

УДК 81.42

ББК 81.282

КОНЦЕПТ “СМІХ” ЯК СКЛАДНИК МІЖСОБИСТІСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ (НА МАТЕРІАЛІ ПРОЗИ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ)

І. В. Данилюк

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
кафедра української мови; м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57;
тел. +380 (342) 59-60-08*

У статті розкрито особливості актуалізації концепту «смійх» у міжособистісній комунікації, проаналізовано характер його реалізації через внутрішнього адресанта і адресата, досліджено функціональне навантаження сміху у тексті.

***Ключові слова:** концепт, комунікація, смійх, внутрішній адресант і адресат.*

Упродовж останніх десятиліть інтерес лінгвістів посилювався до розгляду комунікативної функції мови, дослідження психічних, соціальних, культурних та інших чинників, які виражаються за допомогою мовного коду і виступають важливими засобами впливу одних людей на діяльність та поведінку інших у процесі соціальної взаємодії. Це дало можливість глибше пізнати роль специфічних мовних знаків, когнітивно і прагматично зумовлених, зокрема невербальних, що при спілкуванні особистостей виявляють свій значеннєвотвірний потенціал.

Кожен мовленнєвий акт комунікації здійснюється на основі універсальних предметних систем, які репрезентуються через **концепти**. Як одиниця мислення, сприйняття та відображення думок, ідей, концепт був предметом дослідження багатьох учених, починаючи від П. Абеяра [1], С. Аскольд-Алексєєва, Ю. Степанова [29]. Його розглядали представники різних наукових напрямів та шкіл (психологи, філософи, культурологи). Однак окреслену лінгвістичну категорію майже не досліджено у контексті теорії комунікації. Пояснюється це складністю й суперечливістю самого поняття «концепт» і недостатнім урахуванням парадигми сучасних лінгвістичних досліджень, які включають питання аналізу різних аспектів спілкування.

Незважаючи на широкий спектр мовознавчих досліджень, пов'язаних із теорією **комунікації**, зокрема невербальної, (В.Гак, В.Ганєчко, О. Рекут, І. Юшковець, С. Почепинська), **текстознавством** (Ф. Бацевич, В. Виноградов, М. Голянич, А. Загнітко, Т. ван Дейк, О.Іссерс, Ю. Лотман, О. Селіванова та ін.) і **концептологією** (С. Воркачев, В. Іващенко, В. Карасик, В. Кононенко, В. Красних, Ж. Краснобаєва-Чорна, О.Кубрякова, Т. Радзієвська, М. Скаб), проблема **«Текст – концепт – комунікація»** достатньо ще не розв'язана. Вимагає уваги дослідників, зокрема, питання співвідношення та взаємодії окремих кому-

нікативних явищ із *концептом як мікротекстом*^{*}, у якому втілюються інтенції мовців – текстових комунікантів.

Серед багатьох комунікативно зорієнтованих концептів особлива роль належить концепту «сміх». Аналіз його ваги у міжособистісній комунікації, відбитій в сучасній прозі початку ХХІ століття, на нашу думку, сприятиме поглибленню знань про лінгвістичну природу сміху та побудову його лінгвокомунікативних моделей, а також допоможе розкрити смисло-, тексто- і образотвірний потенціал сміху в художньому тексті. Сказане вище зумовлює **актуальність** задекларованої теми.

Мета статті – розкрити особливості реалізації концепту «сміх» у структурі міжособистісної інтеракції крізь призму внутрішнього адресанта і адресата й визначити його функціональне навантаження в художньому тексті.

Матеріалом дослідження обрано художню прозу початку ХХІ століття (Люко Дашвар, Ю. Издрік, М. Дяченко, С. Дяченко, В. Кожелянко, А. Кокотюха, Н. Сняданко, М. Ткачівська), яка відзначається вираженням модернізованого типу художнього мислення, динамічністю комунікації персонажів, що призводить до свободи у виборі та використанні мовних ресурсів, сприяє реалізації комунікативних, прагматично-оцінних можливостей сміху, виявленню його сутнісного змісту.

Художній текст сприймаємо як «комунікативне ціле» [4, 4], продукт мовленнєвої діяльності, що народжується в момент створення його автором і може переживати повторні «народження» при сприйнятті його реципієнтом (читачем). Саме тому, на нашу думку, елементи співвіднесення «*текст – комунікант (автор/персонаж/читач) – міжособистісне спілкування*» доцільно розглядати у взаємозв'язку.

За своєю сутністю **міжособистісна комунікація** – це «процес, учасники якого залежать один від одного як творці комунікативного акту» [5,49]. Враховуючи основні особливості сприйняття оточення комунікантами, зокрема тип їхнього світобачення, етнічні риси, ментальні установки, можна говорити про *комунікацію як концептуально орієнтовану структуру*, яку формують концепти, відображені у свідомості учасників комунікативної інтеракції і які об'єктивуються у комунікації засобами мови.

Матеріал нашого дослідження дає підстави висловити припущення, що *комунікативно-прагматичний підхід до аналізу художнього тексту* дозволить актуалізувати концепт «сміх» у різних площинах: пов'язаних із інтенціями комунікантів, типами комунікативного проце-

^{*} **Мікротекст** – мінімальна текстова одиниця, в якій актуалізується конкретна комунікативна ситуація.

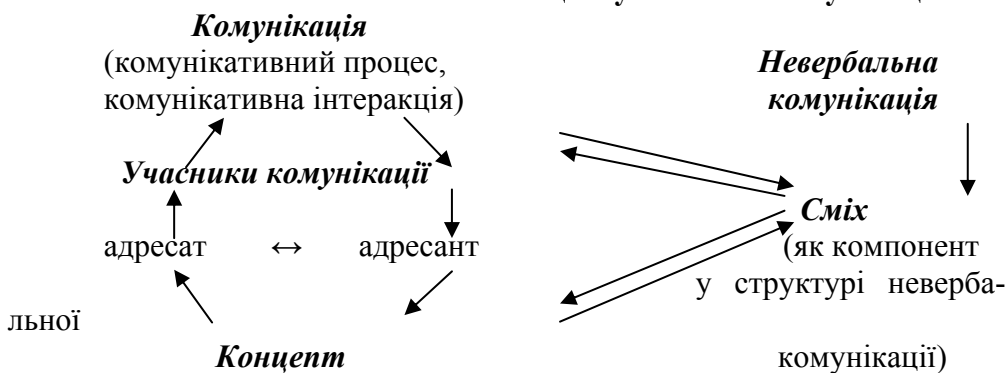
Текст – результат смислових і комунікативних інтенцій, структурно-мовна складова і одночасно кінцева реалізація спілкування [5,163].

Художній текст - дискурс, в якому розкривається «почерк письменника, риси його індивідуального мово твірною стилю, композиційні «відеоряди» аналізованого тексту», а особливо, закодовані в ньому складні взаємозв'язки між адресатом і адресантом [11,42-43].

су, оцінними аспектами людської взаємодії, особливостями репрезентації у художньому тексті (як засіб увиразнення особистісних рис героя, експлікації стосунків між персонажами, регуляції міжособистісної комунікації).

Важливими засобами для створення, передачі та сприйняття повідомлень є невербальні елементи спілкування. «Більша частина спілкування здійснюється без участі засобів мовного коду, але з орієнтацією на інші чинники: паралінгвістичні елементи, знаки семіотичних систем»[5, 64-65], і, звичайно, невербальні засоби (зокрема, сміх), які, на нашу думку, відіграють роль «взаємообмінного» чинника у системі «комунікація – комуніканти – художній текст (репрезентований концептами)» (див. схема 1.)

Схема 1. Взаємозв'язок концепту «сміх» із комунікацією



Як стрижневий елемент однойменного лексико-семантичного поля, концепт «сміх» реалізується насамперед через лексеми *сміх*, *посмішка*, *сміятися*. Вони є важливими засобами передачі емоцій під час спілкування, здатні передавати прагматично значущі смисли, виявляти вироблені культурою стереотипи паравербальних компонентів у художньому тексті, тому увагу передусім звернено на ці мовні одиниці.

Сміх – невід’ємний атрибут ввічливості мовців; стереотипний, типовий спосіб вияву щастя, радості, задоволення, вдячності, захоплення та інших позитивних почуттів [25,72]; це один із важливих елементів процесу комунікації, тому відсутність сміху у відповідь іноді призводить до комунікативного провалу. Це відбувається тоді, коли комуніканти ніяк не реагують на нього, іноді з тієї причини, що за своїм типом характеру, особливостями поведінки не здатні (чи не бажають) відповідати взаємністю на почуття чи переживання інших.

Будь-яка комунікативна взаємодія у художньому тексті має діалогічний характер, тобто здійснюється за участю одного, двох і більше комунікантів (навіть, якщо це – монолог, спілкування ведеться між двома внутрішніми «Я» людини). Відповідно до учасників комунікативної інтеракції *сміх* як *один із невербальних засобів* проаналізуємо з погляду:

- 1) адресанта;
- 2) адресата;
- 3) як нейтральний засіб.

Кожен відрізок діалогічного тексту реалізується через мовлення початкового і завершального відправника: того, хто адресує, і того, кому адресовано повідомлення. Джерелом повідомлення, особою, яка ініціює комунікацію, є **адресант**. При «текстовому» спілкуванні він відповідно до своїх стратегій і ситуативних умов, прагнучи досягти мети (вплинути на реципієнта) та відповідного результату, при цьому враховуючи інтереси співбесідника (аналіз особистості, оцінку його мовленнєвої діяльності), добирає вербальні та невербальні засоби із проекцією на адресата.

Відповідно, *адресантний сміх* – це той, від якого залежатиме успішність особистісної інтеракції, адже інформація та емоції, передані в ньому, можуть бути сприйняті чи не сприйняті адресатом; це сміх одного персонажа (→ до іншого), сміх героя твору (→ до читача) і сміх автора як творця тексту (→ до реципієнта (читача)). Оскільки матеріалом нашого дослідження є художні тексти і «внутрішньотекстові» стосунки героїв, то нас буде цікавити перший тип взаємовідношення: **внутрішньотекстовий адресант і адресат** (сміх одного персонажа до іншого). Порівняймо:

- *Ти в мене перед очима, Галю. Дивишся на мене і не посміхаєшся. Тобі не до посмішок, я знаю. Але так само знаю, як ти вмієш сміятися. Ми ще будемо сміятися разом, коли все це скінчиться. Я – тобі, а ти – мені...* [13, 81].

Взаємне бажання текстових комунікантів (висловлене одним із них) сприятиме досягненню спільної мети – *сміятися разом*, незважаючи на уявну присутність партнера спілкування (це показано в тексті), візуальне уявлення вияву сміху – **як .. сміятися**) і внутрішні фактори (очевидно, мається на увазі спільне бажання бути разом, глибокі почуття героїв). Іntenція ключового завдання учасників інтеракції зумовлює відповідний результат: завдяки сміху як засобу вираження стосунків «Я» і «Ти» виступають у тісному взаємозв'язку, проектуючись одне на одного, проте адресант є домінантним учасником окресленої ситуації, оскільки наділений автором можливістю самостійно охарактеризувати відповідну ситуацію (подвійне використання у тексті лексеми «знаю» (наявність не «озвученої» в тексті інформації) сприяє формуванню у героя почуття впевненості у здійсненні бажаного, явно вираженого у фразі «*Я – тобі, а ти – мені*», тобто «я посміхнусь Тобі, а ти посміхнешся мені».

Кінцевим споживачем повідомлення, створеного адресантом, є **адресат** (внутрішній): «саме від адресата великою мірою залежить, яким буде мовленнєвий акт адресанта, оскільки останній у виборі відповідних засобів у першу чергу орієнтується на адресата» [8, 14-15]. Актуалізація адресата в художньому тексті передбачає встановлення комунікативного контакту зі співрозмовником. Відповідно, *адресатний сміх* – результат, відповідь на отримане повідомлення; від нього залежатиме, чи продовжиться діалог із адресантом, чи завершиться. Наприклад:

- *Я посміхнувся, намагаючись зрозуміти, чому вона так ...сказала....*

Вона побачила його посмішку й знітилася, витлумачила її по-своєму [15,205].

Як бачимо, посмішка адресанта (героя твору) сприяла негативній реакції у відповідь – *знітилась*; наступний етап спілкування залежатиме від того, який зміст вкладе героїня у поняття «*витлумачила її по-своєму*»: чи буде акцент зроблено на емоційному позитивному рівні (*знітилась* – засоромилась), чи, навпаки, значення повідомлення, актуалізованого посмішкою, спричинить формування суб'єктивного (негативного) тлумачення (*знітилась* – обурилась).

Отже, адресатний та адресантний сміх містять аксіологічні характеристики, які визначають оцінку двох учасників комунікативного акту, тоді як *нейтральний сміх** передає загальні моменти (не виключено, що іноді зі стилістичним маркуванням), зреалізовані здебільшого в окремих текстових відступах, коментарях (опис зовнішнього вигляду мовця, манери його поведінки, враження від почутого/написаного, іноді – констатація ним певних фактів).

Наприклад:

- *Увесь світ дуже сміявся, сміялися в нейтральних державах, сміялися в країнах-сателітах України, сміялися у самій Україні, а найбільше сміялись в Атлантиді, чії генерали якраз за три дні збирались узяти Львів, Багдад і Царгород, посміхнувся навіть престарілий диктатор Атлантиди Птеро ХХVI-й Дактиліан, який уже працював від батарейки [22, 135].*

Основним у наведеному фрагменті є те, що в ньому відображення дійсності здійснюється через актуалізацію різних асоціативних ланцюжків, які зорієнтовують читача на полізначеннєве сприйняття змісту. Процес сміху, який охопив увесь світ (реальний і фантастичний) регенерує знакові моменти світогляду окремої етноспільноти і суспільства в цілому. Йдеться про ті ситуації, коли сміх передає іронію. Текстовий фрагмент «*посміхнувся*» той, «*який уже працював від батарейки*» засвідчує вищесказане. Частотне вживання лексеми «сміятися» кваліфікує сміх як соціально-масове явище, стрижневим смисловим елементом якої є отриманий результат: кожен віртуальний суб'єкт отримав те, що хотів (підтвердженням цієї думки є вжита сполука «*посміхнувся навіть*»).

Вживання сміху як нейтрального засобу характерне також для ліричних відступів, оцінки та характеристики героїв твору. Наприклад:

- *Соломія була такою, як досі. Тільки більше всміхалася. То була якась нова, невміла і дивна посмішка. Така, якою сміється дівчинка, котра щойно розбила коліно [30,276].*

*Термін «*нейтральний*» (сміх) подаємо в прозових текстах як *умовний*, виявляючи одну із його ознак – спрямованість мовлення до особи (осіб), проте на семантичному рівні він може експлікувати достатньо широкий спектр маркованих значень: «маніфестація прихованої інформації», імпліцитна «маніпуляція», які руйнують когнітивний «каркас» інтерперсональної взаємодії [3, 12].

Якщо вище звернено увагу на сміх як засіб становлення адресантно-адресатних відношень, то у наведеному фрагменті він виконує характеротвірну функцію, формуючи образ дівчини, причому не на зовнішньому, а на внутрішньому рівні. Акцент зроблено на тому, яким чином відбулась зміна героїні: за допомогою невербального засобу – «*тільки більше всміхалася*» – автор досить чітко передає деталі її внутрішнього стану. Нейтральні поза текстом лексеми «*нова*», «*невміла*», «*дивна*», якими позначено у тексті *посмішку* дівчини, на нашу думку, відтворюють риси характеру героїні, зокрема її терплячість, винятковість. Окремий буттєвий смисл закладений в останньому реченні цього фрагменту. Порівняльна конструкція «*сміється так, ніби розбила коліно*» спрямовує читача вже не на поверхневий рівень тексту, а на глибинний, намагаючись виявити ті деталі, які змінюють онтологічну модель тексту: це спогади про минулі події (наприклад, про дитинство), думки про стосунки між людьми, реальне життя.

Таким чином, сміх (адресантний, адресатний, нейтральний) у комунікації виступає носієм релевантної для її перебігу інформації і може передавати прагматично значущі смисли.

Досі основний акцент було зроблено на адресантно-адресатних відношеннях у процесі комунікації і на значущості *сміху* у встановленні комунікативного каналу. Однак важливими, на нашу думку, є й інші елементи лексико-семантичного поля «сміх», зокрема *посмішка*, тому зупинимось детальніше на валентних характеристиках досліджуваної лексеми. Наприклад:

- *Що ж, нехай приходить, - сказав Ест із недоброю посмішкою* [15, 263];
- *Вгамуй, - сказав чоловік із кривою посмішкою. – І дай мені спокій* [20, 105];
- *Соломія ще раз глянула на сонну Патрицію і подарувала кімнаті світлу усмішку, яка обов'язково торкнулася чола Патриції* [30, 194].

Такі сполуки слів підсилюють змістове наповнення сміху при передачі емоцій, деталізують тип відносин учасників текстової комунікації.

Характеристики-означення *недобра*, *крива* сприяють формуванню імпліцитного смислу, виявленню негативних рис героїв, які так чи інакше виражають своє ставлення до оточення через сміх; можемо говорити і про відновлення реальних смислових кодів, що стоять за ним.

Порівняймо ще:

- *Влад бачив, як вона посміхнулася. У цій посмішці радощів не було, лиш заздрість, біль, розчарування... і зловтіха* [16, 167]; [1]
- *Він згадував руду шубу, холодні оцінювальні очі – і цю посмішку. Посмішку, після якої, загалом, усе вже було зрозуміло – вороття нема* [15, 136]; [2].

Наведені текстові фрагменти можна розглядати як набір комунікативних відрізків, використаних автором з аксіологічно-

інформаційною метою: засіб невербальної комунікації, що, здавалось би, повинен передавати позитивні емоції, **посмішка** насправді містить діаметрально протилежну своєму основному змістові інформацію – «зздирість, біль, розчарування, зловтіху» [1]. У 2 фрагменті негативні значення імплікуються не відкрито, а приховано, на базі змісту усього повідомлення, зокрема таких сегментів, як «холодні оцінювальні очі» та «вороття нема». Такий прийом – залучення *автором* (текстовим адресантом) *читача / персонажа* (текстових адресатів) до остаточного виявлення змісту емоції – на імпліцитному рівні сприяє формуванню додаткового значення аналізованого концепту: *передачу негативу через позитив*.

Використання автором у тексті такої одиниці невербального рівня спілкування, як **сміх**, не лише відображає характер певної інформації, а й формує цілісний образ персонажів з їх негативними чи позитивними рисами:

- *Я мовчав. Напевно, виглядав ідіотом. І всміхався, як ідіот. Та ідіотська усмішка* приросла до мого лиця за час, коли її не було. Така дуже ідіотська усмішка самотньої людини, нещасної самотньої людини, яка тільки те й робить, що чекає.

Потім вона сказала: нащо ти так по- дурному усміхаєшся?

Я сказав: не знаю, що тепер робити, ця усмішка приросла до самого лиця, поки тебе не було [22, 255].

Фразеологізоване порівняння «*всміхався, як ідіот*», «*ідіотська усмішка*» має такі значення: 1. «сміятися невимушено, безглуздо»; 2. «недоречно сміятися у певній ситуації» [31]. На імпліцитному рівні текст передає інше розуміння наведеного порівняння: це усмішка самотньої людини, що стала своєрідним «шаблоном», маскою під час спілкування героїв. За рахунок валентних характеристик *сміху* з лексемами, що маніфестують інші частини мови (найчастіше названий іменник сполучається з прикметниками), розкриваються внутрішні особливості характеру героїв твору, їх ставлення одне до одного.

Будь-яка комунікативна інтеракція має стратегічний характер і здійснюється з певною **інтенцією** – забезпечити ефективність, успішність комунікативного процесу, досягти відповідного результату. Вона залежатиме від кількох факторів: «типу ситуації, тематики, симпатії / антипатії до співбесідника і т.д» [32,78]. Досягнення комунікантом мети значною мірою залежить також від поведінки партнера (його сприяння чи перешкоджання мовленнєвому акту). Це ставить під сумнів «гарантію реалізації задуму і спонукає адресанта до маневрів і коригування власних дій відносно «вкладу» партнера у розгортання комунікативної ситуації», поступового долаття «бар'єрів» [5,137], створених при перебігу комунікативного акту.

Порівняймо:

- *Вона захотіла поцілувати мене, повернувши голову так, щоб ми бачили одне одного, але поцілунок не відбувся через найчас-*

тішу причину невдалих поцілунків – сміх – вона розсміялася, також згадавши, що ми можемо цілуватися в будь-який спосіб [19, 99].

Намір адресанта (виходячи зі змісту повідомлення) у вище наведеному фрагменті очевидний, проте «комунікативний» бар'єр (*сміх*) стає причиною невиконання поставленого завдання («*поцілунок не відбувся через її сміх*»), у той час, як при інших обставинах сприяє зворотному, навіть протилежному, процесу – *розсміялася*: «*вона розсміялася через спогад про поцілунок*».

Сміх (посмішка / усмішка) відіграє важливу роль і в організації та підтримці соціального життя. У працях дослідника А. Бергсона зазначається, що *сміх* виникає на основі «колективного суспільного характеру»; тоді, коли індивід спілкується з іншими людьми, думає про них, згадує і т.д., він може «відчути комізм того чи іншого явища» [6, 27]; це є «індивідуально-соціальний елемент міжособистісної комунікації» [23,71], що передає найрізноманітніші смислові коди, які забезпечують нормальний процес мовленнєвої діяльності, (особливо таку її функцію, як встановлення контакту і бажання його підтримувати): це максими ввічливості, привітання, погодження/заперечення. Наприклад:

- *Свен дивився на нього, посміхаючись: - Приємно було познайомитись, друже мій!* [15, 345] (*вияв ввічливості при знайомстві*);

- *Ви – незвичайні! Моє життя у Ваших руках!!! Я безмежно Вам вдячна, - сказала, усміхаючись незнайома жінка. – Чи можу я Вам чимось допомогти?* [15, 124] (*вияв подяки*).

Смислові моменти, які відбуваються між адресантом і адресатом – учасниками комунікативного акту, розкриваються імпліцитно та експліцитно. Сміх як невербальна мовна одиниця, що містить конкретне значення, має певний ступінь вияву, може передавати інформацію відкрито і приховано залежно від того, які інтенції поставить перед собою носій комунікації для досягнення відповідного результату. В більшості випадків на імпліцитному рівні прочитується негативна інформація.

Аналіз матеріалу дає нам змогу виділити такі функції сміху у процесі текстової комунікації:

- 1) *оцінну* (сміх виступає засобом вираження оцінки, забезпечує продовження пошуку нової інформації);
- 2) *спонукальну* (сміх визначає спрямованість діяльності: може як стимулювати, скеровувати у потрібному напрямку, так і заважати; відіграє роль регулятора людського спілкування);
- 3) *інформаційну* (при відсутності вербальних засобів через сміх передається інформація, ставлення до учасників спілкування);
- 4) *контактну* (встановлення контакту завдяки сміхові);
- 5) *образотвірну* (творення образу героїв).

Таким чином, результати дослідження дають підстави стверджувати, що концепт «*сміх*» у структурі художньої комунікації виступає важливим засобом регуляції міжособистісного спілкування: 1) *впливає* на успішність/неуспішність досягнення комунікантами мети; 2) *формує / руйнує* бар'єри спілкування між адресантом і адресатом у художньому

тексті; 3) *сприяє* увиразненню особистісних рис героїв твору; 4) *розкриває* смислову багатоплановість тексту.

Література

1. *Абеляр П.* Теологические трактаты / П. Абеляр. – М.: А/О "Издат. группа "Прогресс"; М. : Гнозис, 1995. – 189 с.
2. Антология концептов / [под. ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина]. – Том 1. – Волгоград: Парадигма, 2005. – 352 с. ISBN 5-89395-236-9
3. *Барташева Г. І.* Взаємодія невербальних та вербальних компонентів ситуації комунікативного домінування в англomовному дискурсі : Автореф. дис. канд. філол. наук : 10.02.04. – Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2004. – 20 с.
4. *Бацевич Ф. С.* Атмосфера спілкування: спроба психолінгвістичного дослідження / Ф. С. Бацевич // Мовознавство. – 2002. – № 4-5.
5. *Бацевич Ф. С.* Основи комунікативної лінгвістики: підручник / Ф. С. Бацевич. – 2-ге вид., доп. – К.:ВЦ «Академія», 2009. – 376 с. (Серія «Альма-матер») ISBN978-966-580-302-7
6. *Бергсон А.* Смех / Анри Бергсон. - М.: Искусство, 1992. - 128 с.
7. *Бехта І.А.* Дискурс наратора в англomовній прозі / І. А. Бехта . – К.: Грамота, 2004. – 303 с.
8. *Венгринюк М. І.* Адресат у художньому тексті (на матеріалі української прози ХХ століття): Автореферат дисерт. на здобуття ступеня канд. філол. наук. спеціальності 10.02.01 – українська мова. - Івано-Франківськ, 2006. – 20 с.
9. *Гак В. Г.* Эмоции и оценки в структуре высказывания и текста / Гак В. Г. // Вестник Московского университета : Филология. – 1997. – №3. – С. 87-95.
10. *Ганечко В.В.* Семантика дієслів на позначення пара вербальних дій усмішки та сміху / В. В. Ганечко // Мовознавство. – 2005. - №5. – С. 65-75.
11. *Голянич М. І.* Внутрішня форма слова і дискурс : монографія / Марія Голянич. – Івано-Франківськ: Видавничо-дизайнерський відділ ЦІТ Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2008. – 296 с.
12. *Гуйванюк Н. В.* Способи реалізації іронії у структурі речення : Монографія / Н. В. Гуйванюк, Ю. М. Пацаранюк. – Чернівці: Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, 2009. – 167 с.
13. *Дашвар Люко.* Мати все / Люко Дашвар. – Харків: «Клуб сімейного дозвілля». – 336 с.
14. *Дашвар Люко.* Молоко з кров'ю / Люко Дашвар. – Харків : «Клуб сімейного дозвілля», 2010. – 272 с.
15. *Дяченки Марина та Сергій.* Vita nostra : Роман / Марина та Сергій Дяченки. – К.: Зелений пес, 2007. – 544 с.
16. *Дяченки Марина та Сергій.* Спадкоємець : Роман / Марина та Сергій Дяченки. – К.: Зелений пес, ТОВ «Гамазин», 2006. – 368 с.

17. *Іващенко В. Л.* Фрагмент когнітивного моделювання концептосфери художньої культури в термінопоняттях мистецтва і мистецтвознавства / В. Л. Іващенко // Мовознавство. – 2005. – №1. – С. 35-44.
18. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: Монография / Оксана Иссерс. – Изд. 4. – М.: УРСС, 2006. – 288 с.
19. *Іздрік Ю. Р.* Таке / Іздрік. – Харків : «Клуб сімейного дозвілля», 2010. – 272 с.
20. *Кожелянко В.* Дефіляда : Роман / Василь Кожелянко. – Львів: Кальварія, 2001. – 196 с.
21. *Кожелянко В.* Котигорошко. Роман / Василь Кожелянко. – Львів: Кальварія, 2001. – 156 с.
22. *Кокотюха А.* Шукачі скарбів / Андрій Кокотюха. – К.: Нора-Друк, 2005. – 336 с.
23. *Крейдлин Г. Е.* Улыбка как жест и как слово (к проблеме внутриязыковой типологии невербальных актов) / Г. Е. Крейдлин, Е. А. Чувилина // Воприсы языкознания. – 2001. - №4. – С. 66-93.
24. *Лотман Ю.М.* Структура художественного текста / Ю. М. Лотман // Лотман Ю.М. Об искусстве. – СПб.: «Искусство – СПб», 1998. – С. 14 – 285.
25. *Психологія: Підручник / Ю. Л. Трофімов, В.В. Рибалка, П. А. Гончарук та ін.; [за ред. Ю. Л. Трофімова].* – 3-тє вид., стереотип. – К.:Либідь, 2001. – 560 с.
26. *Русанівський В. М.* Структура лексичної і граматичної семантики / В. М. Русанівський. – К., 1988. – С. 12-19.
27. *Скаб М. В.* Закономірності концептуалізації та мовної категоризації сакральної сфери: Монографія / Марія Василівна Скаб. – Чернівці:Рута, 2008. – 560 с.
28. *Сняданко Н.* Синдром стерильності / Наталка Сняданко. – Київ: Нора-Друк, 2006. – 360 с.
29. *Степанов Ю. С.* Константы: словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. – М.: Язык русской культуры, 2004. – 824 с.
30. *Ткачівська М.* Тримай мене, ковзанко / Марія Ткачівська. – Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2009. – 298 с.
31. *Фразеологічний словник української мови : в 2-х т.* – К.: Наукова думка, 1999. – Книга 2. – С. 834-836.
32. *Шутова О. А.* Фактор адресата в поучающих речевых жанрах/ О. А. Шутова // Лінгвістика. – 2010. – № 3 (21). – Ч. 2. – С. 76-80.

*Стаття надійшла до редакційної колегії 21.10.2010р.
Рекомендовано до друку докт. філол. наук, проф. Голянич М.І.*

**CONCEPT IS THE "LAUGHTER" AS SCLADNIC
OF INTERPERSONALITY COMMUNICATIONS
IN AN ARTISTIC TEXT
(ON MATERIAL OF PROSE OF BEGINNING OF XXI AGE)**

I. V. Danylyuk

*PreCarpathian National University by V. Stefanyk,
57 Shevchenko Street, Ivano-Frankivs'k, 76000, Ukraine,
ph. +380(342) 59-60-08*

The article deals the peculiarities of actualization the concept "laughing" in the interpersonal communication, analyzes character of it realization through the inner addressee and sender, investigates the laughter's functional load in the text.

Key words: *concept, communication, laughter, the inner addressee and sender.*