

12. Чадюк О.М. Метафора у сфері сучасної української політичної комунікації 2005 року : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / О.М. Чадюк. — К., 2005. — 19 с.
13. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / А.П. Чудинов. — Екатеринбург, 2003. — 248 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

14. Ehrhart W.D. The Madness of It All [Електронний ресурс] / W.D. Ehrhart. — Режим доступу : http://books.google.com.ua/books?id=EgRjhL4BetkC&pg=PA9&hl=uk&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false
15. Gardener L. Long Essay on Cold War History / L. Gardener. — Oxford University Press, 1997–2007. — 20 р.
16. Partridge E. According to Plan? [Електронний ресурс] / E. Partridge. — The Crisis Papers. April 29, 2008. — Режим доступу : <http://www.crisispapers.org/essays8p/plan.htm>
17. Partridge E. A Man for the Season [Електронний ресурс] / E. Partridge. — The Crisis Papers. November 11, 2008. — Режим доступу : <http://www.crisispapers.org/essays8p/season.htm>
18. Troy G. History of Presidential Elections [Електронний ресурс] / G. Troy. — Режим доступу : <http://ronaldreaganweb.com/hist301/Troy2008.pdf>
19. Weiner B. Bush to U.N.: Screw You! [Електронний ресурс] / B. Weiner. — The Crisis Papers. March 15, 2005. — Режим доступу : <http://www.crisispapers.org/essays-w/bolton.htm>
20. Weiner B. A Modest Proposal: Bring Back the Inquisition! [Електронний ресурс] / B. Weiner. — The Crisis Papers. February 18, 2012. — Режим доступу : <http://www.crisispapers.org/essays12w/proposal.htm>

В статье рассматриваются способы аргументации в текстах современного американского социально-политического эссе. Выявлены особенности использования метафоры как средства эмоциональной аргументации. Установлено, что метафора выступает мощным средством воздействия на адресата. Определена ее способность создавать положительный/отрицательный имидж определенных политических сил.

Ключевые слова: метафора, социально-политическое эссе, аргументация, влияние, имидж.

The article deals with the ways of argumentation in the texts of contemporary American social and political essays. The main features of metaphor as the instrument of emotional argumentation are identified. It is revealed that metaphor appears to be a powerful means of influence. Its ability to create positive/negative image of certain political powers is highlighted.

Key words: metaphor, social and political essays, argumentation, influence, image.

УДК 81'1:378.147

КОМУНІКАТИВНА ФУНКЦІЯ ТЕКСТУ В ТЕОРІЇ МОВЛЕННЕВОГО ВПЛИВУ

Поліщук Н.П.,

Київський університет імені Бориса Грінченка

У роботі розглядаються сфери впливу засобів масової комунікації, що забезпечують створення та сприйняття тексту. Вивчаються основні чинники мовленнєвої діяльності, а саме: закономірності породження та сприйняття мовленнєвого повідомлення (тексту).

Ключові слова: комунікація, текст, мовленнєва діяльність, реципієнт.

З поширенням сфери впливу засобів масової комунікації, з усвідомленням необхідності диференційного підходу до тієї чи іншої аудиторії **актуальними** стають не тільки проблеми семантичної або формальної організації висловлення, але й питання комунікативного плану, вивчення умов, що забезпечують створення та сприйняття розуміння тексту.

У сучасній лінгвістичній літературі вже знайшла загальне визнання думка про те, що мовна комунікація, тобто спілкування між людьми в суспільстві, відбувається не за допомогою окремих ізольованих одиниць, а у формі цілих висловлювань, починаючи з речення і закінчуючи текстом. Всі аспекти тексту-

оригіналу пов'язані між собою; одночасно обробляється граматична, лексична, стилістична, загальнотекстова та комунікативна інформація.

Отже, **метою статті** є комплексне вивчення закономірностей породження та сприйняття мовленнєвого повідомлення (тексту).

Специфіка психолінгвістичного підходу полягає у розгляданні тексту як одиниці комунікації, продукту мовлення, детермінованого потребами спілкування. У процесі спілкування, як відомо, один з учасників намагається певним чином змінити поведінку або стан іншого. Зміна поведінки виявляється в тому, що партнер по комунікації виконує якусь немовленнєву дію або відтворює відповідне мовленнєве повідомлення. Зміна стану передбачає зміну ставлення суб'єкта до будь-якого об'єкта, що, в свою чергу, може привести до зміни поведінки. Таким чином, об'єктивно, тобто незалежно від суб'єктів мовленнєвої діяльності, умови комунікації потребують, щоб мовленнєвий текст, що є основною одиницею спілкування, чинив певний вплив.

Потрібний вплив можливий при дотриманні як мінімум двох умов: по-перше, має бути зроблений такий відбір мовних засобів, які забезпечили б адекватне втілення комунікативної програми; по-друге, реципієнт повинен сприймати текст адекватно до задуму його автора, тобто ставитися до зображуваних у ньому фактів як сам автор.

Подібний підхід до проблеми мовленнєвого спілкування зумовив виявлення двох напрямів у дослідженні тексту. Один з них полягає у вивченні формування задуму тексту, другий пов'язаний зі сприйманням цього задуму реципієнтом.

Вироблення процедур побудови тексту у зв'язку з його комунікативними завданнями — перетворенням концепту (задуму) в текст — має особливе значення для теорії масової комунікації, метою якої є побудова теорії мовленнєвого впливу. У дослідженнях цього напрямку відзначається, що текст являє собою ієрархію комунікативних програм і є підпорядкованим меті діяльності, до якої він входить.

У процесі сприйняття тексту за розпізнаванням його значення (сприйманням інформації) відбувається встановлення знакових відношень у рамках тексту, а далі — виявлення його смислу, який не може дорівнювати його зовнішньому вираженню, насамперед у кількісному аспекті. З одного боку, для розуміння тексту необхідно знати значно більше, ніж значення окремих слів. З другого — потрібно зберігати текст у пам'яті в тому обсязі, в якому він пред'являється реципієнту.

Цілком зрозуміло, чому в мовознавстві дедалі більше уваги приділяється теорії мовленнєвої діяльності, предметом якої є аналіз саме тих чинників комунікації, які коріняться в соціальній взаємодії людей і спілкуванні як одній з її складових. У зв'язку із цим постає дуже важливе питання теоретичного й практичного дослідження процесів сприйняття та породження мовленнєвого повідомлення.

Багато дослідників звертаються до пошуку об'єктивних критеріїв визначення того, наскільки адекватно авторському задуму той чи інший реципієнт розуміє текст, як індивідуальні особливості продуцента впливають на характер тексту, а індивідуальні особливості реципієнта — на успішність сприймання тексту.

Мовленнєва діяльність є одним з найважливіших елементів самого життя людини. Вона є явищем соціальним за своєю зумовленістю та суттю.

Соціальна зумовленість мовленнєвого акту та мовленнєвої діяльності є виявом того, що вони передбачають наявність типових мовленнєвих ситуацій та контексту культури, які є спільними для всіх мовців. Структура мовленнєвого акту передбачає типового мовця. Варто підкреслити, що носій мови засвоює граматичну будову мови та її словниковий склад. При перекладі, зокрема, граматики залежить від лексики (наприклад, граматичне значення словосполучення певної синтаксичної моделі може змінюватися залежно від ужитих у словосполученні слів), так само, як і лексика залежить від граматичних факторів (наприклад, зміна типової сполучуваності слів може приводити до нового лексико-семантичного варіанта слова, тобто фактично до утворення нового слова).

Подібним же чином лексика і граматики тісно пов'язані з жанрово-стилістичними проблемами, оскільки, наприклад, до стилістичних характеристик тексту належать і частотність вживання певних слів, і застосування певних граматичних форм та структур. У зв'язку із цим відбувається безперервне збагачення пасивного запасу слів та їхніх значень, що є соціально зумовленим і ніколи не переривається. Тому обов'язковим компонентом мовленнєвого акту та мовленнєвої діяльності мовця є реальна мова та загальна структура змісту інформації, які є соціальними й належать суспільству.

Вивчення мови як замкнутої самодостатньої системи не може бути вичерпним і має поширюватись описом механізму функціонування мови у процесі комунікації [3]. Варто враховувати той факт, що комунікативна функція мови виконується за умови наявності певного змісту, який є предметом комунікації. Цей зміст відображений у семантиці мовних одиниць, які використовуються в комунікації як її

оперативні одиниці [8, 26–30]. Прагматичні компоненти при цьому співіснують із семантичними на всіх рівнях формування семантичного змісту мовного знака. Таким чином, тільки в комунікації реалізуються всі якості мови, починаючи від її звучання й закінчуючи складним семантичним механізмом однозначного вияву конкретних мовленнєвих актів [4], що допомагає розглядати функціональну значущість даного явища при вивченні комунікативно-прагматичних аспектів функціонування мови. Оскільки вивчення мови як засобу спілкування в реальних процесах комунікації, тобто мови в дії, є особливістю комунікативно-прагматичного підходу до мовних явищ, можливо дослідити дану проблему у функціональному аспекті.

Прагматичний аспект аналізу граматичних категорій розробляється в загальному контексті прагматичного підходу до явищ мовної системи. При цьому варто враховувати, «що багатоаспектна організація речення і синтаксична система — об'єктивні факти мовної дійсності» [5, 15–19], а вивчення мовної синтаксичної системи здійснюється з урахуванням даних аспектів, що дозволяє розглядати мовленнєві реалізації речення. Така система являє собою багаторівневе утворення й передбачає розгляд граматички в комунікативному аспекті, оскільки граматичні одиниці, будучи лінгвістичними знаками, виконують прагматичну функцію поряд із семантичною та синтаксичною, причому не ізольовано, а у складі речення-висловлення як цілісної системи.

Таким чином, граматичні структури відіграють важливу роль у процесі комунікації, формуючи структуру висловлювання. Висловлювання є результатом взаємодії власне семантичного (тобто пропозиційного) змісту з прагматичною настановою, що дає змогу узагальнити та обійняти все те, що зазвичай розуміють під мовленнєвою ситуацією, спрямованою на комунікацію.

Сукупність комунікативно-прагматичних факторів, яка створює соціопсихологічну ситуацію конкретного мовленнєвого акту узагальнення й детермінує тим самим комунікативний однорідний смисл висловлення, трактується як прагматична настанова. Центральним поняттям прагматичної настанови висловлювання виступає інтенція (комунікативний намір мовця), тобто спрямованість висловлення на розв'язання визначеного мовного завдання спілкування. Ситуація мовленнєвого спілкування — необхідний для комунікативного акту координаційний апарат висловлювання, оскільки комунікація в цілому реалізується в конкретних комунікативних актах, а елементарний комунікативний ряд «відправник — повідомлення — отримувач» виступає в ролі кванта комунікації. Якщо відсутній якийсь із цих компонентів, комунікативний акт неможливий. Важливим є те, що певна свобода вибору мовцем тих чи інших моделей мови є характерною особливістю комунікативного акту. Прагматика мовної одиниці змістовна. Якщо говорити про актомовленнєвий зміст як про такий, що відображає ситуацію комунікативного акту, то треба враховувати зміст висловлення. При цьому прагматичний зміст співвідноситься з певними формально-мовними та просто мовними показниками.

У сучасній лінгвістиці найбільш поширеними є два категоріальні підходи до визначення прагматичного аспекту мови: 1) категорії, орієнтовані на мовця, які передбачають сприйняття ним висловлювання та можливість дати оцінку наданій інформації; 2) категорії, орієнтовані на співрозмовника, які передбачають вплив на слухача, на особу, до якої звернене дане висловлювання, тобто на адресата.

Слід зазначити, що поняття адресанта, адресата і висловлювання, що пов'язує їх і спрямоване адресантом у мовленнєвій інтеракції з адресатом, є центральними за будь-якого підходу до побудови моделі комунікативного акту.

Розглядаючи ці категорії, треба визначити, що, з одного боку, прагматика трактується як комунікативний аспект мови, орієнтований на дослідження кінцевого результату — ефекту мовної комунікації [4]. У цьому випадку реалізується функція впливу на отримувача інформації, що є кінцевою метою комунікації. Саме це слід враховувати під час розгляду комунікативно-прагматичного ефекту у використанні мовних одиниць. Прагматика досліджує використання мовних одиниць у плані комунікації, що дає можливість мовцю впливати на слухача, тобто на особу, до якої звернене певне висловлення. Фактор адресата є при цьому визначальним моментом. Для найбільш адекватного здійснення свого наміру з метою безпосереднього впливу на адресата мовець добирає відповідні мовні форми, що дає змогу формувати висловлювання. Адресат при цьому виступає як особа або група осіб, якій спрямовується висловлення, що виходить від адресанта. З іншого боку, слід зосередити увагу на суб'єктивному факторі, коли мовець займає головну позицію. Якщо семантика моделює відношення між мовними знаками, то прагматика вивчає відношення між знаками та тими, хто їх використовує. Цей фактор має важливе значення під час розгляду прагматичного аспекту у процесі комунікації.

Очевидно, що категорія суб'єкта розглядається з точки зору прагматики як центральна, основа якої полягає в загальній якості мови — суб'єктивності. Таким чином, можна розглядати відношення «мовець — мовний знак» [7, 325–332].

Розглядаючи поняття прагматичного суб'єкта, можна виділити на формально-граматичному рівні граматичний суб'єкт — підмет речення. При цьому потрібно враховувати, що кожен член речення є носієм двох значень: граматичного та комунікативного, що дає змогу вивчати взаємозв'язок між граматичною та комунікативною структурою суб'єктно-предикатних значень. При цьому під предикацією треба розуміти відношення певного змісту, певного предмета думки до дійсності, яке має місце в реченні (на відміну від словосполучення).

Суб'єктно-предикатні відношення, які на комунікативному рівні виникають між двома членами висловлювання, є комунікативним суб'єктом (темою) та комунікативним предикатом (ремою). У повному своєму вияві комунікативна структура містить обидва елементи — тему (те, що є предметом повідомлення) та рему (те, що повідомляється про цей предмет). Таке речення є комунікативно двочленним (дилемою) [2, 49–53]. Стан двочленності фрази знаходить подальший розвиток під час розгляду інформативної значущості компонентів, які є складником фрази, при цьому суб'єктна частина оцінюється як дане (тематичне, відоме), а предикатний член — як нове (рематичне, невідоме, більш важливе) [1]. Комунікативний рівень розкриває інформативний аспект висловлювання та показує, для чого воно повідомляється.

Будь-який член речення може входити як у тему, так і в рему, тобто в ядро повідомлення, яке, у свою чергу, може супроводжуватися безпосередньо незалежними від нього елементами, які не є метою повідомлення, але мають різну міру комунікативного динамізму, тобто спроможність просувати повідомлення [6]. Під «ситуативними елементами теми» розуміють умови, за яких відбувається повідомлення та на фоні яких воно розвивається.

ЛІТЕРАТУРА

1. Веденина Л.Г. Французское предложение в речи / Л.Г. Веденина. — М. : Высшая шк., 2009. — 200 с.
2. Гак В.Г. Коммуникативные трансформации и системность средств логического выделения во французском языке / В.Г. Гак // Филологические науки. — 1975. — № 5. — С. 49–53.
3. Каменская О.Л. Текст и коммуникация / О.Л. Каменская. — М. : Высшая шк., 1990. — 152 с.
4. Колшанский Г.В. Контекстная семантика / Г.В. Колшанский. — М. : Наука, 1980. — 154 с.
5. Минкин Л.М. К вопросу о многоаспектности предложения и композиции языковой синтаксической системы / Л.М. Минкин // Иностранные языки в школе. — 1980. — № 4. — С. 15–19.
6. Реферовская Е.А. Лингвистические исследования структуры текста / Е.А. Реферовская. — М. : Просвещение, 1983. — 215 с.
7. Степанов Ю.С. В поисках прагматики / Ю.С. Степанов // Известия АН СССР. — 1981. — № 4. — С. 325–332.
8. Шахнарович А.Н. Семантические аспекты коммуникативной функции языка / А.Н. Шахнарович // Язык как коммуникативная деятельность человека. — М. : Наука, 1987. — С. 26–30.
9. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм — «за» и «против». — М., 1975. — С. 193–230.

В работе рассматриваются сферы влияния средств массовой коммуникации, которые обеспечивают создание и восприятие текста. Изучаются основные факторы речевой деятельности, а именно: закономерности порождения и восприятия речевого сообщения (текста).

Ключевые слова: коммуникация, текст, речевая деятельность, реципиент.

The paper deals with the issues of communication pertaining to creating and understanding texts. The regularities of generating and understanding verbal messages (texts) are studied. Problems of verbal communication are tackled from the standpoint of textlinguistics.

Key words: communication, text, speech activity, recipient.