

Політичний газетний дискурс обов'язково передбачає наявність двох комунікантів – автора і реципієнта. Такий дискурс містить прагматичну настанову, що найпоказовіше відображає реалізацію найважливішої комунікативної функції мови. Розгляд особливостей політичного газетного дискурсу, його мовленнєвої структуризації постає *актуальним* у силу тих завдань, що виконують політичні газетні тексти.

Метою дослідження є розгляд комунікативних особливостей сучасного українського політичного дискурсу з простеженням суто граматичної специфіки і виявом співвідношення останніх із ситуативно мотивованими настановами. *Завдання* аналізу підпорядковані реалізації мети: 1) з'ясувати статус політичного газетного дискурсу; 2) встановити структурні і семантичні особливості політичних газетних текстів; 3) визначити закономірності експлікації / імплікації авторської настанови в політичних газетних текстах; 4) охарактеризувати напрями актуалізації авторської настанови; 5) охарактеризувати закономірності взаємодії комунікантів у політичному газетному дискурсі.

Новизна дослідження мотивована тим, що комунікативні особливості політичного газетного дискурсу вперше розглядаються зі з'ясуванням специфіки граматичного структурування та простеженням напрямів комунікативної взаємодії учасників експліцитного/імпліцитного «політичного діалогу». Цим визначуване і *теоретичне значення* статті, що окреслює статус політичного газетного дискурсу, типологічні особливості відповідного газетного тексту і пропонує ієрархію функцій відповідного типу текстів. Подібний розгляд знайде застосування у вишівській практиці в курсах лінгвістики тексту та лінгвістичного аналізу тексту, що й визначає *практичне значення* запропонованого аналізу.

Передаючи політичну інформацію у поєднанні з оцінкою фактів, політичний газетний дискурс постає з потреб суспільно-політичної діяльності і являє собою комплекс відношень, що виникають у процесі постання і функціонування політичного газетного тексту як одиниці соціально-політичної комунікації. ***Політичний газетний дискурс, у процесі якого найповніше розкриваються функційні особливості політичного газетного тексту, являє собою результат взаємодії мисленнєвої і мовленнєвої діяльності.*** Перша, що охоплює процеси породження і сприйняття тексту, становить надзвичайно складний семантичний комплекс, який виникає спочатку у мисленні автора згідно із задумом, метою й умовами комунікації, а потім у мисленні реципієнта з урахуванням його мовної компетенції, індивідуально-психологічних особливостей, знань про світ, соціального статусу. Мисленнєва діяльність, що визначає підбір матеріалу і яка управляє компонуванням мовного матеріалу, не має формального вияву і простежується тільки за зворотним зв'язком у вигляді взаєморозуміння комунікантів.

Мовленнєва діяльність політичного газетного дискурсу являє собою зафіксований момент мовленнєво-творчого процесу. Проблеми моделювання спілкування постійно перебувають у фокусі уваги, тому що боротьба за відповідну аудиторію – основна тема будь-якої сфери спілкування, в тому числі політичної. Будь-яка модель породження тексту розпочинається, як відомо, із задуму. У політичній газетній комунікації опертям задуму є необхідність опису певної політичної події або громадського явища, що створює певну комунікативну ситуацію, тобто ті умови, що визначають контекст спілкування: підбір комунікантів та умови комунікації.

У структурі політичного газетного дискурсу під комунікантами маються на увазі автор з власною соціально-прагматичною позицією і реципієнт з відповідним рівнем розвитку свідомості, мовної компетенції, знань про світ та емоційним рівнем сприйняття довкілля. Умови комунікації – це політично-ідеологічна настанова газетного видання з урахуванням соціального статусу читача. Комунікативна ситуація, що репрезентує ці параметри, виступає підґрунтям мисленнєвої діяльності в політичному газетному дискурсі. Враховуючи схему тривимірності системи мисленнєвої діяльності [15, с. 12], рефлексивні акти побудови мисленнєвої моделі в рамках політичного газетного дискурсу можна описати так: перший рівень (чисте мислення) являє собою сукупність опорних смислів використаних лексичних одиниць, що складають основу інформації і покликані до життя необхідністю опису певної політичної події або суспільного явища. Другий, так званий, рівень думки-комунікації, має два ракурси опису. Перший – це ті смислові концепти, які постають у мисленні автора під час використання певних мовних одиниць у відповідному контексті. Ці смислові концепти створюють концептуальну картину інформації, яку повинен відрефлектувати реципієнт. Другий – це смислові концепти, що існують у мисленні реципієнта і які відображають його думки і знання про довкілля. Ці смислові концепти створюють концептуальну картину світу реципієнта, що відображає цілісне сприйняття ним наявної політичної або суспільної реальності. Третій рівень – мисленнєва діяльність як дія, що являє собою дотик смислових концептів автора і реципієнта, що виявляється у перехресній інтерпретації смислової моделі тексту, і метою якої постає відтворення реципієнтом смислової моделі автора. Концептуальна картина інформації автора може повністю збігтися з концептуальною картиною світу реципієнта, що засвідчує вдалу комунікацію. За умови відсутності такого збігу комунікативний акт є невдалим і смислова модель тексту не розшифрована. Одним з основних завдань концептуальної картини інформації може бути зміна окремих компонентів концептуальної картини світу реципієнта або ж повне її перетворення.

Мовленнєва діяльність політичного газетного дискурсу реалізується шляхом передачі певної інформації про ту чи іншу політичну подію вербально – шляхом певної послідовності зв'язаних за смислом речень. Загалом проблема формування політичного навантаження газетного тексту є досить різнобічною. У політичних текстах на першому плані постають проблеми кодування і декодування змісту і соціально-політичної інформації, тому самовияв обов'язково присутнього автора часто у мовній формі не експліковано. У цьому разі наявне декодування концептуальної картини інформації як самостійного смислового простору з двома рівнями опису: експліцитний, що являє собою базовий компонент основної ідеї інформації, тобто первинний смисловий простір, що постає у мисленні реципієнта під час його першого дотику до мовних одиниць тексту. Інший рівень –

імпліцитний, під яким мають на увазі той смисл спілкування, який повинен декодуватися реципієнтом самостійно.

Мовна діяльність політичного газетного дискурсу являє собою об'єктивовану відповідними одиницями мови ту чи іншу політичну подію або явище. Метою розкриття їхнього смислу є відтворення концептуальної картини інформації, тобто мислової моделі, яка постає корелятивною задумою автора. Особливо важливим є аналіз концептуальної картини світу реципієнта як останнього компонента комунікативної ситуації: автор→текст→реципієнт. Відсутність останнього робить комунікативний акт не тільки незавершеним, а просто таким, що позбавлений функціонування. Для успішного комунікативного акту необхідним є емоційний настрій автора як текстопороджувального начала, його прагнення проникнути у світ переживань реципієнта. У політичному газетному дискурсі до основних пресупозицій (культурних і ситуативних) додаються політичні пресупозиції: політична компетенція; освітній ценз реципієнта; відповідний ступінь розвитку (вік); ступінь емоційності; психічний стан, пор. також [14, с. 96]. Ці пресупозиції визначають і спрямовують відповідний набір концептів. У політичному газетному дискурсі основними концептами реципієнта постають концепти «газета», «уряд», «партія», «справедливість», «державна», «свобода», «демократія», «народ», «закон», «війна», «мир», актуалізований «вибори» та ін. Смисли, що домінують для реципієнта в кожному з таких концептів, визначають його концептуальну картину світу, на яку повинен орієнтуватися комунікатор для досягнення вдалої комунікації.

У політичному газетному дискурсі особливо важливою постає концептуальна картина інформації автора. Породження тексту являє собою тривалий і складний шлях його виникнення спочатку у сприйнятті автора на ґрунті відомого для нього обсягу інформації з урахуванням власної системи політичних поглядів, ідей, розуміння світу і довкілля. Комунікатор, як перша ланка комунікативної тріади «автор→текст→реципієнт», визначає і формує майбутню політичну комунікацію [5, с. 119]. Кожне газетне видання характеризується власними політичними, релігійними та освітньо-культурними особливостями. Постійно поглиблювана диференціація споживачів інформації зумовлює появу все більшої кількості спеціалізованих видань, що реалізують групові інтереси. Аналіз українського «ринку» інформації дозволяє виділити значні групи газет за способом подання матеріалу та колом традиційно висвітлюваних ними проблем: спеціалізовані газети, розраховані на просесійні читацькі інтереси («Економічні вісті» – політично-економічна газета); газети, що виражають думку тієї або іншої політичної партії, певного громадського угруповання: «Товариш» – центральний орган Соціалістичної партії України, «Слово Просвіти» – орган Всеукраїнського товариства «Просвіта»; газети, що відображають ті або інші релігійні погляди: «Православний вісник»; інформаційні газети, наприклад «Шлях Перемоги» – одна із найстаріших і найбільш інформаційних правих газет України, «Дзеркало тижня» – одна з найвпливовіших газет, що дотримується центристських позицій та ін. Ще одним чинником, що визначає концептуальну картину інформації автора, постає власна політична культура витворювала інформації. Саме вона виступає основною в побудові смислового світу комунікатора.

Політичний газетний текст – світ прихованого смислу, являючи собою вираження соціально-прагматичної позиції його автора і видавця. Особливий характер виконуваних ним функцій надає йому своєрідних, тільки йому притаманних, категорійних ознак, з-поміж яких особливий статус належить поняттю прихованого смислу і логіко-аргументативного доказу, що визначають його структуру і семантику – прагматичний зміст.

Цілком очевидним є зацікавлення текстом як «суспільно-мовленнєвим продуктом, у якому реалізуються культура, система соціальних відношень, традиції, історія народу» [17, с. 19], його політичні зацікавлення й ідеологія. Найпотужнішим щодо цього постає політичний газетний текст, що ґрунтується на конкретній психологічній меті. Фінальних настанов мовлення багато і кожна з них має власні лінгвістичні й екстралінгвістичні засоби вираження, розпочинаючи зі структури побудови тексту і завершуючи добром лексичного і синтаксичного матеріалу. Особливо важливим є врахування комунікативно-прагматичного підходу, що являє собою цілеспрямоване використання усіх рівнів структури мови залежно від комунікативно-прагматичних інтенцій мовця. Специфікою політичного газетного тексту є досить своєрідне поєднання характеристик його смислового аспекту. Прагматичне спрямування поєднання експліцитної та імпліцитної вимірів тексту визначається завданнями друку як суттєвого засобу масової інформації. У публіцистиці мотивом, що спонукає комунікатора як основного компонента комунікативного акту передати інформацію, постає той або інший факт об'єктивної реальності, та чи інша політична подія, що спонукає вияв певного задуму, зумовленого позицією комунікатора.

Реалізуючись через *внутрішнє мовлення* в розгорнуте висловлення, цей задум і визначає відповідне навантаження тексту, надаючи останньому адекватне політичне спрямування, пор.: **УНІВЕРсальний диктат // Головний університет України руками «вічного» ректора Віктора Скопенка «закручує гайки» мовчазній педагогічній машині. «Це ж цирк, карнавал!» – на бігу повідомила знайома філологиня про свої враження від «зборів трудящих» інститутів філології, журналістики й міжнародних відносин Київського національного університету. Вона поспішала, їй потрібно було проїхати через півміста в тролейбусі й метро (від вулиці Мельникова до бульвару Шевченка), аби встигнути до студентів. Збори були присвячені туманній темі перепідпорядкування Київського національного університету ім. Т. Шевченка Кабміну і дивному, з точки зору законності, «контракту» Дмитра Табачника з 72-річним Скопенком, за яким літній хімік знову став ректором найбільшого університету України (Україна молода. – 2007. – 20 лютого)** (у силу обмеженого обсягу статті текст усієї статті не наведено; в усіх випадках збережено шрифтове виділення газети, оскільки йому притаманна відповідна прагматична настанова).

Вирішуючи своє основне завдання побудови повідомлення так, щоб воно ефективно впливало на масову аудиторію, формуючи необхідну громадську думку, публіцист створює текст, орієнтований на реалізацію відповідних політичних настанов. Він будує своє повідомлення так, щоб реципієнт міг сприйняти і «зовнішній» зміст передаваної інформації, і її внутрішній смисл, що включає соціально-прагматичну позицію автора, думку редакції, позицію суспільної групи (організації та ін.), чю політику виражає газета. *Експліцитний* зміст – це система зовнішніх значень, виражених через лексико-граматичну структуру повідомлення: **«Це ж цирк,**

карнавал!» – на бігу повідомила знайома філологиня про свої враження від «зборів трудящих» інститутів філології, журналістики й міжнародних відносин Київського національного університету і далі в наведеному тексті.

Імпліцитним змістом є підтекст повідомлення, що повинен декодуватися реципієнтом самостійно: *Ректор закликав до змін у навчальному процесі: «об'єднати кафедри, перекинути людей» і навіть якось перейменувати інститут. Частина кафедр запропонував передати іншим вузам, скажімо, Інституту журналістики. «Здається, ректор не дуже компетентний у цих питаннях. Дві назви в чомусь подібні – робить висновок, що кафедри тотожні і їх треба «злити», – поділилися своїм баченням викладачі (Україна молода. – 2007. – 20 лютого).* Постаючи вербально невираженим у тексті повідомлення, прихований смисл сприймається адресатом на ґрунті його знань про світ з урахуванням і корекцією його соціального статусу й індивідуально-психологічних особливостей.

Більшість політичних газетних текстів є політемними, в яких, окрім основної теми, що виступає провідною в змісті тексту і пронизує усі його складники, можна виділити ще й додаткові теми, що сприяють розкриттю основного смислу тексту. Ієрархічність політичного газетного тексту, що виявляється у підпорядкуванні додаткових тем його провідній темі (ситуація в Інституті міжнародних відносин; проблема пенсійного віку викладачів університету та ін.).

Комунікативний процес завжди передбачає наявність як мінімум двох суб'єктів і не обмежується лише одностороннім повідомленням – очевидно є складніші багатогранніші відношення між ними. Автор ні в якому разі не в одному напрямі і не доволі впливає на читача, а враховує його здібності сприймати пропонований текст, декодувати, робити правильні висновки, рівень готовності отримати інформацію саме цього типу, відповідність між інформаційним запитом і отриманим повідомленням (релевантність).

Пристаючи до роботи, автор орієнтовно знає – або вважає, що знає, – як створений ним текст подалі буде реалізований, на кого він орієнтований і яку роль відіграє в житті суспільства. Читачка аудиторія не обов'язково повинна бути стійкою й однорідною за соціальним складом – «читачі якої-небудь газети являють собою масу тільки тому, що вони читають цю газету, і вони зовсім не являють собою ніякої спільноти поза відношенням до цієї газети» [2, с. 81]. Автор наче починає бачити свого майбутнього читача, прагне підготувати для нього текст. Інколи навіть завбачливо прагне догодити аудиторії, хоча, якщо це прагнення виражене надто нав'язливе, воно зіграє негативну роль щодо якості матеріалу. Автор від самого початку не вступає з читачем у конфронтацію, навпаки, намагається набути в його особі односторонності. Хоча не можна гарантувати того, що подалі між двома суб'єктами не постануть відношення неприязні, які можуть трансформуватися навіть у ворожість.

Адресуючи свій твір, насамперед, читачській аудиторії, автор використовує і відповідні, здебільшого ним уже раніше перевірені на практиці підходи, творчі прийоми. Читач відреагує на формальну прихильність автора певним співчуттям, довірливістю і готовністю його розуміти – «у читачькому сприйнятті автору надається повна довіра, автор веде читача своєю «останньою авторською волею» [10, с. 181].

Необхідність того чи іншого вибору зумовлена метою автора, його прагненням знайти оптимальний шлях для того, щоб донести до читача необхідну інформацію. Автор широко використовує метафоричні і метонімічні вирази: *Засмага – питання політичне* (Україна молода. 2007. – 21 червня); *Катерині не вдалося потіснити «потомкінців»* (Україна молода. – 2007. – 21 червня); *Кров на майбутньому* (Україна молода. 2007. – 20 червня); гру слів: *Корисна ГУАМність* (Україна молода. – 2007. – 19 червня); *«Качка» від Мороза* (Україна молода. – 2007. – 20 червня) та ін. Подібний текст адресований переважно до почуттів читача і вимагає уважного і детального прочитання з належним обсягом пресупозицій.

Звичайно, зацікавлення темою повідомлення не завжди постає достатньо високим, тому цікаві факти, сильні аргументи варто відразу активізувати й актуалізувати. Це дозволить використати додаткову можливість для концентрації уваги читача. За цим принципом будуються переважно інформаційні тексти з першою фразою-лідером, що створює максимальні передумови зосередження уваги читача на тексті, концентрації його уваги на змісті тексту: *Повернення патріарха // Нагадаємо, що Плющ чотири рази поспіль обирався до Верховної Ради народним депутатом, і двічі (...). Проте після початку президентства Ющенка і програшу Плюща на парламентських виборах у 2006-му (Плющ шов блоком із Юрієм Костенком) одна з найбільш колоритних персон українського політикуму на певний час випала зі щоденного інформаційного коловороту. Та після останнього призначення ім'я Іван Плюща (...) знов на слуху – тепер він несе відповідальність за національну безпеку в країні. Утім, на думку керівника соціологічної служби «Український барометр» Віктора Небоженка, Плющ опікуватиметься не лише Радою національної безпеки та оборони. В коментарях для «УМ» Небоженко відзначив, що фігура Плюща знадобилася Президенту для того, аби залучити політика до всіх переговорних процесів, що відбуваються нині, і, зокрема, до згладжування різкого протистояння між Президентом та парламентом. (...).*

Лідер фракції Партії регіонів Раїса Богатирьова додала, що вчора група також планувала розглянути зміни до закону про вибори та структуру Центральної виборчої комісії. «Залишилися ті розбіжності, що вимагають найбільше часу для дискусії», – відзначила координаторка більшості.

Що ж, в умовах, які склалися, еволюція краща за революцію. Сам Плющ, коментуючи нову посаду, нагадав слова свого «роботодавця» Віктора Ющенка: «Я ніколи на силові кроки не піду!», – не раз підкреслював Президент. Особисто Іван Степанович таку позицію цілком і повністю поділяє (Наталія ЛЕБІДЬ // Україна молода. – 2007. – 15 травня).

Письмовому тексту притаманні самостійність, цілеспрямованість і цілісність. Самостійність передбачає існування тексту як певної речової даності, що належить певному конкретному автору (у попередньому тексті позиція автора окреслена в останньому абзаці), в якій уміщено певного типу єдиний зміст. Цілеспрямованість передбачає наявність у тексті комплексу взаємопов'язаних у єдність відповідного спрямування цілей, і в ньому слід розмежовувати два спрямування і, природно, два цільових підкомплекси: комунікативну мету, обмежену рамами певної комунікативної ситуації, й екстракомунікативну мету, що виходить за межі певної мовленнєвої

комунікації, комунікативної ситуації [1, с. 196-171]. Інколи вони можуть збігатися. Цілісність передбачає єдність змісту і відповідної мовленнєвої форми.

Розв'язуючи загальні проблеми структурної організації тексту, автор шукає і відповідні для його завдань прийоми побудови більш деталізованих елементів формалізації, здебільшого прагне до досягнення відповідності між змістово-сисловою і мовленнєвою формою викладу (див. текст: *Повернення патріарха* тощо). Опрацювання деталізованих, дрібніших форм загальної мовленнєвої структури відбувається найчастіше під час осмислення й аналізу зібраного автором емпіричного матеріалу, і в цьому разі вступає в дію аксіологічний принцип, тому що дається оцінка якості фактів. Їхня важливість і значущість зумовлюють вибір того чи іншого плинну щодо формотворення (пор. текст *УНІВЕРсальний диктант*). Володіння методами аксіології дозволяє відрізнити дійсно цінні факти від тих, цінність яких може поставати уявною, хибною (заголовок *УНІВЕРсальний диктант* містить у собі прозорий компонент УНІВЕР = університет, за [13, с. 265]: *універ, -у, ч., студ. Університет*. Виділення великими літерами саме жаргонного компонента як домінанти відображає особливості інтерпретації автором наступної події та відповідну фактичну настанову адресату).

Отже, коли автор створює текст, йому доводиться враховувати багато аспектів формотворення, значення кожного з яких не можна применшувати. Як засіб комунікації текст повинен бути зручним для сприйняття, доступним, конкретним, естетичним, а також цікавим поза залежністю від теми. У тексті реалізується взаємодія автора і реципієнта у формі співробітництва або конфронтації. Сучасний політичний газетний текст характеризується функційною розмаїтістю. Особливо важливим постає розгляд його структури, мовної специфіки, оскільки через них реалізується імпліцитний смисл, що складає здебільшого основне інформаційно-мисленнєве тло. Розгляд прагматичних настанов політичних газетних текстів уможливить встановлення їх мовленнєво-жанрової варіативності і статусу в суспільному житті.

Література

1. Васильева А. Н. Основы культуры речи. – М., 1980.
2. Грушин Б. А. Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования. – М., 1987.
3. Загнітко А. П. Лінгвістика тексту. – Донецьк, 2006.
4. Загнітко А. П. Теорія сучасного синтаксису. – Донецьк, 2006.
5. Зарецкая Е. Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации. – М., 2001.
6. Изенберг Х. О. предмете лингвистической теории текста // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. VIII. – М., 1978.
7. Колшанский Г. В. Котекстная семантика. – М., 1980.
8. Колшанский Г. В. Коммуникативная функция и структура языка. – М., 1984.
9. Космеда Т. Комунікативна компетенція Івана Франка: міжкультурні, інтерперсональні, риторичні виміри. – Львів, 2006.
10. Лихачев Д. С. О филологии. – М., 1989.
11. Лотман Ю. М. Леки по структуральной поэтике // Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. – М., 1994.
12. Сорокин Ю. А. Экспериментальная проверка реальности некоторых признакою текста // Общая и прикладная психолінгвістика. – М., 1973.
13. Ставицька Л. Короткий словник жаргонної лексики української мови. – К., 2003.
14. Сыщиков О. С. Конвенциональная имплицитность в деловом дискурсе // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. научн. трудов. – Волгоград, 2000.
15. Щедровицкий Г. П. Современная наука и задачи развития логики // Философия. Наука. Методология. – М., 1977.
16. Юкнявичюс С. К. Критический анализ информационной эстетики А. Моля: Автореф. ... канд. филос. наук. – М., 1980.
17. Harris Z.S. Discourse Analysis. Reprints // Approaches on Formal Linquistics. – № 2. The Hague. – 1963.

Зайцева І. П.

КОГНІТИВНІ ЗАСАДИ КЛАСИФІКАЦІЇ СЛІВ ЗА ЧАСТИНАМИ МОВИ

Розглядаючи частини мови, як справедливо зауважив Дж. Лайонз, нерідко змішуються дві проблеми: одна з них стосується умов, які визначають приналежність даного слова до тієї чи іншої категорії, інша – найменування цих категорій [5].

З 40-х років ХХ століття питання про доцільність частиномовної класифікації та критеріїв виділення таких класів слів не тільки не втрачало своєї актуальності, але й потребувало глибшого дослідження в умовах появи нових лінгвістичних парадигм. Спираючись на традиційне бачення питання про виділення частин мови (В. В. Виноградов, Л. В. Щерба), ми робимо спробу проаналізувати проблему визначення частиномовного статусу слова у контексті когнітивних досліджень (О. С. Кубрякова, Т. К. Бардіна), враховуючи надбання учених у галузі опису частиномовної динаміки (В. В. Бабайцева, І. Г. Данилюк, А. Л. Шарандін).

Дослідників когнітивних засад виділення частин мови насамперед цікавить питання про те, яким вимогам має відповідати раціональний розподіл за класами і з якою метою проводиться таке розподілення. У загальному вигляді відповідь на це питання є відомою. Як зазначає О.С. Кубрякова: «... розподіл слів між класами має відобразити особливості їхнього використання та нетотожність їхніх функцій у дискурсі та тексті» [4, с. 10]. Досить вагомими для когнітивного підходу є й усі формальні ознаки нетотожності лексем, починаючи з морфологічних і словотворчих характеристик і закінчуючи дистрибутивними особливостями.

Головною причиною нового ставлення до питання про виділення і статус частин мови стали кардинальні зміни у галузі теоретичної лінгвістики, виокремлення двох головних наукових парадигм – комунікативної та когнітивної. Комунікативна парадигма пов'язує аналіз мовних явищ із дослідженням функцій спілкування, приділяючи особливу увагу власне комунікативній діяльності та впливу контексту на неї. У межах когнітивної парадигми досліджуються когніції, об'єктом вивчення є зв'язок мови з процесами пізнання, з усіма способами отримання, обробки, фіксування інформації про світ у їхній кореляції з мовними формами.

У той же час цілком очевидним є той факт, що для вирішення актуальних проблем сучасної лінгвістики, зокрема питання про сутність частин мови, необхідно синтезувати ці парадигми знання, оскільки для характеристики кожного слова однаково важливим є і те, яку когнітивну структуру (концепт, сукупність концептів) воно має, і те, яку функцію воно виконує у дискурсі, тексті. Оскільки слова у їх сукупності утворюють певну картину світу, притаманну свідомості мовця, то й системна організація слів повинна відображати їхню функціональну та змістову своєрідність.