

ЛІНГВІСТИКА ТЕКСТУ. ДИСКУРСОЛОГІЯ

УДК 811.111'42:613

DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/fpl.2020.133.3178>

ВАЛЕОЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС: КОНСТИТУТИВНІ ПАРАМЕТРИ

Зоряна Яців

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, Україна, 79000
zyatsiv@gmail.com*

Статтю присвячено проблематиці дослідження та конститутивним параметрам валеологічного дискурсу (ВД). Оцінено ступінь розроблення валеологічної проблематики в лінгвістиці та аргументовано доцільність оформлення нового типу дискурсу. Виявлено сфери реалізації валеологічного дискурсу (освітня, адміністративна, інформаційна, технологічна), що уможливило його диференціацію на професійний валеологічний дискурс (ПВД) та професійно-непрофесійний валеологічний дискурс (ПНВД). Методом суцільної вибірки з електронних версій шести англomовних журналів відібрано корпус текстів для аналізу, які представлені жанрами статті, редакторської колонки, текстотипу “питання/відповідь” (Q/A), рекламного оголошення, інтерв'ю та кулінарного рецепту. Запропоновано визначення ВД і окреслено його конститутивні параметри. З'ясовано проблематику дослідження дискурсу здорового способу життя. Окреслено перспективи подальших розвідок у цьому напрямі.

Ключові слова: валеологічний дискурс, валеологія, здоров'я, здоровий спосіб життя, професійний валеологічний дискурс, професійно-непрофесійний валеологічний дискурс.

Вступ. Сьогодні доведено, що здоров'я людини – це цілісне, системне явище, природа якого зумовлена як природними та соціальними зовнішніми чинниками, так і внутрішніми, такими, що визначають психологічне ставлення людини до себе і до тих обставин, у яких вона реалізує власне життя [8]. Як свідчать дані ВООЗ, стан здоров'я людини лише на 10 % залежить від рівня розвитку медицини, на 20 % – від спадковості, на 20 % – від стану довкілля і на 50 % – від способу життя. З огляду на це, найефективнішим “рецептом” збереження здоров'я є спосіб життя, а саме – *здоровий спосіб життя* (надалі ЗСЖ), який, услід за Л. П. Суценко, розуміємо як “спосіб життєдіяльності, спрямований на збереження та покращення здоров'я людини” [16, с. 4]. Поділяючи погляд В. М. Успенської, наголосимо, що “без зміни способу життя, стилю мислення, рівня загальної культури та наявності знань зупинити тенденцію до зниження рівня здоров'я населення неможливо” [17, с. 126]. У цьому контексті, *валеологія* (від лат. *valeo* – “бути здоровим” та грец. *logos* – “вчення”), без перебільшення, є тією “безальтернативною стратегією виживання людства” [11], яка передбачає формування у кожної людини Землі відповідної свідомості та поведінки. З огляду на це спостерігається активна пропаганда основ валеології, що сприяє

породженню численних текстів, в яких окреслюються основні принципи ведення ЗСЖ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні десятиліття спостерігається очевидна зацікавленість темою здоров'я з боку лінгвістів, про що свідчать дисертаційні дослідження та публікації, передусім присвячені медичному дискурсу. Зокрема, Л. С. Бейлінсон запропонувала комплексну характеристику медико-педагогічного дискурсу (на матеріалі логопедичних рекомендацій) через призму його соціолінгвістичних, прагмалінгвістичних та структурно-семантичних параметрів [3]. Предметом дослідження С. В. Вострової стали комунікативні стратегії й тактики, що використовує адресант повідомлень в англomовному медичному дискурсі з проблематики попередження та лікування ВІЛ/СНІДу, а також мовні засоби представлення у ньому спеціальних знань [6]. А. В. Боцман дослідив структурно-семантичні особливості англomовних фармацевтичних текстів, що функціонують як супровідні інструкції щодо вживання лікарських препаратів [5]. Н. П. Литвиненко здійснила лінгвістичний та прагмалінгвістичний аналіз двох типів сучасного українського медичного дискурсу – дискретного та недискретного, що реалізується у діалогах лікар-пацієнт та лікар-лікар, а також виявила шляхи реалізації комунікативних стратегій і тактик у мовленні лікаря та способи їхнього лексико-граматичного вираження [14]. О. В. Кудоярова систематизувала основні характеристики англomовного медичного конфліктного дискурсу з опорою на основні критерії типологізації дискурсів [13].

Пригадуючи слова А. Д. Белової про те, що “в англiстиці “дискурсивний період” можна вважати більш ніж напівпройденим” [4, с. 11], все ж вважаємо, що існуюча типологія дискурсів потребує доповнення. Як бачимо, тексти на валеологічну тематику, стратегічна мета яких полягає у формуванні валеологічної свідомості населення задля зміцнення та збереження здоров'я, ще не потрапили у фокус уваги дослідників. Відтак, дослідження таких текстів вважаємо **актуальним** та доцільним, оскільки вже існуючий та постійно зростаючий корпус текстів за тематикою ЗСЖ вражає не лише своєю кількістю, але й жанровою палітрою. У зв'язку з вищевикладеним, **мета** статті – аргументувати правомірність оформлення валеологічного дискурсу (надалі ВД), окреслити проблематику текстів, в яких реалізується цей новий тип дискурсу, та схарактеризувати його конститутивні параметри. Досягнення мети передбачає виконання таких завдань: запропонувати визначення нового типу дискурсу та його коротку характеристику, виявити жанрові різновиди дискурсу ЗСЖ, з'ясувати основні принципи ЗСЖ, які розглядаються у ВД.

Методологія дослідження. Для отримання об'єктивних результатів дослідження було здійснено аналіз теоретичної літератури у контексті проблематики статті, що дало можливість синтезувати уявлення щодо сутності поняття здоров'я. Шляхом аналізу лінгвістичної літератури встановлено ступінь вивчення теми здоров'я та ЗСЖ у лінгвістиці та окреслено доцільність запропонованого дослідження.

Методом суцільної вибірки відібрано джерельну базу дослідження, якою послуговували електронні версії шести провідних англomовних (північноамериканських та британських) глянцевиx журналів: *Health & Fitness, Natural Health, Prevention, Shape, Vegetarian Times* та *Whole Living* за 2010–2019 рр., а також сформовано корпус

текстів, в яких висвітлюються проблеми ведення ЗСЖ. Шляхом лінгвістичного спостереження виявлено, як мовний матеріал функціонує у цьому типі дискурсу.

Оскільки дискурс має як лінгвальний, так і екстралінгвальний плани, то застосування дискурс-аналізу дало можливість акцентувати увагу на антропологічно зумовленій семантиці мовлення і розглянути його у сукупності з прагматичними, соціокультурними та психологічними чинниками. Відтак, було окреслено моделі адресанта та адресата повідомлень на валеологічну тематику, виявлено соціальний контекст спілкування (у нашому випадку, опосередкованого таким технічним засобом як періодичне друковане видання – журнал), глобальну та локальні комунікативні стратегії та тактики впливу на адресата і модули реалізації ВД.

Систематизації аналізованого корпусу текстів сприяв його поділ за жанрами, в яких завдяки жанровому аналізу було виявлено типологічні характеристики, яким властива множинність втілення у конкретних текстах залежно від видання, піднятої проблеми та авторського бачення.

Результати дослідження та їхнє обґрунтування. У результаті дослідження встановлено, що валеологічна проблематика актуалізується у таких сферах: освіта, державне регулювання, ЗМІ (преса, телебачення, радіо, інтернет) та науково-популярна література, новітні технології. Передумовою стало значне погіршення стану здоров'я людей, спричинене, зокрема, низьким рівнем культури здоров'я дорослих та дітей, недостатністю знань, умінь і навичок ведення ЗСЖ.

Останнім часом акцент у збереженні та зміцненні здоров'я зміщується у бік активізації самої особистості, підвищення рівня знань, оволодіння уміннями і навичками ЗСЖ. Адже, згідно з поглядом В. М. Копи, “вимога повноцінного здоров'я інваріантно «присутня в буденній свідомості людини» і спонукає до пошуків її втілення в соціальну реальність” [12, с. 3]. В умовах розвиненого інформаційного суспільства, коли соціальний досвід та знання людей формуються з двох складових – безпосередні контакти та сприйняття подій і явищ, опосередкованих повідомленнями технічних засобів (телебачення, преси, радіо й інших медіа) [15, с. 14], саме акцентована оздоровча позиція ЗМІ, зокрема, преси (як у традиційному друкованому варіанті, так і в електронному) є позитивним чинником впливу на здоров'я. Відтак, стан пропаганди є одним з об'єктивних чинників ЗСЖ.

Дослідження показало, що наявна кількість сфер та джерел, в яких в останні десятиліття висвітлюється валеологічна проблематика, дають усі підстави виокремити новий тип дискурсу – *валеологічний*. Однією з причин оформлення цього типу дискурсу також слід вважати наявність усного мовлення, як підготовленого, так і спонтанного компонента комунікації (лекції, доповіді, діалоги, інтерв'ю та інше). ВД виокремлюємо згідно з найпоширенішим параметром класифікації дискурсів – соціально-тематичним. Оскільки валеологія послуговується здобутками низки наук (медицини, екології, психології, філософії тощо), то й новий дискурс за своєю природою не є гомогенним і має гібридну природу. У ньому інтегруються й перетинаються ознаки медичного, спортивного, педагогічного дискурсів. Прикладом може слугувати вузькоспеціальна та загальнонаукова лексика в текстах корпусу (*abs workout, antibody, calorie, cell, DNA, immune system, molecular, protein; afflict, highlight, request, resume*

тощо), що позиціонує адресанта як висококваліфікованого фахівця, який володіє належним професійним статусом та сприяє довірі з боку реципієнта до авторитетного експерта. Всупереч характерному офіційному стилю викладу, нерідкісними у текстах є випадки лексичних вкраплень розмовного стилю у вигляді скорочень та фамільярних слів (*derm, docs, labs, meds* тощо). Отже, ґрунтуючись на праці Ф. С. Бацевича [1, с. 154], трактуємо ВД як *інтерактивне явище, що має усну та писемну форму вияву, відбувається у межах усного, письмового та електронного каналів спілкування, виступає підготовленим, аргументативним, за характером комунікації, дискурсом, регулюється стратегіями і тактиками, зумовленими валеологічною тематикою, та має своїм результатом формування конкретних мовленнєвих жанрів*.

Варто наголосити, що ВД – це професійний дискурс, що, за Л. С. Бейлінсон, “ґазується на спеціальній підготовці як мінімум одного з учасників такого дискурсу і тематичному обмеженні спілкування рамками відповідної предметної діяльності” [2, с. 146]. Як уже зазначалося раніше, ВД реалізується у різних освітніх, соціальних, адміністративних та інформаційних середовищах, володіє різною контекстуальною прив’язаністю, що уможливило його внутрішню диференціацію. Услід за П. Лінелло, у межах англомовного валеологічного дискурсу розрізняємо професійний валеологічний дискурс (надалі ПВД), у якому комунікантами є валеологи, тобто фахівці, та професійно-непрофесійний валеологічний дискурс (надалі ПНВД), у якому учасниками є фахівці та широкий загал [6, с. 4]. В англомовних електронних журналах реалізується ПНВД, що, своєю чергою, сприяє інтегруванню ознак медійного та рекламного дискурсів; приміром, у них можна побачити гармонійне поєднання вербальних та невербальних засобів, застосування кольору, різних шрифтів та “яскравих” заголовків, що сприяє приверненню уваги потенційного адресата. Наведемо приклади таких заголовків: *Is raw milk a raw deal?* [22, 2015 (4), р. 52], *It’s time to stop counting sheep* [22, 2016 (4), р. 64], *Anatomy of a healthy salad* [22, 2015 (8), р. 42], *The secret to OMGood veggies* [23, 2015 (10), р. 26]. Завдяки використанню стилістичних засобів та категоричному формулюванню (другий приклад) такі заголовки, безперечно, не залишаться поза увагою читачів.

Водночас ПНВД володіє низкою параметрів, які дозволяють його ідентифікувати. Насамперед – це *тематична складова*, яка полягає у висвітленні аспектів ведення ЗСЖ. Встановлено, що проблемне коло дослідження нового типу дискурсу охоплює основні принципи ведення ЗСЖ, які відповідають програмі ВООЗ “Здоров’я для всіх у ХХІ столітті”: достатня фізична активність, збалансоване, раціональне харчування, вміння справлятися зі стресами, відсутність шкідливих звичок, що сприяють правильному мисленню та позитивним емоціям, інтелектуальному, моральному та духовному розвитку особистості. Звідси впливає *комунікативне завдання* ПНВД, яке полягає у цілеспрямованому ознайомленні з вищезгаданими принципами ЗСЖ потенційного адресата з метою формування в останнього валеологічної свідомості, тобто освоєння та практичного застосування знань, умінь та навичок ведення ЗСЖ.

Комунікативний контекст ПНВД знаходиться на перетині наукової та медійної сфер. З одного боку, він фіксує знання про основні принципи ЗСЖ, з іншого – подає їх у властивий для медіа спосіб – доступно, цікаво, лаконічно, інколи перебільшено,

але переконливо. Відтак, ПНВД ґрунтується на двох моделях подання змісту – фактичній (головним є виклад факту) і авторській (факт слугує лише приводом для викладу авторського погляду на подію) [1, с. 155]. Зауважимо, що одна з моделей є домінантною, але обидві з них завжди синкретично поєднуються у жанрах ВД. Зокрема, для жанрів статті, інтерв'ю та кулінарного рецепту характерна фактична модель подання змісту, а для редакторської колонки, текстотипу “питання/відповідь” (Q/A), рекламного оголошення притаманний авторський виклад інформації.

Серед інших параметрів, за В. І. Карасиком, виділяємо учасників (адресант, адресат), умови (хронотоп), організацію (комунікативні стратегії та тактики) та способи реалізації (модуси та жанри) дискурсу [10, с. 200–201]. Модель *адресанта* формують фахівці у галузі здоров'я та ЗСЖ, серед яких – валеологи, медики, фітнес-тренери, дієтологи, косметологи тощо. *Адресатом* повідомлень найчастіше є “безликий”, фактично “анонімний” читач, інформація про якого невідома (виняток – автори запитань у текстотипі Q/A як першочергові адресати). У більшості випадків повідомлення експертів супроводжуються даними про них (прізвище, посада, місце роботи) та досить часто фотографіями, що робить “спілкування” комунікантів персоналізованим та сприяє довірі до реально існуючого фахівця. Водночас важливою прагматичною рисою валеологічних текстів є відкрита сфера функціонування: орієнтація на великі соціальні групи, для яких створюються дані тексти. Всупереч статусно-орієнтованому спілкуванню – адресант повідомлень як носій вищого соціально-комунікативного статусу та адресат як представник нижчого – комуніканти виступають рівноправними партнерами комунікації завдяки добрій волі, яка спонукає їх, з одного боку, надавати, а з іншого – сприймати та застосовувати отриману інформацію. Мета адресанта – донести інформацію та переконати адресата діяти запропонованим способом за тих чи інших обставин. Проте, через опосередкованість зв'язку, реакція реципієнта залишається невідомою, а комунікативна дистанція між учасниками спілкування значно ускладнює завдання адресанта, що вимагає від останнього неабиякої переконливості у викладі фактів.

Зумовленість *хронотопу* пов'язана з темпоральною та локальною роз'єднаністю учасників комунікації. Редакції журналів виступають фізичним середовищем реалізації ПНВД, а його темпоральний вимір вочевидь визначається часовими рамками, в межах яких повідомлення породжується і вербально та візуально і графічно оформлюється на сторінках журналу. Щодо потенційного реципієнта, то завдяки новітнім технологіям він може стати учасником дискурсу будь-де та будь-коли.

Згідно з концепцією Т. А. ван Дейка стосовно ієрархії стратегій дискурсу, яку утворюють глобальна, локальна та мовленнєва стратегії [9, с. 154], встановлено глобальну стратегію ПНВД – *формування валеологічної грамотності населення*, яка “контролює результати на локальних етапах і реалізується за допомогою локальних стратегій, спрямованих на досягнення конкретних цілей” [9, с. 155]. Варто наголосити, що за характером комунікації, ПНВД виступає підготовленим, аргументативним дискурсом, свідченням чого слугують достовірні, несуперечливі аргументи, які наводяться у достатній кількості та логічній послідовності, що сприяє переконанню потенційної аудиторії. Таким чином, аргументація постає як локальна

комунікативна стратегія ПНВД – *стратегія раціональної аргументації*, яка за допомогою організованого згідно з виділеними моделями¹ змісту дискурсу апелює до інтелектуальної сфери адресата, сприяючи “авторитетності” викладу, адекватному сприйняттю та доцільному практичному застосуванню отриманої інформації. У межах стратегії раціональної аргументації виокремлено такі інструменти реалізації загальної стратегії, як тактика посилення на авторитет, наведення статистичних даних, акцентування ключової інформації, доступного тлумачення понять, узагальнення через інфографіку. Приміром, тактики наведення статистичних даних та узагальнення через інфографіку видаються доволі ефективними прийомами раціонального переконування адресата ВД, оскільки візуально-графічні елементи (діаграми, схеми) та кількісні дані (відсотки, числові дані) підтверджують істинність, точність та об’єктивність наведеної інформації та забезпечують кредит довіри читача.

Крім того, інфографіка як “візуалізація даних або ідей передбачає передачу складної інформації аудиторії у такий спосіб, що сприяє її швидкому сприйняттю та легкому розумінню” [19, с. 3]. Наведемо відповідні приклади:

- *I have 30 per cent body fat. Is this normal?*
- *This is perfectly normal. Healthy body fat ranges are between 21 and 32 per cent for women, so, depending on your age, you’re well within that range* [20, 2011 (3), p. 24].



The calories people added daily when they drank [22, 2016 (2), p. 44]

Апелюючи до емоційної сфери читача, автори послуговуються локальною *стратегією емоційного налаштування*, в межах якої виділено такі тактики: апелювання до загальнолюдського досвіду, імітування живого спілкування, інтимізації викладу,

¹ У наших попередніх розвідках було виокремлено такі моделі аргументації, якими оперують експерти: антикульмінаційна модель (сильні аргументи подаються на початку повідомлення), пірамідальна модель (в середині повідомлення), кульмінаційна модель (в кінці повідомлення), “розпорошена” аргументація (довільне розміщення у повідомленні) та відповідь-аргумент (потік взаємодоповнюючих аргументів) [18, с. 11–12].

прогнозування очікуваного результату, вияву солідарності з адресатом, латентного психологічного тиску, заклику до конкретних дій, візуалізації, гіперболізації. Тактика апелювання до загальнолюдського досвіду, приміром, полягає у представленні загальновідомої інформації з метою, з одного боку, акцентування уваги на очевидних, але не завжди реалізованих принципах, з іншого – привернення уваги до глобальних проблем: *You probably know that the human body is made up of mostly water, that the majority of the Earth's surface is covered with water, and that both our personal health and our civilization's survival depend on protecting and replenishing our supply of water* [25, 2012 (4), p. 10].

Щодо тактики гіперболізації, то її прагматичне навантаження полягає у перебільшенні очікуваних результатів з метою створення інтриги та заохочення читача випробувати запропонований метод і переконатись у його дієвості на власному прикладі: *Forget about expensive skin creams, this diet is packed with delicious foods proven to repair and rejuvenate your skin – you'll be amazed at the miracles it can work* [20, 2011 (6), p. 6].

ПНВД реалізується через такі канали передачі інформації або *модуси* – усний, письмовий та електронний. У цій розвідці ми досліджуємо його електронні вербальні репрезентанти – тексти, представлені жанрами, вибір яких продиктовано проблематикою аналізованого дискурсу. Отже, ПНВД реалізується у таких *жанрах*: стаття, редакторська колонка, текстотип “питання/відповідь” (Q/A), рекламне оголошення, інтерв'ю та кулінарний рецепт. Перелічені типи повідомлень об'єднуються в медіа-топік ЗСЖ, який, за Т. Г. Добросклонською, визначаємо як *buzz-topic* або тему, яка викликає підвищений інтерес у читацької аудиторії [7, с. 14]. Як бачимо, валеологічна проблематика висвітлюється у широкому репертуарі жанрів і кожен з них займає у ньому вагоме місце та має конкретну жанрову мету. Наприклад, призначення редакторської колонки полягає у стислому ознайомленні читача з головною ідеєю усього випуску, акцентуванні на повідомленнях, вартих особливої уваги та висвітленні власної позиції щодо піднятого питання. Жанр інтерв'ю має на меті ознайомити аудиторію з історією особистості, яка ділиться власним досвідом залучення до ЗСЖ. Текстотип Q/A як жанр, який апелює до конкретного читача (автора запитання), насправді прагне продемонструвати, що питання, яке піднімає його автор, близьке й актуальне для більшості аудиторії, і завдання експерта – допомогти його вирішити. Як бачимо, мета та цілі валеологічних жанрів зводяться до глобальної стратегії ВД – формування валеологічної грамотності населення. Зазначимо, що перелічені жанри характеризуються цілісністю композиції та структури, завершеністю висловлювань та їхньою логічністю, адресованістю (діалогічністю) до потенційних реципієнтів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Здоров'я – потенціал, який можна розвивати, дотримуючись принципів ЗСЖ. Освітня, адміністративна, інформаційна та технологічна сфери вже підхопили модну тенденцію та сприяють поширенню нових знань. Проблематика ведення ЗСЖ висвітлюється в численних жанрах (усних, друкованих, електронних), що реалізують ВД як новий тип професійного дискурсу, який передбачає спеціальну підготовку як мінімум його

адресанта. Різна контекстуальна прив'язаність уможливила диференціацію ВД на ПВД та ПНВД. В обох різновидах інтегруються та переплітаються ознаки інших дискурсів, зокрема, медичного, спортивного, педагогічного, медійного та рекламного. Поряд із цим, гібридна природа нового дискурсу не перешкоджає його ідентифікації. ПНВД ідентифікується, зокрема, за тематичною приналежністю до медіа-топіка ЗСЖ, жанри якого характеризуються чіткістю, логічністю та аргументованістю викладу, що, своєю чергою, сприяє довірі з боку потенційного адресата до авторитетного фахівця. У ході дослідження з'ясовано комунікативне завдання, окреслено комунікативний контекст та хронотоп ПНВД, запропоновано моделі адресанта та адресата валеологічних текстів, глобальну та локальні стратегії та відповідні тактики, стисло схарактеризовано жанри, в яких ВД знаходить своє втілення.

Виокремлений ВД поповнить наявну типологію дискурсів та сприятиме активізації розвідок у тих сферах, які ще не привернули увагу дослідників. Перспективним в аспекті подальших досліджень є аналіз жанру редакторської колонки, з огляду на ступінь інтимізації викладу та використання переконливих стратегій та тактик впливу на адресата.

СПИСОК СКОРОЧЕНЬ

ВД – валеологічний дискурс
ЗСЖ – здоровий спосіб життя
ПВД – професійний валеологічний дискурс
ПНВД – професійно-непрофесійний валеологічний дискурс

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2004. 344 с.
2. Бейлінсон Л. С. Профессиональный дискурс как предмет лингвистического изучения. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языковедение*. 2009. № 1 (9). С. 145–149.
3. Бейлінсон Л. С. Характеристики медико-педагогического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Волгоград, 2001. 18 с.
4. Белова А. Д. Поняття “стиль”, “жанр”, “дискурс”, “текст” у сучасній лінгвістиці. *Вісник Київського національного університету імені Т. Г. Шевченка. Серія Іноземна філологія*. 2002. № 32–33. С. 11–14.
5. Боцман А. В. Структурно-семантичні та прагматичні особливості фармацевтичних текстів (на матеріалі англійських інструкцій до вживання лікарських препаратів): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ, 2006. 20 с.
6. Вострова С. В. Лінгвокогнітивні та комунікативно-прагматичні особливості сучасного англійського медичного дискурсу (на матеріалі медичних текстів з проблематики ВІЛ/СНІДу): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ, 2003. 20 с.
7. Добросклонская Т. Г. Что такое медиалингвистика? *Вестник МГУ. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2004. № 2. С. 9–17.

8. Іванова І. В. Формування здорового способу життя студентів як педагогічна проблема. *Педагогические науки*. 2007. № 4. С. 21.
9. Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка : монография / под ред. И. С. Шевченко. Харьков : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2017. 246 с.
10. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс : монография. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
11. Клочко В. М., Безкоровайний Д. О. Інноваційна політика в сфері формування професійної працездатності державного службовця. *Теорія та практика державного управління* : зб. тез доп. наук.-практ. конф. Харків, 2005. С. 123–129.
12. Копа В. М. Соціальна валеологія : навч. посібник. Одеса-Львів, 2010. 231 с.
13. Кудоярова О. В. Дискурсотворча роль теми у професійному конфліктному спілкуванні англомовних медиків (на матеріалі персонажного мовлення): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2007. 20 с.
14. Литвиненко Н. П. Сучасний український медичний дискурс : автореф. дис. ... д-ра. філол. наук: 10.02.01. Київ, 2010. 35 с.
15. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования : науч. пособие. Москва : Аванти плюс, 2003. 428 с.
16. Сущенко Л. П. Соціальні технології культивування здорового способу життя людини : монографія. Запоріжжя : Запоріз. держ. ун-т, 1999. 308 с.
17. Успенська В. М. Концепт “здоров’я” у різних галузях на шляху становлення предмета “Основи здоров’я”. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія “Валеологія: сучасність і майбутнє”*. 2016. № 20. С. 125–132.
18. Яців З. С. Структурно-семантичні особливості текстотипу “питання/відповідь” за тематикою “здоровий спосіб життя”. *Вісник Львівського університету. Серія Іноземні мови*. 2014. № 22. С. 9–16.
19. Smiciklas M. The Power of Infographics. Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audiences. USA : Pearson Education Inc., 2012. 199 p.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

20. Health & Fitness. 2010. № 11,12. 2011. № 2, 3, 5, 6. 2018. № 9. 2019. № 8, 12.
21. Natural Health. 2010. № 12–1 (2011). 2011. № 2, 3, 4–5, 6, 7–8, 9–10, 11,12–1(2012). 2012. № 2, 3, 4–5, 6. 2015. № 4. 2016. № 4, 5, 6. 2017. № 1, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. 2018. № 4, 8, 9, 10, 11. 2019. № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12.
22. Prevention. 2010. № 7, 9, 10. 2011. № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. 2012. № 1, 2, 3. 2014. № 12. 2015. № 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. 2016. № 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10. 2017. № 1, 2, 7, 8, 10, 11, 12. 2018. № 1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. 2019. № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12.
23. Shape. 2010. № 7, 8, 9, 10, 11, 12. 2011. № 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. 2012. № 1, 2, 5, 6. 2015. № 3, 6, 7, 8, 10, 11, 12. 2016. № 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12. 2017. № 1, 3, 4, 6, 9, 11, 12. 2018. № 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12. 2019. № 1, 3, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12.
24. Vegetarian Times. 2010. № 1–5, 7–8, 9, 10, 11–12. 2011. № 1–2, 3, 4–5, 6, 7–8, 9, 10, 11, 12. 2012. № 1–2, 3, 4–5, 6. 2014. № 12. 2015. № 2, 10, 12. 2016. № 2, 4, 9–10.
25. Whole Living. 2010. № 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12. 2011. № 1, 3, 4, 5, 6, 7–8, 9, 10, 11, 12. 2012. № 2, 3, 4, 5, 6.

REFERENCES

1. Batsevych F. S. *Osnovy komunikativnoi linhvistyky [Fundamentals of Communicative Linguistics]: pidruchnyk*. Kyiv : Akademiia, 2004. 344 s.
2. Bejlinson L. S. Professional'nyj diskurs kak predmet lingvisticheskogo izuchenija [Professional discourse as a subject of linguistic study]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 2, Jazykoznanie*. 2009. № 1 (9). S. 145–149.
3. Bejlinson L. S. *Harakteristiki mediko-pedagogicheskogo diskursa [Characteristics of medico-pedagogical discourse]: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.19*. Volgograd, 2001. 18 s.
4. Bielova A. D. Poniattia “styl”, “zhanr”, “dyskurs”, “tekst” u suchasni linhvistytsi [Concepts of “style”, “genre”, “discourse”, “text” in modern linguistics]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni T. H. Shevchenka. Serii Inozemna filolohiia*. 2002. № 32–33. S. 11–14.
5. Botsman A. V. *Strukturno-semantychni ta prahmatychni osoblyvosti farmatsevychnykh tekstiv (na materialy anhlomovnykh instruksii do vzhyvannia likarskykh preparativ) [Structural-semantic and pragmatic features of pharmaceutical texts (based on English-language instructions for the use of drugs)]: avtoref. dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.04*. Kyiv, 2006. 20 s.
6. Vostrova S. V. *Linhvokohnyvni ta komunikativno-prahmatychni osoblyvosti suchasnoho anhlomovnoho medychnoho diskursu (na materialy medychnykh tekstiv z problematyky VIL/SNIDu) [Linguocognitive and communicative-pragmatic features of modern English-language medical discourse (based on medical texts on HIV/AIDS)]: avtoref. dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.04*. Kyiv, 2003. 20 s.
7. Dobrosklonskaja T. G. Chto takoe medialingvistika? [What is mediallynguistics?] *Vestnik MGU. Serija 19. Lingvistika I mezhkul'turnaja komunikacija*. 2004. № 2. S. 9–17.
8. Ivanova I. V. *Formuvannia zdorovoho sposobu zhyttia studentiv yak pedahohichna problema [Formation of a healthy lifestyle of students as a pedagogical problem]. Pedahohycheskye nauky*. 2007. № 4. S. 21.
9. *Kak narisovat' portret pticy: metodologija kognitivno-kommunikativnogo analiza jazyka [How to Draw a Portrait of a Bird: Methodology of Cognitive-communicative Language analysis] : monografija / pod red. I. S. Shevchenko*. Kharkov : HNU imeni V. N. Karazina, 2017. 246 s.
10. Karasik V. I. *Jazykovoju krug: lichnost', koncepty, diskurs [Language Circle: Person, Concepts, Discourse] : monografija*. Volgograd : Peremena, 2002. 477 s.
11. Klochko V. M., Bezkorovainyi D. O. *Innovatsiina polityka v sferi formuvannia profesiinnoi pratsezdatsnosti derzhavnogo sluzhbovtisia [Innovative policy in the field of formation of professional capacity of a civil servant]. Teoriia ta praktyka derzhavnogo upravlinnia: zb. tezdop. nauk.-prakt. konf.* Kharkiv, 2005. S. 123–129.
12. Kopa V. M. *Sotsialna valeolohiia [Social valeology]: navch. pos.* Odesa-Lviv, 2010. 231 s.
13. Kudoiarova O. V. *Dyskursotvorcha rol temy u profesiinomu konfliktnomu spilkuvani anhlomovnykh medykyv (n amaterialy personazhnoho movlennia) [Discourse-creating role of the topic in professional conflict communication of English-speaking physicians (on the material of personal speech)]: avtoref. dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.04*. Kharkiv, 2007. 20 s.
14. Lytvynenko N. P. *Suchasnyi ukrainskyi medychnyi diskurs [Modern Ukrainian medical discourse]: avtoref. dys. ... d-ra. filol. nauk : 10.02.01*. Kyiv, 2010. 35 s.
15. Nazarov M. M. *Massovaja kommunikacija I obshhestvo. Vvedenie v teorijui issledovanija [Mass Communication and Society. Introduction to Theory and Research]: nauch. posobiye*. Moskva : Avanti plus, 2003. 428 s.

16. Sushchenko L. P. Sotsialni tekhnologii kultyvuvannia zdorovoho sposobu zhyttia liudyny [Social Technologies for Cultivating a Healthy Lifestyle]: monohrafiia. Zaporizhzhia : Zaporiz. derzh. un-t., 1999. 308 s.
17. Uspenska V. M. Kontsept “zdorovia” u riznykh haluziakh na shliakhu stanovlennia predmeta “Osnovy zdorovia” [The concept of “health” in various fields on the way to the subject “Fundamentals of Health”]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriiia “Valeolohiia: suchasnist i maibutnie”*. 2016. № 20. S. 125–132.
18. Yatsiv Z. S. Strukturno-semantychni osoblyvosti tekstotypu “pytannia/vidpovid” za tematykoiu “zdorovyi sposib zhyttia” [Structural and semantic features of the text type “Question/Answer” on the topic “Healthy lifestyle”]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia Inozemni movy*. 2014. № 22. S. 9–16.
19. Smiciklas M. The Power of Infographics. Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audiences. USA : Pearson Education Inc., 2012. 199 p.

SOURCES

20. Health & Fitness. 2010. № 11, 12. 2011. № 2, 3, 5, 6. 2018. № 9. 2019. № 8, 12.
21. Natural Health. 2010. № 12–1 (2011). 2011. № 2, 3, 4–5, 6, 7–8, 9–10, 11, 12–1 (2012). 2012. № 2, 3, 4–5, 6. 2015. № 4. 2016. № 4, 5, 6. 2017. № 1, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. 2018. № 4, 8, 9, 10, 11. 2019. № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12.
22. Prevention. 2010. № 7, 9, 10. 2011. № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. 2012. № 1, 2, 3. 2014. № 12. 2015. № 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. 2016. № 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10. 2017. № 1, 2, 7, 8, 10, 11, 12. 2018. № 1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. 2019. № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12.
23. Shape. 2010. № 7, 8, 9, 10, 11, 12. 2011. № 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. 2012. № 1, 2, 5, 6. 2015. № 3, 6, 7, 8, 10, 11, 12. 2016. № 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12. 2017. № 1, 3, 4, 6, 9, 11, 12. 2018. № 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12. 2019. № 1, 3, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12.
24. Vegetarian Times. 2010. № 1–5, 7–8, 9, 10, 11–12. 2011. № 1–2, 3, 4–5, 6, 7–8, 9, 10, 11, 12. 2012. № 1–2, 3, 4–5, 6. 2014. № 12. 2015. № 2, 10, 12. 2016. № 2, 4, 9–10.
25. Whole Living. 2010. № 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12. 2011. № 1, 3, 4, 5, 6, 7–8, 9, 10, 11, 12. 2012. № 2, 3, 4, 5, 6.

Стаття надійшла до редколегії 07.12.2019

Прийнята до друку 09.02.2020

VALEOLOGICAL DISCOURSE: CONSTITUTIVE PARAMETERS

Zoriana Yatsiv

*Ivan Franko National University of Lviv,
1, Universytetska Str., Lviv, Ukraine, 79000
zyatsiv@gmail.com*

The article focuses on the research issues and constitutive parameters of valeological discourse (VD). The major task of this study is to single out VD as a new type of discourse and characterize its parameters.

In recent years, researchers have become interested in the notion of health which has led to the appearance of a new science – *valeology*, or the study of healthy person's health. According to a modern point of view, individual health is by 50 % dependent on the lifestyle. Thus, the problems of health promotion have penetrated into different spheres – education, administrative regulation, mass media and information technologies.

Although considerable amount of research has been devoted to medical discourse (L. Beilinson, S. Vostrova, A. Botsman, N. Lytvynenko, O. Kudoiarova), no attempts have been made to investigate valeological discourse, which is realized in numerous oral, written and electronic genres. Consequently, different spheres of implementation, a vast number of texts on the topic “Healthy lifestyle” and numerous genres allow us to single out VD as a new type of discourse. The analyzed discourse is not homogenous as it possesses features of medical, sports, pedagogical, mass media and advertising discourses. Despite a hybrid nature, it can be accurately identified based on communicative context, participants, communicative strategies and other parameters.

Various VD implementation environments presuppose its differentiation as a professional discourse into professional valeological discourse (PVD) with the communicants who are experts in the field and professional-non-professional valeological discourse (PNVD) with both experts and general public as communicants. The object of this study is PNVD which is realized in electronic magazines that were singled out as well as the corpus of texts by means of continuous sampling method. With the help of genre analysis, the genres of article, editor's column, text type “Q/A”, advertisement, interview and culinary recipe were singled out. In accordance with the discourse analysis methodology, the addresser and the addressee models were suggested, communicative task and context identified, global strategy of valeological literacy with its local strategies and tactics briefly discussed, and the modes of PNVD realization suggested.

Key words: valeological discourse, valeology, health, healthy lifestyle, professional valeological discourse, professional – non-professional valeological discourse.