИВАБЛИВОСТІ КЛАСИЧНИХ ГЕРОІНЬ ЖІНОЧОГО РОМАНУ

LINGUAL AND EXTRALINGUAL SOURCES OF ATTRACTIVENESS OF CLASSIC HEROINES OF THE WOMEN'S NOVEL

Репушевська І.І.,

orcid.org/0000-0002-2794-4445

аспірант, асистент кафедри філології

Одеського національного морського університету

Представлена стаття розглядає основні психолінгвістичні фактори привабливості героїнь роману Дж. Остін «Гордість та упередження» та роману Х. Філдінг «Щоденник Бріджит Джонс», оскільки вони об'єктивізовані в жіночій фантастиці.

Актуальність проведеного дослідження полягає у мовній та гносеологічній важливості проблеми вербалізації концепції привабливості в художній літературі, а також мотивованій практичними потребами розкриття об'єктивних передумов ескалації симпатій читачів у жіночому романі.

Метою роботи є визначення основних пріоритетів у формуванні привабливості героїнь у цих британських жіночих романах. Дослідження базується на антропоцентричній платформі, де методологічний підхід є всеосяжним, що поєднує загальнофілософські принципи пізнання зі строго лінгвістичними методами дослідження.

Дослідження обґрунтовують уявлення про те, що привабливість людини – це сукупність певних відмінних характеристик (особистісних, професійних, соціальних), які роблять людину привабливою та цікавою для інших людей. У процесі роботи ми порівнювали особисті риси проаналізованих персонажів із тими, що були загальноновизначеними як привабливі.

Результатом роботи є висновок, що у своєму виступі обидві дівчини демонструють майже всі особливості загальної привабливості, зафіксованої психологами. Серед інших характеристик ми виділили щирість, розум, цілеспрямованість (впевненість у собі, духовні сили, самостійність), почуття гумору. Встановлено, що щирість є найбільш домінуючою рисою, яка проявляється у понад 65% їхніх мовних партій. Ми вважаємо перспективою дослідження окреслення національної ідентичності героїнь, що найкраще сприятиме врахуванню загальної привабливості проаналізованих персонажів.

Ключові слова: привабливість, антропоцентрична платформа, жіночий роман, симпатії читачів, щирість, мовна партія.

The presented paper looks at the main psycholinguistic factors of attractiveness of the heroines of J. Austen's novel "The Pride and Prejudice" and H. Fielding's novel "The Diary of Bridget Jones" as they are objectivized in women's fiction.

The urgency of the research undertaken consists in the linguistic and epistemological importance of the problem of verbalization of the concept of attractiveness in fiction, as well as motivated by the practical needs of disclosing the objective premises of escalation of readers' sympathies in the feminine novel.

The objective of this work is to determine the basic priorities in the formation of attractiveness of the heroines in these British women's novels. The study is based on an anthropocentric platform, where the methodological approach is comprehensive, combining general philosophical principles of cognition with strictly linguistic methods of investigation.

The given research grounds upon the conception that human attractiveness is a set of certain distinguishing characteristics (personal, professional, social) that make a person appealing and interesting to other people. In the process of work we have compared personal traits of the personages analyzed with those universally treated as appealing.

The work results in the conclusion that in their speech both girls demonstrate almost all the features of the universal attractiveness noted by psychologists. Among other characteristics we have singled out sincerity, intelligence, purposefulness (self-confidence, spiritual strength), independence, the sense of humor. Sincerity is found to be the most dominating feature, manifested in more than 65% of their speech parties. We consider it a promising perspective of the research to outline the national identity of the heroines which will best contribute to accounting for the general attractiveness of the characters analyzed.

Key words: attractiveness, anthropocentric platform feminine novel, readers' sympathies, sincerity, speech party.

As he entered he was struck anew...
with the irresistible appeal of her personality.
"Jennie Gerhardt" by Theodore Dreiser

Постановка проблеми. Прошло більш двадцяти років з моменту виходу у світ «Щоденника Бріджит Джонс» Хелен Філдінг. Попри очевидну непривабливість головної героїні

у класичному розумінні канонів жіночої вроди і часову дистанцію, що відділяє сучасну жінку від героїні роману, більшість жінок в англослов'янському суспільстві продовжують вважати Бріджит своєю сучасницею. У світі сьогодні відомий навіть так званий синдром Бріджит, що має значення кризи середнього віку, про яку пише Ю.Г. Ремаєва [1].

З іншого боку, англійська читацька аудиторія святкує річницю написання Дж. Остен всесвітньо відомого роману «Гордість та упередження», фабулу якого запозичила Х. Філдінг для свого твору. Отже, ці два романи пов'язані між собою як сюжетно, так і психологічно.

У дослідженні розглядаються головні психолінгвістичні чинники привабливості героїнь жіночих романів Дж. Остен «Гордість та упередження», та Х. Філдінг «Щоденник Бріджит Джонс» в аспекті їхньої об'єктивації у художньому тексті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Зрозуміло, що зміна соціальних умов і культурних цінностей у суспільстві відображається у появі нових героїнь у художній літературі. Сучасні героїні художніх творів беруть активну участь у професійній, соціальній, політичній сферах життя нарівні з чоловіками. Водночас вони прагнуть жіночого щастя, щасливої родини, одруження з «правильним чоловіком», домашнього затишку, ніжності й тепла. Психологічним підґрунтям секрету такої шаленої популярності цих схожих і водночас несхожих творів присвятили свої дослідження Карен Х'юїтт [2], Кетрін Робінсон, Хізер Кабот, Ребекка Внукк. Їхні наукові розробки висвітлюють подібність сюжетів, але не аналізують вербальних засобів об'єктивації привабливості головних героїнь романів, Елізабет Беннет і Бріджит Джонс. Організація когнітивно-мовленнєвої діяльності жінок, головних героїнь романів, в аспекті збудження читацьких симпатій являє собою важливу наукову проблему, тому що жінка-мати – перший вчитель та еталон мовної і позамовної поведінки всіх дітей.

Постановка завдання. Актуальність проведеної розвідки вбачаємо у лінгво-гносеологічній важливості проблеми вербалізації концепту привабливості у художній літературі, а також у практичній потребі висвітлення ескалації читацьких симпатій у художньому творі.

Об'єктом дослідження є комунікативний простір романів Дж. Остен «Гордість та упередження» і Х. Філдінг «Щоденник Бріджит Джонс», а предметом – головні жіночі персонажі цих споріднених за сюжетом творів.

Метою роботи є визначення базових пріоритетів у становленні привабливості героїнь у зазначених британських жіночих романах.

Поставлена у роботі мета мотивує виконання низки завдань, головними з яких є визначення поняття привабливості в психології та теорії комунікації, аналіз загальноприйнятих стереоти-

пів привабливості, зіставлення іміджів вибраних героїнь жіночих романів із пріоритетними ознаками привабливості, що об'єктивовані у художньому просторі творів, що аналізуються.

Матеріалом дослідження вибрано романи «Гордість та упередження» Джейн Остен і «Щоденник Бріджит Джонс» Хелен Філдінг (загальним обсягом 715 сторінок тексту).

Дослідження спирається на антропоцентричну платформу, де методологічний підхід має комплексний характер у вигляді синтезу широко використовуваних у лінгвістиці методів, таких як метод суцільної вибірки, описовий метод, парадигматичний аналіз структури речень, метод якісно-кількісного та порівняльного аналізу, метод контекстуальної інтерпретації висловлювань.

Виклад основного матеріалу. За визначенням словнику з психології, привабливість – це здатність об'єкта (або суб'єкта) притягати до себе позитивну увагу, викликати інтерес, радість і бажання повторити контакт. Привабливість людини – це сукупність якостей і рис (особистісних, професійних, соціальних), які виділяють людину на тлі інших і роблять її цікавою для оточуючих [3]. Відомий дослідник комунікативних особливостей діалогічного мовлення Д. Ремптон зазначає, що лінгвальне підґрунтя привабливості – це прозорість висловлювань і намірів співрозмовника [4, с. 47]. Дослідники різних напрямів – філософи, культурологи, соціологи, психологи (М. Рамсі, Д. Харкорт, В. Суем, А. Фернхем, У. Еко, І.М. Биховська, Н. Вульф, Г.В. Іваніченко, Т.М. Чередниченко, М.А. Носоченко) – підкреслюють, що зовнішня і внутрішня привабливість людини є невід'ємним атрибутом культури будь-якого суспільства і водночас зумовлена залежністю від культурного контексту її життя.

Створення письменником привабливого іміджу персонажу сприяє його позитивному сприйманню читачем літературного твору. Класичні автори свідомо або підсвідомо наділяють своїх героїв такими рисами вербальної та невербальної поведінки, які імпонують читачеві, співвідносячись з його власною особистістю або внутрішніми прагненнями. Такий підхід змушує співчувати героям, сприймати їх як реальних людей.

На думку французького теоретика Лорана Дженні, є деякі тексти з явною інтертекстуальністю та деякі тексти, які не демонструють своєї інтертекстуальності. За словами відомої французької феміністки Джулії Крістеві, «Щоденник» Бріджит Джонс Х. Філдінг підпадає під першу категорію. Авторка пише, що значення

тексту спирається на різну контекстну інформацію, а інтертекстуальність – це процес, який показує, що внесення значення не може бути зведеним до єдиних і фіксованих одиниць [5].

Першу причину популярності образу Бріджит більшість дослідників вбачає у сюжетній близькості романів «Гордість та упередження» Джейн Остен і «Щоденник Бріджит Джонс» Хелен Філдинг, а також гумористичному викладанні тексту твору.

Дійсно, є кілька аналогій між «Гордістю та упередженням» та «Щоденником Бріджит Джонс». Перш за все обидві героїні закохуються в людину на прізвище Дарсі. Обидва містера Дарсі – заможні та шановані члени суспільства. У романі Дж. Остин Фіцвільям Дарсі володіє великим маєтком під назвою Пемберлі, що справляє велике враження на Елізабет. Натомість Марк Дарсі володіє будинком на Холланд-Парк-авеню в Лондоні, що робить Бріджит один з небагатьох випадків у її житті безмовним [6, с. 228]. По-друге, і Елізабет, і Бріджит знайомляться зі своїм майбутнім партнером на вечірці, для ілюстрації, Елізабет Беннет зустрічає пана Дарсі на балу, а Бріджит Джонс представляється Марку Дарсі на новорічному буфеті з каррі Уна Елконбері. По-третє, в обох романах негативне перше враження веде до упереджень. Гордості Елізабет шкодить той факт, що Фіцвільям Дарсі називає її «терпимою але недостатньо красивою, щоб спокусити» [7, с. 13]. Марк Дарсі збентежує Бріджит Джонс, не запитуючи її номер телефону. По-четверте, є третій персонаж, якого містер Дарсі зневажає і яким спочатку захоплюється. У «Гордість та упередження» цим персонажем є містер Вікхем, тоді як у романі Х. Філдинг – Даніель Клівер. Інша паралель між романами включає те, що Фіцвільям і Марк Дарсі допомагають члену сім'ї героїні. У романі «Гордість та упередження» Дарсі платить містеру Вікхему, щоб він одружився із сестрою Елізабет Лідією, чим рятує честь родини. У «Щоденнику» Бріджит Джонс саме мати героїні потребує допомоги після арешту. Будучи адвокатом, Марк Дарсі стежить за тим, щоб місіс Джонс була визнана невинною. Нарешті, і Елізабет, і Бріджит не закохуються у свого містера Дарсі, поки всі інші не впевнюються, що цього ніколи не станеться. Батько Елізабет був дуже вражений, почувши, що його дочка хоче стати дружиною Фіцвільяма Дарсі, а Марк і Бріджит зібралися разом, коли місіс Джонс нарешті припинила свої зусилля щодо сватання.

На цьому досить загальному рівні ці два романи здаються дуже схожими. Однак між

Елізабет і Бріджит є більше відмінностей, ніж можна було би припустити. Елізабет – чемна й вродлива, Бріджит постійно комплексує через свою зовнішність, вживає нецензурну лексику. Елізабет живе у сільському маєтку з батьками і сестрами. Бріджит живе сама у серці Лондону, товаришуючи з приятелем нетрадиційної орієнтації. Попри зазначені відмінності, розглянемо особистісні риси характерів героїнь, що роблять їх, за спостереженнями читачів і дослідників, такими подібними у своїй привабливості.

Як зауважує Х. Хантер, «особистісна привабливість – це свідоме або підсвідоме вміння викликати зацікавленість і теплий емоційний відгук у свого оточення» [8, с. 78]. Привабливість часто ототожнюють з особистісним магнетизмом. «Важливим елементом особистого магнетизму є поглинаюча щирість – переважна віра у важливість справи, яку потрібно зробити», як зазначає Брюс Бартон [9, с. 67]. Американський дослідник з психоаналізу маркетингу Джим Джозеф визначає психологічну привабливість як «сукупність чинників, які висвітлюють конкретні аспекти об'єкта, які людина вважає для себе позитивними або які співпадають зі внутрішніми орієнтирами людини, завдяки чому сам об'єкт спостереження притягує та становиться цікавим» [10, с. 97]. У своїй відомій книзі «Ефект досвіду» він робить чудовий огляд того, які раціональні та емоційні чинники сприяють підвищенню привабливості того чи іншого продукту для покупця. Автор звертає увагу на особистість продавця, який має випромінювати щирість, цілеспрямованість, почуття гумору та інтелект [10, с. 89].

Б.Ф. Ломов виокремлює такі риси психологічної привабливості людини, або її магнетизму, як щирість, гарне почуття гумору, впевненість у власних силах, принциповість, здатність слухати, наявність розвиненого інтелекту [11, с. 112].

У своєму дослідженні «Універсальна привабливість особистості» американський психолог Р. Сассоер [12] розглядає різні типи людської привабливості, що відповідають внутрішнім психологічним орієнтирам найширших соціальних верств населення. Він виділяє такі характеристики універсально привабливої особистості, як збудження інтересу, інтелект у поєднанні з доступністю викладу думок, незалежність, вірність певним принципам, сексуальна привабливість, фізична або духовна сила.

Підсумовуючи спостереження, зроблені різними дослідниками, можемо зробити таке узагальнення. Серед особистісних рис характеру, що забезпечують привабливість персонажів,

більшість авторів виділяє щирість, інтелект, цілеспрямованість (впевненість у власних силах, духовна сила), принциповість (незалежність), почуття гумору.

Зіставляючи виокремлені риси характерів героїнь обох книг, зауважимо, що обидві дівчини у своєму мовленні демонструють практично всі риси універсальної привабливості особистості, які зазначаються психологами. І.Б. Морозова у своєму дослідженні позитивного сприйняття англомовної віртуальної особистості зауважує, що, «будучи закріпленим у певних ментальних стереотипах тієї чи іншої національної спільноти, образ має асоціативну природу і сприймається оточуючими людьми відповідно до вже накопиченого ними когнітивного досвіду» [13, с. 298].

Обидві героїні щирі у своїх почуттях і діях. Вони приваблюють природністю і відсутністю вивертів у своєму висловленні думок. Персонажні репліки, марковані в роботі як щирі, складають 67% усього мовленнєвого внеску Елізабет і 72% реплік Бріджит.

Бріджит. *Oh God, why am I so unattractive? Why?* [6, с. 27].

Бріджит. *How despicably I have acted! I, who have prided myself on my discernment! How humiliating is this discovery! Yet, how just a humiliation!* [6, с. 218]

В обох наведених фрагментах роману дівчина дуже відверто критично оцінює свою зовнішність і вчинки.

Елізабет. *I never saw such a woman. I never saw such capacity, and taste, and application, and elegance, as you describe united* [7, с. 41].

Надаючи високу оцінку вроді іншої жінки, Елізабет не робить спроби якось підвищити себе, тверезо оцінюючи своє становище.

Обидві дівчини отримали високу на період написання романів освіту й здатні робити логічні умовиводи та висловлювати оригінальні думки і спостереження. В обох романах репліки, марковані як інтелектуальні, складають більше 80% усього мовленнєвого внеску героїнь. Зауважимо, що одні й ті ж репліки можуть бути одночасно марковані і як інтелектуальні, і як гумористичні або щирі.

Обидві дівчини у своїх словах і діях демонструють цілеспрямованість. Репліки героїнь, що показують їхню духовну силу, складають близько 56% в мовленні Елізабет і 51% у мовленні Бріджит.

Бріджит: *It is proved by surveys that happiness does not come from love, wealth or power but*

the pursuit of attainable goals [6, с. 18]. Дівчина ставить перед собою реальну мету, а потім окреслює шляхи її здійснення.

Елізабет. *Had not my feelings decided against you-had they been indifferent, or had they even been favourable, do you think that any consideration would tempt me to accept the man who has been the means of ruining, perhaps for ever, the happiness of a most beloved sister?* [7, с. 199–200]. Відповідаючи на пропозицію шлюбу з боку Містера Дарсі, Елізабет викладає йому своє розуміння щастя і засобів його реалізації.

Щодо почуття гумору, то репліки, що інтерпретуємо як гумористичні, в мовленнєвих партіях Бріджит складають близько 45%, поєднуючи відверте глузування з обставин, жарг та іронію.

Бріджит. *Message Cleave*

Skirt is demonstrably neither sick nor absent. Appalled by management's blatantly sexist attitude to skirt. Obsessive interest in skirt suggests management sick rather than skirt. Jones [6, с. 24]. Вищенаведене жартівливе повідомлення стосується спідниці, яка представлена як жива істота.

У мовленні Елізабет гумористичні репліки, складають близько 35%. Зауважимо, що їхня більшість містить іронію. Водночас дівчина сама зауважує, що полюбить посмішку:

Елізабет. *I dearly love a laugh* [7, с. 60].

Така чисельна розбіжність зумовлена, на наш погляд, традиціями спілкування та мовленнєвим етикетом Вікторіанської епохи, коли відвертий жарг з боку жінки-леді трактувався як невихованість.

Висновки. Таким чином, проведене дослідження висвітлило приховані лінгво-ментальні чинники збудження читацької симпатії до образів героїнь романів, які стали вже класичними не тільки серед англомовної, але й серед світової жіночої аудиторії. Віртуальні особистості обох дівчат підсвідомо створені авторами згідно з базовими принципами психологічної привабливості. Попри зовнішню несхожість і часову відстань, Елізабет і Бріджит близькі сучасним жінкам завдяки своїй щирості, дотепності, розвиненому інтелекту, духовній силі та принциповості. Кожна жінка знайде в себе щось від тих класичних героїнь жіночих романів, а головне, знайде надію на щастя й кохання.

Перспективою дослідження вважаємо окреслення національної ідентичності героїнь, що якнайкраще сприяє формуванню привабливості героїнь, особливо для англомовного читача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ремаева Ю.Г. «Английскость»: национальная самобытность в литературных традициях (на примере современной женской прозы “Chick Lit”). *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Филология. Искусствознание*. 2014. № 2 (3). С. 126–130.
2. Хьюитт К. Современный английский роман в контексте культуры. Комментарий как форма преподавания. *Вопросы литературы*. 2007. № 5. С. 46–72.
3. Психологіс. Енциклопедія практичної психології. Привабливість. URL: <http://psychologis.com.ua/privlekatelnost.htm> (дата звернення: 01.03.2021).
4. Rampton D. *Speaking in Public*. Ldn. : Rowley Books Ltd., 2012. 216 p.
5. Kristeva J. *Semiotikè: Recherches pour une sémanalyse*. Paris : Editions du Seuil, 1969. 319 p.
6. Fielding H. *Bridget Jones Diary*. Pan Macmillan, 2014. 320 p.
7. Austin J. *Pride and Prejudice*. Penguin, 2019. 448 p.
8. Hunter H. *I like alikes*. Ldn. : Harton Bro, 2012. 234 p.
9. Bruce B. *The one year book of daily prayer*. N.Y., 1995. 230 p.
10. Joseph J. *The Experience Effect*. N.Y. : Margotway, 2008. 278 p.
11. Ломов Б.Ф. Проблемы общения в психологии. Москва : Владос, 2001. 245 с.
12. Sassower R. Human Types that Possess Universal Appeal. *Chicago Magazine*. 2017. Issue 355. P. 115–134.
13. Морозова И.Б. Психолінгвістическіе основы создания позитивного имиджа отрицательного героя. *Тэарэтычныя і прыкладныя аспекты этналагічных даследаванняў* : зборнік навуковых артыкулаў. Мінск : БНТУ, 2019. С. 294–298.

UDC 81'1:001.102-047.37]:004.9

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.16.19>

**INFORMATION LINGUISTICS AS ONE OF THE NEWEST AREAS
OF LINGUISTIC RESEARCH**

**ІНФОРМАЦІЙНА ЛІНГВІСТИКА ЯК ОДИН ІЗ НОВІТНІХ НАПРЯМІВ
ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Shevchuk T.R.,

orcid.org/0000-0002-6341-306X

*Assistant at the Foreign Languages Department
for Natural Sciences and Mathematics
Lesya Ukrainka Volyn National University*

Yasinska O.V.,

orcid.org/0000-0002-6902-6079

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Foreign Languages Department
for Natural Sciences and Mathematics
Lesya Ukrainka Volyn National University*

The article gives in detail information linguistics as one of the newest directions of linguistic research. The position of researchers on the need to distinguish between these concepts was outlined. The sciences with which it is closely intertwined were singled out. The views of various well-known linguists-scientists on the research problem have been studied. The interaction of the language information subsystem with other information external environment systems was analyzed. It was highlighted that the language unit as a kind of material objects under certain conditions of functioning can act as a source of information. It was proved that this approach coincides with the views of this problem of cognitive psychology, which studies ways to obtain information about the world, forms of human representation of this information, forms of its storage in memory and transformation into knowledge, and the impact of this knowledge on attention and human behavior. The clear purpose of the chosen topic was determined, which was conditioned by the general tendency of modern linguistic studies within the limits of information linguistics. It is stated that in the circle of linguistic sciences the direction which can be characterized as information linguistics is naturally allocated. It was proved that the interaction of scientific directions in the study of natural language within the information linguistics in the performance of the above tasks, the solution of which is possible only with the integration of different areas of science. It was concluded that linguistic means of expression of different types of information are perceived by us as a subject for research within the information aspect of cognitive linguistics, which, on the one hand, is integrative, i.e. combines the achievements