

way” [9, с. 69]; “another atmosphere of life; another hope as its great end” [9, с. 38]; “he knew what path lay straight before him, and he took it” [9, с. 80], — витоки яких, очевидно, також слід шукати у біблійній концепції світосприйняття — серед ідей, які окреслені ідеями шляху та подорожі: “на землі я мандрівник” [Пс. 118:19] та “Ти покажеш мені дорогу життя” [Пс. 15:11].

Аналіз лінгвістичних та концептуальних метафор, якими в повісті Ч. Дікенса “Різдвяна пісня у прозі” представлені концепти “heart” і “spirit”, показав, що загалом ці концепти структуровані по-різному. Метафоричне проектування концепту “heart” здійснюється в основному за принципом реїфікації, а концепту “spirit” — за принципом персоніфікації. У процесі структурування концепту “heart” найчастіше використовується предметна модель. Через її призму серце осмислюється в першу чергу як вмістилище духовного життя людини, глибинний осередок її думок та почуттів. Відносно ж концепту “spirit”, то для його метафоризації особливо актуальною є антропоморфна модель. Дух осягається як жива істота, і насамперед подорожній, мандрівник, якому належить обрати правильну дорогу життя. Враховуючи те, що всі ці спостереження загалом близькі до висновків, які зроблені в роботах, спрямованих на комплексне дослідження концептів “heart” і “spirit” [7; 2], ми можемо сказати, що репрезентація цих концептів у творі в цілому традиційна. Що ж стосується витоків цієї традиційності, то вони, у свою чергу, пов’язані зі світоглядними і творчими інтенціями письменника як виразника історично близьких його народу цінностей і смислів. Ч. Дікенс не заперечує — він стверджує ці цінності і ці смисли, у тому числі через концептуальну метафору. Переосмислюючи її з використанням відповідних когнітивних механізмів, він не ставить нічого під сумнів, а виключно розширює, розробляє і комбінує, крок за кроком розкриваючи історичну глибину змісту репрезентованих нею концептів — і змісту першу чергу біблійного, християнського. Все це робить його повість цікавою не лише для вузькоспецифічних, але й для найбільш широких концептуальних досліджень, характеризуючи її як матеріал для переосмислення витоків базових концептуальних метафор, яке, перефразовуючи Дж. Лакофа і М. Джонсона, можна було б охарактеризувати як “re-understanding” і “re-experiencing”.

ЛІТЕРАТУРА

1. Біблія [переклад з давньоєврейської та грецької І. Огієнка]. – К., 1988. – 1523 с.
2. Бурнос И.В. Русские концепты “дух”, “душа”, “ум” в сопоставлении с английскими “mind”, “soul”, “spirit” (на материале текста художественной литературы XIX–XX веков) / И.В. Бурнос. – СПб., 2004.
3. Ваниева О.А. Фразеологические единицы библейского происхождения с концептами “душа/дух” и “сердце” в качестве опорного слова в русском и английском языках: Сопоставительное исследование на материале Нового Завета и Библии / О.А. Ваниева. – Владикавказ, 2005.
4. Воробйова О.П. Когнітивна поетика: здобутки і перспективи / Воробйова О.П. // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. – 2004. – Вип. №635. – С. 18–22.
5. Лапшина М.Н. Семантическая эволюция английского слова (изучение лексики в когнитивном аспекте) / М.Н. Лапшина. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. Ун-та, 1998. – 160 с.
6. Пименова М.В. Душа и дух: особенности концептуализации / М.В. Пименова. – Кемерово: ИПК “Графика”, 2004. – 386 с.
7. Соловьёва Е.А. Концепты “mind”, “heart”, “soul” в современном английском языке / Е.А. Соловьёва. – Тамбов, 2005. – 193 с.
8. Cognitive Stylistics: Language and Cognition in Text Analysis / Ed. by E. Semino and J. Culpeper. – Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 2002. – 340 p.
9. Dickens Ch. A Christmas Carol and Other Christmas Books / Charles Dickens. – Oxford: University Press, 2006. – 496 p.
10. Freeman M.H. Metaphor Making Meaning: Emily Dickenson’s Conceptual Universe / Freeman M.H. // Journal of Pragmatics. 1995. – V. 24-6. – P. 643–665.
11. Kövecses Z. Metaphor: a Practical Introduction / Z. Kövecses. – Oxford: University Press, 2010. – 249 p.
12. Lakoff G. The Invariance Hypothesis: Is Abstract Reason Based On Image-Schemes? / Lakoff G. // Cognitive linguistics. – 1990. – V. 1-1. – P. 39–74.
13. Lakoff G., Johnson M. Conceptual Metaphor in Everyday Language / Lakoff G., Johnson M. // The Journal of Philosophy. – 1980a. – V. 77-8. – P. 453–456.
14. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago: Chicago University Press, 1980b. – 242 p.
15. Lakoff, G., Turner M. More than Cool Reason: a Field Guide to Poetic Metaphor / G. Lakoff, M. Turner. – Chicago: The University of Chicago Press, 1989. – 237 p.

Копчак Т.

Науковий керівник – к.ф.н. Бабій Л. Б.

TRANSCENDENTALISM, CRITICAL THINKING AND THE IDEA OF SELF-RELIANCE IN “SONG TO MYSELF” BY WALT WHITMAN

One of the interesting phenomena of nowadays is the fact that despite having the right to freedom of opinion and expression, very little of us actually use this privilege which was fought for by our grandfathers. In the best case scenario, we choose whom to believe: a man in a red tie or that one with a curly hair, but not to ourselves.

Unfortunately, often it’s very hard or virtually impossible to resist the penetrative whispers of masses, social media and propagandists. Unless you are an ascetic fugitive living high above the clouds in the mountains,

there is no doubt that you've experienced an amplifying pressure of media field around you personally, as all of the people who are destined to live during the Informational Era. The voices are following you "White is black, round is square", they say "Buy our product, listen to us, consume, consume, consume!" Probably, these voices can't be completely muted, but is there any way to get in control of our minds and opinions?

In the early to mid-nineteenth century, a philosophical movement known as Transcendentalism took root in America and evolved into a predominantly literary expression. The adherents to Transcendentalism believed that knowledge could be arrived at not just through the senses, but through intuition and contemplation of the internal spirit. And since the intuition is a phenomenon of mind that acquires knowledge without inference or the use of reason [6], Transcendentalist ideas may be the ones we're searching for.

The genesis of the movement can be accurately traced to 1836 and the first gathering of the Transcendental Club in Cambridge, Massachusetts. The father of the movement was Ralph Waldo Emerson. Other prominent contributors, and fighters against prejudice and propaganda, included Walt Whitman, Henry David Thoreau, Margaret Fuller, William Henry Channing, and George Ripley. [3]

"Song of Myself" – a poem published in 1855 by an American poet Walt Whitman – considered to be one of the brightest examples of Transcendentalist writings and one of the most important and influential American poems. [4] It's also often referred to as the "most egotistical poem ever written": it's all about me, myself, and I. [1] In the first line, Walt Whitman kindly informs us that he is going to celebrate himself, and throughout 52 glorious sections, he does just that, embodying the ideal of "self-reliance". [5]

In this article, we're going to analyze and interpret a fragment from a "Song of Myself" to reveal Transcendental ideas, discover the meaning of "self-reliance" principle and find an effective way to withstand the offensive on our consciousness.

So, let's interpret the following fragment from "Song of Myself" by Walt Whitman: "*You shall no longer take things at second or third hand, not look through the eyes of the dead, nor feed on the spectres in books. You shall not look through my eyes either, nor take things from me; you shall listen to all sides and filter them from yourself.*" [2]

The idea of this extract is to emphasize the importance of critical and objective thinking, the only reliable tool which can help us to suss out the problem of being succumbed to misleading directions of others. But can it become a guidance for those who don't need a shepherd? Let's take a closer look.

"*You shall no longer take things at second or third hand...*" means that you shouldn't far and away believe anyone in questions that matter. Their opinions are the products of their consciousnesses and might not coincide with yours and their "facts", unless their source is one hundred percent reliable (which is not), can be intentionally false and used in one's interests. The last one is especially typical case for information was when by virtue of such tricks the sides of a conflict try to win the battle for our minds at all costs.

The quote continues with a phrase "*... not look through the eyes of the dead...*" This part calls us not to fully rely on any historical source trying to "look through eyes of the dead". That is because history is a rather biased subject which in any possible way can't resemble fully objective picture of the past events that came about. We should come to grips with the fact that the reality will always differ from the scripted notes.

The first sentence ends with a phrase "*...nor feed on the spectres in books*", and it warns us about one of the most common mistakes of self-assured bookworms who tend to burn the midnight oil and take on trust all the printed "truths" being accustomed to a stereotype of "all-knowing ancient sages", whose claims in reality should also be called into question. Of course, coming into the knowledge of past is an important and ever-continuing process but at the same time we shouldn't believe every statement we've come across on the pages of old dusty dog eared books. With all the respect to our predecessors, it would be fair to say that all of us are in the same league which means that their thoughts call for critical analysis as well.

Let's take a look at the last part of our quote: "*You shall not look through my eyes either, nor take things from me, you shall listen to all sides and filter them from yourself.*" Unexpectedly, the author says not to take things from him either, though he was instructing us before that. What if that was a trap all along? Or is the author just being honest with his readers noticing the true nature of this problem? Leave it on your intuition.

Obviously, it's impossible to be fully independent in one's thoughts even because of the basic drawbacks of human nature. The filter of critical thinking can be easily omitted by all sorts of subliminal message bombarding our consciousness and influencing us in any way. So what can be done in such a case? Practically nothing.

However, one should remember: any foregone conclusion is dangerous and can't possibly be one hundred percent true. So, before placing faith in anything, don't forget about the ideas of Transcendentalism and relying on yourself.

LITERATURE

1. Bloom H. "The Central Man: Emerson, Whitman, Wallace Stevens." / Harold Bloom. – Boston: G.K.Hall, 1966. – pp. 23-42.
2. Bodie Ed. H., Jr. "Whitman's 'Song of Myself,' Section 38." / Bodie Edward H. Jr. – New York: Forest Press, 1995. – pp. 149-50.

3. Gatta J, Jr. "Whitman's Re-Vision of Emersonian Ecstasy in 'Song of Myself.'" / John Gatta Jr. – Westport, CT: Greenwood, 1985. – pp. 173-183.
4. Kravitz B. "Reinventing the Self and Privileging the Future in Emerson, Whitman, and Who Moved My Cheese?" / Bennett Kravitz. – *Studies in Popular Culture*: 24:3 (2002 Apr). – pp. 73-85.
5. Loving J. "Emerson, Whitman, and the Paradox of Self-Reliance." In *Critical Essays on Walt Whitman*, ed. James Woodress / Jerome Loving. – Boston: G. K. Hall, 1983. – pp. 306-319.
6. Miller P. "The Transcendentalists: An Anthology." / Perry Miller. – mHarvard University Press, 1950. – pp. 7-8.

Мамус О.

Науковий керівник – асист. Іванців О. В.

PR-ТЕКСТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Підвищення значення комунікації у діяльності бізнес-структур зумовлює важливість її дослідження з метою оптимізації та ефективної організації. Для того, щоб досягти стабільної позиції на ринку, здобути популярність серед споживачів, компаніям необхідно створити позитивний корпоративний імідж та налагодити ефективні комунікативні процеси, що, відповідно, вимагає більш ретельного аналізу побудови PR-комунікації та особливостей досягнення її цілей.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі PR-технологій та їх головного інструменту – тексту – в конструюванні та забезпеченні соціальних процесів. Сучасні паблік рілейшнз відіграють вирішальну роль у формуванні нової соціальної реальності. Оскільки основним інструментом впливу і водночас точкою прикладення основних креативних зусиль фахівців PR є саме PR-тексти, що передаються аудиторії каналами масової комунікації, ефективність будь-яких PR-заходів залежить від ефективності текстових форматів подачі інформації громадськості.

Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю в рамках своєї професійної діяльності вибудовує систему внутрішньої та зовнішньої комунікації організації або клієнта, якого представляє, створює документи, покликані розповісти громадськості про те, що являє собою організація, які її функції, яких вершин вона досягла у своїй діяльності [2]. Таким чином, постійна робота PR-фахівця, який інформує громадськість про роботу організації, закріплює в її свідомості позитивний імідж організації. Головний інструмент у цій роботі – PR-текст.

Активний розвиток PR-комунікацій у сучасному суспільстві спричинив появу різних текстових форматів подачі PR-інформації, створення та функціонування яких зумовлено необхідністю вирішення ти чи інших завдань впливу на громадськість. Відповідно до цілей впливу PR-тексти мають свою специфіку, яка виявляє себе на композиційному, мовно-стилістичному та інших рівнях. Внаслідок ускладнення та урізноманітнення форм PR-діяльності, а також активної взаємодії паблік рілейшенз з іншими масовокомунікаційними практиками (зокрема, журналістикою та рекламою) текстова діяльність у сфері зв'язків з громадськістю потребує більш фахового підходу, а саме опанування знаннями щодо типів текстів PR як форматів подачі PR-інформації у відповідності до специфіки акту PR-комунікації, пов'язаною з метою, характером взаємодії комунікантів тощо.

За визначенням визнаного авторитета у галузі досліджень жанрів паблік рілейшенз О. Д. Кривоносова, PR-текст – це текст, що містить PR-інформацію, ініційований базисним суб'єктом PR, функціонує в просторі публічних комунікацій, слугує цілям формування, прирощення та підтримання пабліцитного капіталу даного базисного PR-суб'єкта, адресований певному сегменту громадськості, має приховане (або значно рідше пряме) авторство, поширюється шляхом розсилки, особистої доставки або опосередкований через ЗМІ [5].

PR-текст – це різновид текстів масової комунікації, інструмент публічних комунікацій, що функціонує поряд з текстовими формами суміжних форм (журналістика і реклама). PR-текст так само, як журналістський та рекламний тексти, оперує соціальною інформацією, в основу якої покладено факт. Проте його мета полягає не у формуванні громадської думки з того чи іншого питання або споживчого попиту, а у створенні (а іноді й підтриманні) оптимального комунікаційного середовища базисного суб'єкта PR [3]. Характерними ознаками PR-тексту, є доступність, конкретність, лаконізм, зручність сприйняття, естетичність, оперативність та правдивість. Найважливішою характеристикою такого тексту є його оптимізованість, тобто виключення таких характеристик, які могли б зашкодити пабліцитному капіталу об'єкта PR-діяльності [4].

PR-текст має свої джерела, які поділяються на первинні та вторинні. Первинні джерела містять інформацію, ініційовану базисним суб'єктом PR – усну (витікаючу від посадової особи або колегіального органу, що представляють базисний суб'єкт PR) – з одного боку, та письмову – текстову (у вигляді управлінських документів) – з іншого. Вторинними джерелами для PR-тексту будуть слугувати публікації, виступи в ЗМІ про базисний суб'єкт PR, що відображають суспільну точку зору [2].