

6. Dobrzynska T. (red.) Teoria tekstu. Zbiór studiów. – Wrocław: Ossolineum, 1986. – 189 s.
7. Grabias S. Język w zachowaniach społecznych. – Lublin: Wydawnictwa UMCS, 1994. – 354 s.
8. Kress G. Text and Discourse // Handbook of Discourse Analysis / Ed. by T.A. van Dijk. – London: Academic Press, 1985. – Vol. 4. – Discourse Analysis in Society. – P. 27–42.
9. Labocha J. Tekst, wypowiedz, dyskurs. – W.: Gajda S, Balowski M., 1996. – S. 49–53.
10. Słownik Języka Polskiego. – PWN Warszawa: 1978. – 489 s.
11. Webster's New Collegiate Dictionary, 1977. – P. 326.

*Мирослава Лебеда*

## **КОМУНІКАТИВНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ТЕКСТУ "РЕЦЕНЗІЙ НА НОВУ ПОДІЮ КУЛЬТУРНОГО ЖИТТЯ У ФРАНЦІЇ"**

Рецензія існує в пресі і виконує дві суперечливі функції: по-перше, – це стаття в науково-публіцистичному чи публіцистичному стилі, тобто, служить просто для констатації та роз'яснення певної події чи явища; по-друге, будучи написаною з рекламно-інформаційним наміром, вона матиме відтінок критичного зауваження. Саме ця двозначність зумовила необхідність дослідження рецензії в комунікативному та прагматичному аспектах.

Дослідження висловлювань, призначених для виконання спонукальної дії в мові, проводилися у двох напрямках: структурно-семантичному і прагматичному. Наукові здобутки багатьох вчених, таких, як Т.Є. Авдеєнко, О.О. Леонт'єв, О.Г. Почепцов, доводять, що саме в умовах безпосереднього спілкування можна гарантувати розгляд цього питання. Ось чому, вивчаючи спілкування, потрібно звернути увагу на його складові: діяльність, мовленнєву діяльність та комунікацію.

Діяльність людини визначається як форма ставлення людини до навколишнього світу. При написанні рецензії такий підхід проявляється дуже вдало. І якщо кожна діяльність має свої компоненти (мотив, ціль, дії), то вони будуть притаманними і цьому жанрові: наявність мотиву – що зумовило рецензування, ціль – для чого вона служить; дії – пояснення автора та ставлення читачів.

Згідно з цим положенням логічно вивчати мовленнєву комунікацію як один із видів людської діяльності. О.Г. Почепцов наголошує, що в рамках цієї парадигми мовленнєву діяльність можна досліджувати двоюко: як діяльність суб'єкта та як діяльність інтерсуб'єкта [1, 40]. Суб'єктом в цьому випадку виступатиме рецензент, який виносить на розсуд своє ставлення до об'єкта критики, інтерсуб'єкт – в ролі читача, який або погоджується з думкою рецензента, або протестує.

Відомий вчений О.О. Леонт'єв аналізує комунікацію з точки зору психіки і стверджує, що комунікація є процесом, який відбувається як на рівні природної мови, так і на рівні вторинних знакових систем та формалізованих знаків [2, 13].

У процесі спілкування людина першочергово констатує наявність феномену мовлення, мовленнєвої діяльності. Мовленнєва діяльність і комунікація тісно взаємопов'язані, але не є тотожними. Розглядаючи їхнє співвідношення, є всі підстави запевнити, що мовлення не покриває всього процесу комунікації. Мовленнєва діяльність завжди відбувається цілеспрямовано, це найважливіша структурна частина комунікативної діяльності. Такий вид діяльності перебуває у залежності від контексту, поведінки, це одночасно і психологічний, і соціальний факт. Мовленнєва діяльність зумовлює взаємодію однієї особи з іншою.

У реальному процесі спілкування існує відповідність між конкретною ситуацією (діяльністю) та встановленням елементів висловлювання.

Констатуючи той факт, що на сучасному етапі лінгвістичних досліджень сосюрівська дихотомія "мова – мовлення" не забезпечує собі універсальної та обов'язкової стабільності й гарантованості, новою є тенденція до інтеграції їхніх тлумачень і категорій. Звісно, мова залишається статичною, упорядкованою системою, до того ж це соціальне явище. Але окрім цих ознак, вона вважається засобом накопичення та зберігання інформації і містить в собі знання про предмети та явища дійсності, досвід поведінки в типових умовах природного та соціального середовища. Мовлення вважається динамічною діяльністю, вона властива кожній людині.

Вивчаючи мову як засіб комунікації, аналізуючи її комунікативні функції, необхідно дослідити вплив мовлення на людину. Адже саме від накопичення та набуття знань про такий механізм залежить кінцевий результат комунікації: успішний чи неуспішний.

При з'ясуванні комунікативної функції мови потрібно відзначити, що мова не може бути лише засобом мислення та спілкування, вона є також засобом взаємодії людини з природою, суспільством. Мові не притаманні якості абстрактної системи. Ми погоджуємося з твердженням Б.А. Зільберта про те, що тільки в поєднанні з суспільною практикою людства мова є "безпосередньою дією думки, мислення, важливим засобом людського спілкування, завжди соціально і ситуативно зумовленим" [3, 15].

Таким чином, люди, спілкуючись, обмінюються між собою текстами. Саме текст і є тією одиницею спілкування, яка виконує функцію повідомлення і, разом з тим, впливає на поведінку комунікантів та регулює її.

Підходячи до цієї проблеми з комунікативної точки зору, можна відзначити, що текст у цьому випадку є феноменом мовлення і набуває нової якості – комунікативно-інформативної. Комунікація не може бути лише лінгвістичною категорією. Вона має певні психологічні та прагматичні ознаки. Тому, комунікативно-прагматичний напрямок вважається найактуальнішим напрямком дослідження цієї одиниці. Такий підхід дає можливість говорити про мовленнєву діяльність (мовну комунікацію, мовленнєву комунікацію) як про процес взаємообміну інформацією у суспільстві, та як про процес сприйняття та передачі свідомістю знаків, яким притаманне інформативне значення.

Порівнюючи предмети і явища навколишнього світу з існуючими фоновими знаннями, текст має здатність змінювати і моделювати дійсність, яка відображається людиною в процесі спілкування, в процесі обміну інформацією.

Практика показує, що існують два типи текстів-рецензій:

а) тексти гуманітарних та технічних наук в межах наукового стилю, орієнтовані на професіоналів або на зацікавлених осіб;

б) мистецтвознавчі тексти, яким властива і масова комунікація, і літературно-художня критика.

Як одиниця комунікації, текст може бути інтегруючим компонентом процесу перетворення певного елемента тексту в цілісну ієрархічну систему, тобто відбувається перехід від зовнішньої форми до внутрішньої (зовнішня форма – одиниці мови, які виконують номінативно-когнітивну функцію для вибору мовних засобів з метою об'єктивації на певного адресата та логіко-композиційної структури; внутрішня форма – ментальний текст, що усвідомлюється в процесі розуміння смислу, як концепт смислу). Отже, здійснюючи перехід з однієї форми в іншу, текст компресується. В процесі такої діяльності людина набуває знання про фрагмент дійсності, про який йдеться у тексті. Таким чином, текст може бути і об'єктом пізнання, за умови якщо це цілісна система, що включає окремі елементи, взаємодія яких відбувається в межах цієї цілісної системи і призводить до утворення багатомірної структури, і ця багатомірність зумовлює виникнення якісних особливостей або універсальних властивостей, що забезпечують виникнення та існування тексту.

Прихильники антропоцентричного підходу, представником якого є Гумбольдт, одним з основних принципів дослідження вважали уяву про мову як про продукт психофізичної діяльності, і саме тому факти мови трактувалися з позиції психології і з використанням концептуального апарату цієї науки.

Найважливішою особливістю цього психофізичного підходу було включення до вивчення мови учасників комунікації – мовця і слухача – та пов'язаних з цим проблем, те, що стало закономірним наслідком дослідження психологічної діяльності носіїв мови.

Звичайно, при спілкуванні кожен мовець має завдання для досягнення конкретної прагматичної мети. Але існує і особиста мета мовця, і мета, яка є загальною для всіх мовців. Загальна мета полягає у наданні, презентації будь-якої інформації; а особиста – вплинути на адресата, стурбувати, звеселити, засмутити, примусити погодитися з певною точкою зору, зумовити висловлення адресатом своєї думки, або змінити погляди. Як вже було доведено, людина не схильна поступатися своїми поглядами, які утворюються в процесі соціальної практики. Саме для задоволення цієї потреби мовець повинен ефективно і раціонально

будувати свої висловлення, комбінуючи та вибираючи мовні елементи з метою привернення уваги реципієнта саме на цю інформацію та для ймовірності її засвоєння у майбутньому. Мовець повинен обміркувати та врахувати всі можливості здійснення мовленнєвого акту та перешкоди, які можуть виникнути під час його проведення (психологічні, професійні, вікові, рівень освіти, мовна компетенція, інформованість, соціальний статус та ін.). Рецензуючи новину чи книгу, автор орієнтується на професійні, вікові та гендерні категорії. А текст, як найбільша комунікативна одиниця, вважатиметься результатом процесу мовленнєвої діяльності. При цьому текст не буває цілком прагматично визначеним, бо його створює людина, а вона не тільки відбирає мовний матеріал для передачі якогось змісту, але й демонструє своє безпосереднє ставлення до висловленого. Отже, від цілеспрямованості тексту, від намірів мовця залежать і модальність, і вибір слів, і застосування граматичних форм. Прагматична установка на читача залежатиме від швидкості написання матеріалу та можливості отримання відгуку на нього (від читача). Газетним рецензіям притаманна емоційність, яка проявляється завдяки здатності рекомендувати. Рецензія в масовій пресі має свою перевагу, яка полягає в психологічній підготовленості читача реагувати саме так на надходження нової інформації.

При комунікативно-прагматичному підході до вивчення тексту цілком слушним є зауваження О.О. Леонтєва, який запевняє, що головним елементом будь-якої предметної діяльності є мета, а з іншого – відповідні їй дії, засоби і способи їх реалізації [4, 22]. На нашу думку, ці елементи чинно відповідають двом аспектам функції мови, виражені в мовленні :

- 1) комунікативний аспект – "що" мовленнєвої діяльності;
- 2) прагматичний аспект – "як", "якими засобами", "за допомогою чого".

Отже, потрібно розмежовувати комунікативну і прагматичну цілеспрямованість тексту.

Ю.С. Степанов [5, 374] встановив, що існує певний центр, який об'єднує ці аспекти: це категорія суб'єкта. Такий підхід найбільш вдало підходить до визначення прагматики, а саме, встановлює закономірності відносин між мовними знаками та їх носіями. А відбувається це лише з появою та з'ясуванням авторського "я", яке можна вважати виразником суб'єктивності. Написання рецензії реалізує загальну комунікативну мету тексту, яка передбачає наявність заголовка, комунікативного блоку вступу, головної частини та висновку.

Автор тексту, маючи намір створити текст, заздалегідь передбачає його призначення. Власне, передумови створення тексту характеризуються як прагматичні установки автора. Прагматичні та семантичні категорії при творенні тексту взаємозумовлюються: семантична категорія спонукає до дії прагматичну категорію, оскільки мовець прагне знайти застосування своєму текстові у конкретній ситуації спілкування, від якої залежать умови протікання мовленнєвого акту. В залежності від ситуації спілкування вибір мовних засобів актуалізації інтенціональних завдань відправника матиме певні обмеження.

Рецензії тексту характерна єдність таких категорій: інформативності, концептуальності, модальності, інтегративності, зв'язності, завершеності.

Авторська інтенція підводить науковця до дослідження тексту та комунікативного акту в цілому, до діяльності людини, до зв'язків людей між собою та з предметним світом.

Авторська інтенція в межах теорії тексту – це прагнення творця тексту досягнути певної мети за допомогою свого висловлення та вплив на того, кому воно адресоване, тобто на адресата. Адресат має зрозуміти намір того, хто буде висловлення. У зв'язку з цим, прагматичні правила трактуються як відношення, які знаходять своє вираження у мовних знаках і додають до них категорію суб'єктивності, але мають на меті забезпечення успішної комунікації.

Можна характеризувати комунікативну ситуацію і як динамічну систему (весь час перебуває у русі), і як взаємодію факторів об'єктивного та суб'єктивного плану /мовлення/ з метою вступу людини в мовленнєву комунікацію та визначення її мовленнєвої поведінки в межах одного акту спілкування і як мовця, і як слухача.

Рецензія має спроможність адресуватися одночасно і кожному читачеві окремо, і цілій масі індивідів. Це забезпечує врахування не тільки індивідуальності, але й масовості та типу публіки, мовних очікувань та почуттів.

Основними одиницями комунікативної ситуації рецензії можна вважати:

- 1) мовленнєве спонукання (комунікативний намір, інтенція) – бажання автора поділитися своїми враженнями від прочитаного чи побаченого;
- 2) реальна дійсність, у якій проходить акт спілкування, – умови публікації, спрямованість та призначення газети, журналу;
- 3) відносини між комунікантами, кожному з яких властива та чи інша соціальна роль, поведінка – ставлення автора та реакція читача.

Від мовленнєвого спонукання залежить результат акту спілкування як взаємодії мовця і слухача. Будь-яка діяльність зумовлена мотивом /потребою/. Перед людиною є ціль, яка спонукає до задоволення цієї потреби. А для досягнення мети відбувається вибір засобів та способів здійснення авторських (комунікативних, мовленнєвих) інтенцій.

Мовленнєва інтенція може бути і комунікативним фактором, і текстоутворюючим, але саме завдяки їй ми відбираємо та комбінуємо мовні засоби в залежності від ситуації спілкування.

Вибираючи мовні засоби, ми також звертаємо увагу на обставини спілкування: як і коли відбувається комунікативний акт, адже, люди спілкуються в реальній дійсності. Взаємодія людей в різноманітних сферах спілкування зумовлює наявність стійких соціальних відносин. Мовець повинен розуміти особисту соціальну роль і соціальну роль співрозмовника, а, отже, змушений вибирати мовні засоби в залежності від цих двох факторів.

Відомий американський вчений Р. Якобсон по-своєму розрізняє складові комунікації. В основі його тлумачення є гіпотеза про те, що адресант відправляє повідомлення (лінгвістичні знаки) адресату, але для виконання функцій повідомлення необхідні:

- контекст (предмети і явища, які допомагають відправити повідомлення);
- код (спільний і для адресанта, і для адресата перелік і спосіб застосування використаних знаків, отже, сама мова);
- контакт (матеріалізований спосіб передачі повідомлення) [6, 310].

По відношенню до рецензії адресантом виступатиме автор рецензії, повідомленням – журнал, газета, і в ролі адресата – масовий читач.

Пояснюючи комунікативну ситуацію рецензії, можна вважати її:

- ілюктивною (повідомлення про мовленнєву поведінку);
- перлюктивною (має мету, мовленнєвий вплив);
- підготовленою (мовець відбирає лексико-граматичні засоби в залежності від комунікативної ситуації);
- момент мовлення не збігається в часі з моментом декодування;
- одномоментність сприйняття публікою;
- лаконічність;
- авторитетність, яка виключає дискусію;
- концентрація уваги на одній проблемі.

Основні структурно-змістові складові рецензії орієнтуються на характеристику та оцінювання автором новин культурного життя, з'ясування сильних і слабких сторін. Рецензії відрізняються від подібних текстів саме описом твору через роз'яснення його змісту. З метою кращого ознайомлення з книгою зустрічаються рецензії з короткою інформацією про автора, що дає можливість краще усвідомити її значення.

Отже, рецензія як текст констатуючого характеру функціонує в рамках власної комунікативної ситуації і характеризується масовістю адресата, який по-різному висловлює свою власну думку, притаманну кожному індивідуально.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Почепцов О.Г. Комунікативний статус як параметр мовленнєвої взаємодії // Мовознавство, 1989. – № 4. – С. 40–45.
2. Леонтьев А.А. Проблемы развития психики. – М.: Из-во Моск. гос. ун-та, 1972.
3. Зильберт Б.А. Социопсихолінгвістика: исследования текстов. – Саратов, 1986.
4. Леонтьев А.А. Основа теории речевой деятельности. – М.: Наука, 1974.
5. Степанов Ю.С. Язык и метод. К современной философии языка. – М.: Языки русской культуры, 1998.

## ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ РЕКЛАМНОГО ЗНАКА

Прагматика у широкому значенні слова – це теорія мови, яка описує правила функціонування мови у відношенні до учасників комунікації [14, 27]. У класичному визначенні Ч. Моріса прагматика – це вчення про відношення мовних знаків до їх інтерпретаторів, тобто до тих, хто користується знаковими системами в реальних процесах комунікації [13, 3]. Ю.Д. Апресян визначає прагматику як закріплене у мовній одиниці будь-якого рівня відношення мовця до дійсності, до змісту висловлювання і до адресата [1, 5]. Л.А. Баркова під прагматикою розуміє конкретну спрямованість на одержувача інформації з урахуванням психологічних особливостей сприйняття та соціального статусу потенційного читача РТ [2, 1]. Отже, прагматика, у вузькому значенні слова, – це система мовних засобів впливу, спрямованих на психіку та волю адресата [12, 8].

70-ті роки стали початком повороту в сучасній лінгвістиці від системоорієнтованого до комунікативно-прагматичного підходу в дослідженні мовних явищ [13, 3].

Саме система прагматичних (регулюючих) засобів мови та закономірності їх прагматичного функціонування у мові є предметом вивчення прагмалінгвістики. Прагмалінгвістика вивчає ті мовні засоби, ті їх властивості, ті закономірності мови, які використовуються громадськістю (або окремими людьми) для впливу на психіку (думки, почуття, волю) і, як наслідок, на поведінку людей. Кінцева мета, яку ставить перед собою прагмалінгвістика, – це виявлення оптимальної системи мовної детермінації як соціальної, так і індивідуальної поведінки людей [6, 39].

Прагматична спрямованість рекламних текстів (РТ) – це основний фактор, який визначає специфіку текстів даного типу. Тип тексту – це тип цілісного висловлювання, який традиційно використовується для досягнення певних комунікативних цілей в типових умовах спілкування [3, 54]. Щодо РТ, то це особливий вид тексту як у структурно-композиційному, так і у функціональному відношенні.

РТ в цілому та рекламні знаки (РЗ) можуть розглядатися як конкретні приклади рекламної мови (РМ) або як письмові мовленнєві акти (МА). У теорії мовленнєвих актів МА подається як тривірневе утворення:

- 1) як ілокутивний акт (у відношенні до мовних засобів, які використовуються під час МА);
- 2) як ілокутивний акт (у відношенні до мети та умов її досягнення);
- 3) як перлокутивний акт (у відношенні до своїх результатів) [10, 93].

Дж. Остін виділяє два типи МА: констатуючі (повідомлення про якусь подію, вчинок) та перформативні (рівносильні власне вчинкам, тобто вимовлення фрази співпадає із здійсненням власне вчинку). У найбільш відомих класифікаціях МА враховуються, перш за все, ознаки ілокутивного акту (ІА). Зараз існує декілька класифікацій МА, перша з яких належить Дж. Остіну. Він вважає, що для встановлення суті ілокуції, необхідно класифікувати ілокутивні дієслова, тобто ті дієслова, які означають дію і можуть використовуватися для експлікації сили висловлювання. Дж. Остін виділяє п'ять класів таких дієслів: вердиктиви, екзерситиви, комісиви, бехабитиви та експозитиви [10, 118–128].

Дж. Серль, критикуючи класифікацію Дж. Остіна, вказав на неправомірність змішування ІА, котрі є реальністю мовного спілкування і не залежать від конкретної мови, та ілокутивних дієслів, які є специфічним відображенням цієї реальності в системі лексики конкретної мови. Дж. Серль виділяє такі ІА: репрезентативи, директиви, комісиви, експресиви та декларації [11, 180–192].

Д. Вундерліх розрізняє вісім ілокутивних типів висловлювання: директиви, комісиви, еротетиви, репрезентативи, сатисфактиви, ретрактиви, декларації та вокативи [9, 141–142].

У класифікації Г.Г. Почепцова ІА – це прагматичні типи речення. Він виділяє п'ять типів: констативи, промісиви і менасиви, перформативи, директиви та квеситиви [5, 271–278].