

особенное речевое действие, которое протекает во времени, имеет свои стадии развития и осуществляется своеобразными прагматическими и языковыми средствами.

Также считается, что у речевого конфликта есть типовые сценарии речевой коммуникации, которые зависят от правил речевого поведения, отмеченных в конкретном лингвокультурном сообществе, и социального опыта. Сценарная методика позволяет изучить такие стадии развития конфликта, как зарождение, созревание, пик, спад. Благодаря изучению речевого жанра можно определить, какими языковыми средствами пользуются конфликтующие стороны исходя из своих целей и намерений. Компетентность в сценариях конфликтной ситуации обеспечивает прогнозируемость речевого поведения в похожих ситуациях и позволяет распознать потенциально конфликтную ситуацию. Ввиду этого развитие коммуникативно обусловленных сценариев различно: от кооперативного, гармоничного до конфликтного, дисгармоничного. Исходя из типа личности участников конфликта, их опыта общения, коммуникативной осведомленности, коммуникативной устремленности, коммуникативной предпочтительности происходит выбор того или иного варианта сценария.

Изучая способы конфронтации в англоязычных художественных текстах, мы отметили средства, которые маркируют конфликтный коммуникативный акт. Среди них особое применение находят многозначные слова и омонимы, ненормативная и негативная оценочная лексика, специальные номинации собеседников по какой-либо примете, слова-агнонимы, противительный союз *but*, лексико-грамматическая формула *No, S+P+not / V+not*, употребление оскорбительных слов, использование модальных и отрицательных конструкций.

Таким образом, можно сделать вывод, что существуют различные способы лингвистического выражения конфликта.

Ю. Куликович

ПОНЯТИЕ О КАТЕГОРИИ СУБЪЕКТИВНОСТИ ПИСЬМЕННОГО ТЕКСТА

Человеческое мышление может быть субъективным и объективным. Объективное мышление полагается на данные, которые научно обоснованы, экспериментальны, одним словом, объективны. Субъективное мышление, в свою очередь, основано на чувствах, эмоциях, желаниях и оценках. Мышление взрослого человека неразрывно связано с речью. Следовательно, субъективное мышление находит свое отражение в том, что и как человек пишет или говорит. А отражается это в собственном мнении человека. В общепринятом представлении под мнением подразумевается взгляд человека на какую-либо проблему, предмет или явление, его оценка или суждение. Слово *мнение* происходит от старославянского *мьнити* 'предпола-

гать, думать'. Мнение – это суждение, выражающее оценку кого-либо или чего-либо, отношение к кому-либо или чему-либо, взгляд на кого-либо или на что-либо. Исходя из вышесказанного, можно заключить, что категория субъективности письменного текста – это выражение мнения посредством различных языковых средств на всех уровнях языка.

Многие лингвисты отмечают, что главным отличием текстов, в которых присутствуют средства выражения мнений, от чисто информативных, является то, что в понимании их смысла большую роль играет субъективный фактор. Он тесно связан с выражением мнения автора, другими словами, субъективной модальностью, которая представляет собой субъективное отношение производителя речи к содержанию высказывания (текста). Единое определение понятия *субъективность* еще не сформулировано. Так, некоторые лингвисты под субъективностью понимают всю информацию, которая относится к мнению и оценке, и противопоставляют ей объективную информацию, которая сообщает факты об объектах действительности. Например, предложение *The plot of the movie Arrhythmia unfolds around the ambulance doctor* является объективным, так как не содержит оценочной информации. С другой стороны, предложения *Arrhythmia is a very good film!* *It is a surprisingly lively film, bribing with its simplicity and recognizability of archetypes* содержат оценочную информацию и являются субъективными. Легко заметить, что термин *субъективность* имеет много общего с термином *оценки*, который употребляется в лингвоаксиологии. В процессе коммуникации человек постоянно оценивает окружающие его реалии, других людей, себя, выражая свое мнение и отношение разнообразными языковыми средствами. Важно отметить, что субъективный характер оценки заключается в наличии субъекта (индивидуума или коллектива), применяющего общественную или личную систему ценностей в зависимости от собственных потребностей или намерений, которые определяют прагматику его высказываний.

Д. Лапутько

СИММЕТРИЧНЫЕ СТРУКТУРЫ В КОМПОЗИЦИОННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТЕКСТОВ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ (на материале немецкого языка)

Контекстная реклама – тип интернет-рекламы, при которой рекламное объявление показывается в соответствии с контекстом интернет-страницы.

Схожие композиционные принципы построения текстов контекстной рекламы можно обобщить в виде логико-семантической формулы текста (ЛСФТ). Для построения ЛСФТ нами был создан метаязык логико-семантического описания содержания текстов.

Основанием композиционного членения текста в настоящей работе является принадлежность текстовых фрагментов к конкретному речевому