

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА СТИХОТВОРЕНИЯ И ПРОЗАИЧЕСКОГО ТЕКСТА

В научном исследовании «Язык – стих – смысл в русской поэзии XVIII–XX веков» говорится, что в наше время «нет единой теории стиха, которая увязывала бы самые разные стиховедческие понятия, выводя их из фундаментального определения стиха как такового». Так, например, в одной из последних работ по семантическому различию стиха и прозы автор выделяет, анализируя по содержанию 15 стихотворных текстов и близкие им по содержанию прозаические пересказы этих стихотворений, следующие различия между ними.

1. Стихотворный вариант воспринимается как более туманный и неясный, чем его прозаический аналог.
2. Содержание стихотворного варианта воспринимается как относящееся к человеку вообще, то есть гораздо более обобщенно, чем в прозе.
3. В стихотворном тексте присутствует несколько смыслов одновременно.
4. В стихе, по сравнению с прозой, меняется эмоциональная тональность.
5. Содержание стихотворения, особенно лирического, может не иметь конкретного референта.

Более однозначно к оценке стихотворений и прозаических текстов подошли исследователи, изучающие их формальные различия с точки зрения специфики взаимодействия лингвистических единиц, образующих стихотворения и прозаические тексты.

1. Стихотворная речь дробится на сопоставимые между собой единицы (стихи), а проза есть сплошная речь.
2. Стих обладает внутренней мерой (метром), а проза ею не обладает.

В целом, опираясь на последние исследования по лингвистической специфике стихотворений и прозаических текстов, исследователи достаточно четко конкретизировали следующие их особенности.

Предмет лингвистики стиха состоит из двух частей. Под первой частью понимается взаимозависимость между лингвистическими уровнями в специфических условиях стихотворного текста, где прослеживается, как изменение компонента на одном лингвистическом уровне приводит к предсказуемым изменениям на других лингвистических уровнях (например, изменение ритмики стихотворной строки, которая может привести к изменениям ее частеречевого наполнения и синтаксиса). Под второй частью лингвистики стиха подразумевается структура на всех лингвистических уровнях: фонетическом, синтаксическом и семантическом.

Поэтический текст отличается от прозаического делением на строки. Деление на строки – это единственный постоянный компонент стихотворной формы. Существует целый класс лингвистических механизмов, поддерживающих существование и соположенность строк в стихе. Такие закономерности бывают двух типов: а) закономерности, обеспечивающие соположенность, сопоставимость и равновесность строк внутри стихотворного текста; б) закономерности, объединяющие слова стихотворной строки в единую целостную единицу.

Лексика стиха отличается своей своеобразностью, поскольку слово в стихе играет значительно более самостоятельную роль сравнительно с другими типами речи. Паузы в стихе имеют совершенно особый и самостоятельный характер. Ощутимость слова определяет особую ощутимость звукового состава речи. В ряде случаев система словосочетаний в стихе получает своеобразную стилистическую мотивировку, вытекающей именно из свойств стихотворной речи.

Стих представляет собой целостную стилистическую выразительную систему, определенный тип речи. В стихах ясно чувствуется эмоциональная окраска, отсюда следует и основная черта стихотворной речи: постоянство однородной, эмоционально окрашенной интонационной системы в отличие от прозы, где перед нами переменная интонация и где каждая фраза имеет свою логически мотивированную интонацию, не повторяющуюся в последующих фразах.

В результате обобщения проведенных исследований выяснилось, что в стихе действуют лингвистические закономерности, отличающие стих от прозы. Одна часть вышеуказанных закономерностей работает на обеспечение единства и целостности стихотворной строки. Вторая часть основывается на обеспечении сопоставимости и соположенности стихотворных строк, расположении тесных и слабых синтаксических связей в строке, расположении аллитерирующих звуков.

Н. В. Шалимо, Е. С. Василенко

АУТЕНТИЧНЫЕ БРЕНДЫ. ЧЕМ АУТЕНТИЧНОСТЬ ПОМОЖЕТ КОМПАНИИ?

Компании, которым удалось завоевать любовь потребителей, зачастую особенные: аудитория им предана, разделяет их взгляды и поддерживает начинания.

Согласно шкале восприятия подлинности бренда (от английского *Perceived Brand Authenticity Scale – PBA-scale*) главными чертами аутентичного бренда:

- 1) последовательность. Бренд верен своим принципам несмотря ни на что;
- 2) достоверность. Внушает доверие потребителям;