

Щербак О. В.

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

СТРУКТУРА УКРАЇНСЬКОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО КІНОТЕКСТУ: НЕЙРОЛІНГВОСЕМІОТИЧНЕ БАЧЕННЯ

У статті презентовано модель нейролінгвосеміотичної структури українського публіцистичного кінотексту. Розмежовано поняття «документальний» і «публіцистичний» з акцентом на релевантності останнього в кінодискурсивній площині, а також основний фокус зосереджено на понятті «публіцистичний кінотекст», дефінованому як вид кінотексту в його класичному розумінні, вербальні складники якого корелюють із маркерами публіцистичного стилю.

Здійснено аналітику існуючих моделей структурної організації кінотекстів і помічено, що відповідна операція здійснюється на платформах власне-семіотики, когнітивної семіотики та лінгвосеміотики. У зв'язку із цим запропоновано поєднати інструментарій власне-семіотики з нейролінгвістичним програмуванням і представити відповідну структурну модель кінотекстів.

З опертям на Мілтон-модель, розроблену в парадигмі нейролінгвістичного програмування, а також з урахуванням власних спостережень щодо специфіки представлення кінотекстів виведено формулу їхнього стратегічно-тактичного впливу. Запропоновано її аббревіатурний запис: 5 Look АВТІА, що розшифровується відповідно до цільового праксису стратегій впливу: фокусування уваги адресатів на проблемі (LOOK AT), огляд подій минувшини (LOOK BACK), звернення до думки свідків та експертів (LOOK TO), дослідження фактів (LOOK INTO), прогнозування подій у майбутньому (LOOK AHEAD). Кожна із значених стратегій реалізує свої тактики впливу, причому вони збігаються з Мілтон-модельними процесами. Для стратегій LOOK AT і LOOK BACK характерними є процеси упуцнення, для стратегії LOOK TO – процеси узагальнення та почасти викривлення, для стратегії LOOK INTO – процеси викривлення, а для стратегії LOOK AHEAD – синтез усіх вищезгаданих процесів.

Виявлено, що для стратегій, які об'єктивуються однією чи двома тактиками, актуальною є вербалізація за допомогою лексем, що мають статус знаків-індексів та рідше знаків-символів. Стратегія, що об'єктивується шляхом синтезу всіх можливих тактик або процесів НЛП, відзначається наявністю і знаків-копій.

Ключові слова: публіцистичний кінотекст, Мілтон-модель, упуцнення, узагальнення, викривлення, індекс, копія, символ, стратегія, тактика.

Постановка проблеми. Поняття «кінотекст» має дуплексивну генезу, експонуючи лінгвістичний термін «текст» (у його широкому розумінні) на реалії, пов'язані з таким видом мистецтва, як кіно. Історія не приховує той факт, що поява ґрунтовних наукових досліджень кінотекстів не збігається з моментом виникнення самого кінематографа (кін. ХІХ – поч. ХХ ст.), а припадає лише на 60-ті рр. ХХ ст., коли «межі кінофільмів як творів мистецтва руйнуються і кінотекст починають інтерпретувати як складник різнорідних культурних практик – гендерних, вікових, етнічних, професійних тощо» [13, с. 90]. У зв'язку із цим «пальму першості» серед дослідницьких платформ довгий час тримає семіотика, що, зрештою, послужило автономізації семіотики кіно як напрямку (див. праці П. Пазоліні, К. Мец, У. Еко,

Ю. Лотман). Однак твердження французького філософа та семіотика Р. Барта про те, що «глядач відчуває жах перед смисловою невизначеністю іконічних знаків, і саме мовне повідомлення виступає одним із прийомів подолання цього жаху» [1, с. 260], активізувало інтерес до кінотекстів і з боку лінгвістів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Спочатку кінотекст почав обстежуватися під кутами зору структурної лінгвістики (М. Давидова), перекладознавства (А. Корячкіна), комунікативної лінгвістики (О. Пронін), лінгвокультурології (М. Єфремова, Г. Слишкін) та психолінгвістики (Т. Винникова), хоч своєрідним теоретичним опертям продовжувала залишатися семіотика. Сьогодні відповідна традиція зберігається, проте наявні студії відзначаються вже синтезацією

в рівних частках методологій семіотики з різними галузями лінгвістики, щоправда, найбільшою мірою експлуатується когнітивно-семіотичний аспект (див., напр., дисертацію Т. Лук'янець), що допоки не дає вичерпного уявлення про впливовість структурної організації кінотекстів, хоч і визнає потужність їхньої впливової функції. Відтак убачається логіка в об'єднанні методологічних платформ семіотики та нейролінгвістичного програмування з огляду на наявність в останньої інструментів виявлення впливової динаміки різноманітних мовних і мовленнєвих повідомлень. З урахуванням того, що зазначена дослідницька операція в науковій парадигмі здійснюється вперше, це й указує на актуальність пропонованої розвідки, що, своєю чергою, пояснюється необхідністю отримати цілісне уявлення про нейролінгвосеміотичну тектоніку кінотексту, а також посилюється через звернення до зразків українського публіцистичного кіно як матеріалу для верифікації основних гіпотез статті.

Постановка завдання. Мета роботи – презентація моделі нейролінгвосеміотичної структури публіцистичних кінотекстів. Для досягнення поставленої мети маємо розв'язати такі завдання: 1) дефінувати центральне поняття дослідження – «публіцистичний кінотекст»; 2) здійснити аналітику існуючих моделей структурної організації кінотекстів; 3) запропонувати авторську модель структурної організації публіцистичних кінотекстів, спираючись на методологічний фундамент нейролінгвістичного програмування та семіотики.

Об'єктом дослідження обрано феномен публіцистичного кінотексту, а предметом – нейролінгвосеміотичну структуру його вербального рівня.

Джерельною базою послужив українськомовний публіцистичний (документальний) фільм «Помаранчева революція: гострі кути круглих столів» (ТК «ICTV», 2020 р.) загальною тривалістю 36 хв. До фактичного матеріалу ввійшло близько 1500 слів.

Проведенню дослідження посприяло використання низки методів. Серед загальнонаукових методів для висвітлення теоретичних положень наукової статті, оброблення зібраного фактичного матеріалу та презентації отриманих результатів особливо прислужилися описовий і метод спостереження, а також методи аналізу, синтезу й узагальнення. Завдяки методу моделювання створено нейролінгвосеміотичну модель структури публіцистичного кінотексту, чому додатково посприяли й такі спеціальні методи,

як метод семіотичного аналізу, метод Мілтон-модельної ідентифікації, а також метод контекстуально-інтерпретаційного аналізу.

Виклад основного матеріалу. Термін «кінотекст» у лінгвістичній парадигмі налічує чимало дефініцій. Зокрема Т. Крисанова вважає його результатом кінодискурсу [9, с. 81], Д. Гайданка – суто вербальним компонентом кінодискурсу [4, с. 73], М. Єфремова та О. Анисімова – різновидом креолізованого тексту [6, с. 4]. Попри неоднотайність у розумінні сутності цього поняття, вчена спільнота все ж має однаковий погляд на виокремлення різновидів кінотекстів, здійснюючи класифікаційні поділи з опертям на окреслені кінознавцями шляхи розвитку кінематографії – «лінії Люм'єра» та «лінії Мельєса», де «перша, «реалістична», поклала початок документальному кіно, а друга, «видовищна», – художньому» [12, с. 37]. Відтак маємо два різновиди кінотекстів – документальні та художні. Якщо ж на поняття «художній кінотекст» у науковій думці вже сформувалося єдине бачення і його втрадиційовано трактувати як текст художнього фільму (Ю. Лотман), то поняття «документальний кінотекст» ще вивчається. Цей термін до вокабулярію наукової громади й пересічних адресатів кінокомунікації ввів британський режисер і критик Дж. Гірсон у 1926 р., згодом ставши «одним із теоретиків, які вплинули на визначення природи документального кіно» [16, с. 90]. Проте тривалі спостереження Д. Кармайкл та Р. Адріан дали підстави заперечити доцільність уживання поняття «документальний», оскільки, як запевняють дослідниці, засоби представлення цього кінонічим не відрізняються від інструментів художнього й «по суті змінюють об'єктивність документального і, можливо, більш влучно, його варто називати творчою публіцистикою» [14, с. 8]. Ми, своєю чергою, також поділяємо цю думку, наполягаючи лише на більшій коректності оперування терміном «публіцистичний кінотекст» з огляду на доведений наукою факт про те, що «документальний фільм тяжіє до публіцистичного стилю» [12, с. 41]. У зв'язку із цим публіцистичний кінотекст трактуватимемо як різновид кінотексту, в якому за допомогою комбінації знаків різних семіотичних систем презентується авторський та / або колективний погляд на факти й події, що мали місце в реальності, а вербальні складники є маркерами публіцистичного стилю.

Виокремлення структурних складників кінотекстів, у т. ч. і публіцистичних, залежить від обраного підходу до здійснення відповідної

наукової ініціативи. Із позицій власне-семіотики кінотекст може членуватися на кадри [15, с. 128]. З когнітивно-семіотичного кута зору кінотекст містить знакові системи для зорового та слухового сприйняття [3, с. 9]. Фахівці з лінгвосеміотики в кінотекстах убачають зображальні та словесні знаки (Ю. Лотман); портретну, лінгвістичну та звукову кодові системи (У. Еко); а також лінгвістичну та нелінгвістичну кодові системи, що оперують знаками різного роду (М. Єфремова) [6, с. 4–5]. Однак структурна організація публіцистичних кінотекстів, основними функціями яких, на думку Г. Слишкіна, є інформаційна та впливова [12, с. 41], ще не розглядалася одночасно з позицій семіотики й нейролінгвістичного програмування (далі – НЛП), якраз і «направленого на дослідження когнітивних структур людини, пов'язаних зі специфічними процесами діакризації метатексту дійсності та відповідною експлікацією вербалізованих і аналогових моделей у полікомунікативних площинах» [8, с. 127].

НЛП – це «міжгалузевий напрям оптимізації комунікативних процесів і комунікативного впливу» [10, с. 698]. У його арсеналі міститься чимало технік, «описаних у вигляді моделей» [10, с. 700]. Проте, за твердженням Т. Ковалевської, на особливу увагу з-поміж наявних понад 35 моделей заслуговує т. зв. Мілтон-модель з огляду на те, що саме вона «має на меті не смислову конкретизацію мовлення, а оптимізацію його сугестивних (чит. – і сугестійних. – О. Щ.) властивостей, спрямованих переважно на підсвідомість, що зближує її з гіпнотичними технологіями, увиразнюючи актуальність відповідних досліджень, оскільки феномен гіпнозу становить найвищий ступінь впливу як такого» [7, с. 119]. У ній також міститься систематизований перелік мовних одиниць, що генерують такі процеси НЛП, як упушення, узагальнення та викривлення. Розглянемо їх та проілюструємо прикладами з обраного для дослідження кінотексту.

Процес упушення передбачає вилучення «з поверхневої репрезентації певних значущих частин глибинної структури» [7, с. 119], що досягається за допомогою а) номіналізацій (віддієслівних іменників): *Міжнародні спостерігачі зафіксували численні порушення з обох боків*; б) неспецифічних дієслів (пасивних дієслів та присудкових форм на -но, -то): *Уже опрацьовано 99, 38 % протоколів*; в) неспецифічних номенів (абстрактних іменників): *Бурхливий політичний Хрещатик: опозиція називає вибори сфальсифікованими і обіцяють домогтися перемоги до кінця*.

Процес узагальнення «відображає заміщення цілої категорії явищ певним елементом, наявність якого в заміщуваній категорії є лише одним випадком» [7, с. 119], у зв'язку із чим у його межах провідна роль належить а) універсальним квантифікаторам (підсилювальним часткам, означальним займенникам та деяким кількісно-означальним і обставинним прислівникам): *Вони знали, тільки самі українці мають розібратися у своїх протиріччях і визначити своє майбутнє; Не сталося кровопролиття, яке поставило б під загрозу не лише місію міжнародних посередників, але і взагалі збереження громадянського миру в Україні, тоді вкрай хиткого*; б) модальним операторам можливості / необхідності: *Здавалося, ми не могли нічого зробити*.

Процес викривлення є «вербалізацією гіпотетично змодельованого доквілля з неідентифікованими в попередньому досвіді складниками» [7, с. 119] й реалізується в таких синтаксичних комплексах, як: а) пресупозиції (маркери імпліцитної інформації): *Київ помаранчевих тижнів був буремним місцем* (пресупозиція: Помаранчева революція – буремна подія); б) каузальні комплекси (причинно-наслідкові відношення між частинами висловлень): *Що далі втрачав стратегічну перевагу Янукович, то більше роздратування висловлювала Росія*; в) читання думок (апріорне моделювання): *Знаєш, ми хочемо дочекатися рішення Євросоюзу, узгодити все з ним*.

Наведене уяскравлює нейролінгвістику публіцистичних кінотекстів, однак у спробах представити їхню структуру з урахуванням нейролінгвосеміотичних характеристик, насамперед вербального рівня, вважаємо доцільним спиратися певною мірою на ідею про стратегічно-тактичний вимір комунікації, що вможлиблює детальний опис механізму впливу, оскільки стратегія презентує «правила і послідовність комунікативних дій, яких дотримується адресант» [2, с. 119], а тактика – «визначену лінію поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаного» [2, с. 120]. Рациональність сортування різноманітних технік впливу за таким принципом у науці вже доведено (див. праці І. Авдєєнка, О. Горячева, О. Макєдонової, О. Попової, С. Романюк, Т. Семенюк), хоч і без акценту на семіотичну генезу тексту як продукту комунікації. Через це ми пропонуємо в нейролінгвосеміотичному моделюванні структури публіцистичного кінотексту стратегію впливу пов'язувати з його основними репрезен-

тативними блоками, яких, на нашу думку, можна виокремити до п'яти: фокусування уваги адресатів на проблемі (відповідає фразовому дієслову англійської мови LOOK AT), огляд подій минувшини (LOOK BACK), звернення до думки свідків та експертів (LOOK TO), дослідження фактів (LOOK INTO), прогнозування подій у майбутньому (LOOK AHEAD). Відзначимо, що в деяких кінотекстах певні репрезентативні блоки можуть бути відсутніми, що залежить більшою мірою від проблематики фільму. Однак стратегічно структура публіцистичного кінотексту в загальному вигляді цілком відповідає формулі **5 Look ABTIA**, у якій англійське фразове дієслово *look* презентує щонайперше первинний спосіб засвоєння кінотексту, абрєвіатуру ж *ABTIA* утворено з початкових літер допоміжних слів вищезазначеного дієслова, що якраз і вказують на цільовий праксис кожного репрезентативного блоку. Своєю чергою, тактиками для реалізації стратегій публіцистичного кінотексту можуть виступати розглянуті вище Мілтон-модельні процеси НЛП, що презентуватимуться за допомогою мовних знаків із різним семіотичним статусом (відповідно до класифікації Ч. Пірса). Пояснимо детальніше.

Стратегія LOOK AT щонайперше вербалізується в групі висловлювань, що становлять собою зачин кінотексту й належать до реплік автора кінофільму, який може мати явну (наприклад, журналіст) чи приховану присутність у кадрі (зокрема, диктор, який озвучує закадровий текст) і має на меті сфокусувати увагу адресатів кінокомунікації на проблемі / події, про яку йтиметься далі. Для реалізації цієї стратегії в площині нашого фактичного матеріалу актуальною виявляється тактика, пов'язана з процесом упушення, генерованим передусім неспецифічними номенами: *Воно стало символом перемоги суспільства, яке готове відстояти власні інтереси, і влади, яка вмє йти на діалог*. Відзначимо, що виділені лексеми позначають «явища, характерні для більш високих рівнів ціннісної ієрархії» [5, с. 50], через що ми вналежнюємо їх до категорії знаків-символів, що якраз і відзначаються «умовним, довільним зв'язком із позначеним» [10, с. 124].

Стратегія LOOK BACK об'єктивується в групі висловлювань автора фільму, що є своєрідними екскурсами в минуле, чи групі висловлювань архівних кадрів, що засвідчують реальність подій і фактів, яким присвячено фільм. Реалізація окресленої стратегії стає можливою також завдяки тактиці генерування процесів упушення,

однак через використання номіналізацій (*Мітинг на підтримку Віктора Януковича зібрав у центрі Дніпропетровська дві з половиною тисячі його прихильників, одна тисяча симпатиків Ющенка там же висловлювали своє незадоволення результатами виборів*) і неспецифічних дієслів (*Це було неприйнятно*). Додамо, що виділені мовні одиниці у своїх семах презентують «якість / властивість» та / або «наслідок», що мотивує зараховувати їх до категорії знаків-індексів, бо зміст знаків саме цього типу «відповідає формі за суміжністю причини й наслідку» [10, с. 124].

Стратегія LOOK TO є характерною для текстових блоків, що представляють собою виступи та коментарі, запрошених до зйомок фільму героїв, які стали учасниками чи свідками подій або є фахівцями / експертами з порушених у фільмі питань. Ця стратегія вможливує розглянути певну проблему з різних боків і в подальшому дати об'єктивну оцінку досліджуваному. Цілком логічно, що її реалізації сприяють одразу дві тактики, одна з яких пов'язана з процесом узагальнення і вербалізована в усьому комплексі відповідних мовних генераторів (репліка Леоніда Кучми: *Західних керівників мені не треба було переконувати, бо вони бачили роль і місце України в сучасному світі*), а друга – із процесом викривлення, щоправда, експлікованим лише у формі читання думок (репліка Яна Кубіша: *Ви розумієте, всім було нелегко*). Як і в попередній стратегії, для актуалізації стратегії LOOK TO також використовуються знаки-індекси, що, можливо, зумовлено функціонуванням цих репрезентативних блоків кінотексту на одній часовій лінії – лінії минулого.

Стратегія LOOK INTO виражається у текстовій (мовленнєвій) діяльності автора фільму й передбачає формулювання ним виснувань щодо фактів із проблеми / події, яка знаходиться у його фокусі. Із цією метою найактивніше використовується тактика із залученням вербалізаторів процесу викривлення НЛП, насамперед каузальних комплексів (*Ющенко всіляко опирався політреформі, яка мала б перетворити Україну на парламентсько-президентську республіку та зменшити його повноваження як наступного президента. Тому підсумкове комюніке круглого столу не виглядало аж надто оптимістичним; Для того, щоб скинути його авторитарну владу, Україна пройде ще через одну революцію, вже криваву, але це буде потім, а Помаранчева революція стала прикладом мирного вирішення громадянського конфлікту*). Наявність причинно-наслідкових відношень між

частинами висловлень указує на те, що мовні зв'язки між ними, виражені, наприклад, сполучниками *тому, бо, щоб* належать до знаків-індексів.

Стратегія LOOK AHEAD знаходить свій вияв у фразях і репліках автора фільму, що відбивають зв'язки подій / явищ минулого з їхніми наслідками в найближчому майбутньому. Вербалізується ця стратегія зазвичай у фінальній частині кінотексту, виступає кінцівкою, однак її головною особливістю є те, що її реалізації сприяють одразу кілька тактик. Зокрема, в аналізованому нами кінотексті спостерігається синтез одразу трьох тактик, тобто всіх процесів НЛП. Як приклад: *Після Помаранчевої революції майдан став символом перемоги і місцем святкувань. Так було до 2014 року, поки він не перетворився на криваву рану, коли тодішня влада пішла на злочин проти власного ж народу. І щоразу ступаючи тут на бруківку, ми про це згадуємо, але маємо пам'ятати і найперший майдан, коли народ і влада знайшли спільну мову, і ті круглі столи, які цьому посприяли.* У наведеному текстовому відрізку наявні маркери процесів упущення (іменник *перемога*), узагальнення (займенник *ті*; модальне дієслово *мати*), викривлення (словосполучення *кривава рана*, що є пресупозицією – битва / боротьба, в якій були жертви; дієслівні форми *ступаючи – згадуємо*, що в контексті вказують на каузальність). Крім цього, нами помічено, що в межах цієї стратегії актуальними є не тільки знаки-індекси (див. процеси узагальнення) та знаки-символи (див. процеси упущення), але й знаки-копії, форма та денотат яких рівнозначні чи певною мірою схожі один на одиний [10, с. 124]. Зокрема, до знаків-копій належними виявляються словосполучення *кривава рана*, оскільки апелює

до активації зорових асоціацій і кольорових образів (наприклад, червона кров), а також почасти дієслова *згадувати* й *пам'ятати*, які також здатні запускати у свідомості адресатів механізми формування зорового сприйняття раніше засвоєних образів і картинок. Такий висновок робимо на підставі першорядних словникових значень цих слів: *кривавий* – «1. Прикм. до кров; 2. Залитий кров'ю, закривавлений; 3. Який має колір крові, червоний, багряний» [11, Т. 4, с. 337]; *згадувати* – «відтворювати в пам'яті, свідомості події, обставини, *образи* і т. ін. минулого, відновлювати уявлення про кого-, що-небудь» [11, Т. 3, с. 507] (курсив наш. – О. Щ.); *пам'ятати*, що пов'язано за семантикою з попередньою лексемою, – «зберігати в пам'яті, не забувати» [11, Т. 6, с. 37].

Висновки і пропозиції. Структура публіцистичного кінотексту з нейролінгвосоціотичного погляду відповідає формулі 5 Look AVTIA, яка вказує на його репрезентативні блоки та стратегії їхнього впливу: фокусування уваги адресатів на проблемі, огляд подій минувшини, звернення до думки свідків та експертів, дослідження фактів, прогнозування подій у майбутньому. У межах цих стратегій запускаються тактики впливу, що відповідають різним процесам НЛП, зокрема характерним для Мілтон-моделі. Стратегічно-тактичному впливу кіно тексту сприяють також і мовні одиниці, що мають різний семіотичний статус, насамперед це знаки-індекси та знаки-символи. Знаки-копії у вербальній організації кінотекстів є найменш експлуатованими.

Перспективою подальших розвідок стане здійснення порівняльного аналізу нейролінгвосоціотичних структур різних продуктів кінодискурсу.

Список літератури:

1. Барт Р. Нулевая степень письма / Пер. с фр. Москва : Академический Проект, 2008. 431 с.
2. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ : Вид-во «Довіра», 2007. 205 с.
3. Винникова Т. А. Моделирование механизмов понимания кинотекста : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Барнаул, 2010. 23 с.
4. Гайданка Д. В. Оказіональне словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі: лінгвокогнітивний і комунікативно-когнітивний аспекти : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2018. 312 с.
5. Гулак Т. В. Ценностные структуры современного рекламного дискурса (на материале российской коммерческой и политической рекламы) : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.02. Харьков, 2004. 178 с.
6. Ефремова М. А. Концепт кинотекста: структура и лингвокультурная специфика (на материале кинотекстов советской культуры) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Волгоград, 2004. 20 с.
7. Ковалевська Т. Ю. Нейролінгвістична Мілтон-модель у системі методів дослідження комунікативної сугестії. *Записки з українського мовознавства* : Вип. 24 : У 2-х томах. Т. 2. : 3б. наук. праць / Головний ред. Т. Ю. Ковалевська. Одеса : «ПолиПринт», 2017. С. 116–123.
8. Ковалевська Т. Ю. Особистісна ідентифікація в системі нейролінгвістичного програмування: комунікативні перспективи. *Мовознавство*. 2009. № 3-4. С. 126–132.
9. Крисанова Т. А. Актуалізація негативних емоцій в англomовному кінодискурсі: когнітивно-комунікативний і семіотичний аспект : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04. Харків, 2020. 514 с.

10. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : Підручник. Полтава : Довкілля. Київ, 2008. 712 с.
11. Словник української мови : в 11 т. / АН УРСР, Ін-т мовознавства ; за ред. І. К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1970–1980.
12. Слышкин Г. Г., Ефремова М. А. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). Москва : Водолей Publishers, 2004. 153 с.
13. Тищенко Н. В. Развитие исследований кинематографа: от «языка кино» к «языку социума». *Теория и практика общественного развития*. 2014. № 15. С. 89–91.
14. Adrian R. Through Dialogue to Documentary. An Exploration of Film Dialogue Analysis Methodology in the Classification of Genre in CREATURE COMFORTS. Master Thesis (22 April 2014, Film and Television Studies). Utrecht : Utrecht University, 2014. 34 p.
15. Christian Metz and The Codes of Cinema Film Semiology and Beyond. Edited by Margrit Tröhler and Guido Kirsten. Amsterdam : Amsterdam University Press, 2018. 485 p.
16. Hayward S. Cinema Studies: The Key Concepts. 2th ed. London–New York : Routledge & Key Guides, 2001. 550 p.

Shcherbak O. V. STRUCTURE OF UKRAINIAN PUBLICIST CINEMA TEXT: NEUROLINGVUOSEMIOTIC VISION

The article presents a model of the neurolinguosemiotic structure of the Ukrainian publicist cinema text. The notion of “documentary” and “publicist” is distinguished, the relevance of the latter for the research of film discourse is indicated, and the notion of “publicist cinema text” is detailed. We interpret it as a kind of cinema text in its classical sense, the verbal components of which correlate with markers of publicist style.

The analysis of existing models of structural organization of cinema texts is carried out. It is noticed that scientists carry out this operation on the platforms of semiotics, cognitive semiotics and linguosemiotics. In this regard, we proposed to combine the tools of semiotics with neurolinguistic programming and to present an appropriate cinema texts structural model.

Based on the Milton-model developed in the paradigm of neurolinguistic programming, as well as taking into account our own observations on the specifics of the cinema texts presentation, we derived a formula for their strategic and tactical impact. Its abbreviation is as follows: 5 Look ABTIA, which is deciphered according to the goals of impact strategies: focusing on the problem (LOOK AT), review of past events (LOOK BACK), appeal to witnesses and experts (LOOK TO), fact-finding (LOOK INTO), forecasting future events (LOOK AHEAD). Each of these strategies implements its own impact tactics, and they coincide with the Milton-model processes. The LOOK AT and LOOK BACK strategies are characterized by omission processes, the LOOK TO strategy is characterized by generalization and partial distortion processes, the LOOK INTO strategy is characterized by distortion processes, and the LOOK AHEAD strategy is characterized by a synthesis of all the above processes.

The strategies objectified by one or two tactics, verbalized with the help of index and symbol signs. The strategy, which is objectified by a synthesis of all possible tactics or processes of NLP, is marked by the presence of copy.

Key words: *publicist cinema text, Milton-model, omission, generalization, distortion, index, copy, symbol, strategy, tactics.*