

ИСТОЧНИКИ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Carrión, Miguel de. Las honradas. – La Habana: Ed. Letras cubanas, 1981. – 483p.
2. Cela, Camilo José. Novelas cortas y cuentos. – Moscú: Ed. Ráduga, 2001. – 256 p.
3. García Márquez, Gabriel. – La mala hora. El coronel no tiene quien le escriba. – Moscú: Ed. Ráduga, 2002. – 304p.
4. Unamuno Miguel de. Niebla. – Sanct-Petersburgo: Antología, KARO, 2006. – 256 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Викторія Вещицкая – аспірантка кафедри іспанської філології Одеського національного університету ім. І. Мечникова.

Научные интересы: функціональна граматики іспанського мови.

ФУНКЦІОНАЛЬНА СТРУКТУРА ПРАГМАТИЧНОГО КОНТЕКСТУ

Людмила КОВАЛЬЧУК (Луцьк, Україна)

У статті розглянуто структуру прагматичного контексту та проаналізовано функціонування його компонентів у дискурсі.

The article is dedicated to the study of the structure of pragmatic context and the analysis of functioning of its components in the discourse.

До пріоритетних напрямків дослідження сучасної лінгвістики належить вивчення контекстуальних особливостей дискурсу. Основні положення даної проблеми викладені у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як: Н. Арутюнової, Ф. Бацевича, Г. Колшанського, В. Кухаренко, М. Макарова, Г. Почепцова, О. Селіванової, Т. ван Дейка, А. Дюранті, Ч. Гудвіна, Дж. Вершуерена та інших.

Дискурс інтегрує текст з контекстом. У руслі сучасних лінгвістичних досліджень відбувається фундаментальне переосмислення поняття контексту. Контекст як невід’ємна складова дискурсу передбачає урахування не лише текстового масиву, а й позалінгвальних соціальних та референційних (обставинних, просторових та часових параметрів), когнітивних та психологічних чинників, які опосередковують взаємодію учасників спілкування [4: 252].

Широка дефініція контексту у сучасній лінгвістиці є основою його поділу на лінгвістичний, соціальний, культурний, психологічний, зовнішній, вертикальний, ситуативний, операційний, глобальний (комунікативний) контексти [3: 119].

У працях Дж. Вершуерена та Т. ван Дейка особлива увага приділяється вивченню *прагматичного контексту*, в межах якого реалізуються мовленнєві акти, що здійснюються відповідно до принципів та правил мовленнєвої поведінки і характеризуються інтенційністю, цілеспрямованістю та конвенційністю.

У фокусі даного дослідження перебувають структура прагматичного контексту та функціонування його складових у дискурсі. Аналіз прагматичного контексту є необхідною умовою для адекватної інтерпретації висловлення. Визначення інтенційності мовленнєвого акту відбувається після розуміння змісту висловлення та співставлення прагматично важливої інформації, що міститься у висловленні, з інформацією, отриманою при аналізі прагматичного контексту.

Структура прагматичного контексту, запропонована Дж. Вершуереном, включає в себе такі компоненти: мовець, слухач /інтерпретатор, фізичний, соціальний і ментальний контекстуальні аспекти [10: 76]. Центральними елементами в даній структурі є мовець, який продукує висловлення, та слухач /інтерпретатор, який його інтерпретує. Фізичний, соціальний та ментальний контекстуальні аспекти стають релевантними в процесі їх активізації комунікантами в конкретній комунікативній ситуації.

Мовець може виконувати функцію продуцента як первинного, так і вторинного джерела інформації залежно від того, хто є автором вихідного висловлювання. Для прикладу порівняємо:

(1) *“Honey, I’m sorry”, Joe said. “I just need sleep”.*
“So sleep”.

“I will, if you’ll get me that bottle of pills from the counter” [6: 85].

У першому прикладі Джо є автором первинного джерела інформації (*“Honey, I’m sorry”, “I just need sleep”, “I will, if you’ll get me that bottle of pills from the counter”*), адже він уперше продукує висловлення, конкретизуючи існуючий контекст.

(2) *“I’ve got a better idea”, said Charles. “Why don’t I go over Morrison’s head to the director and just lay the cards on the table, explain that it’s infinitely more important for us to stay with our own work”.*

“I can’t imagine it will help”, cautioned Ellen.

“Morrison told the decision came from the board of directors”...

“I think you are just asking for trouble” [7: 47].

У другому прикладі Чарльз є вторинним джерелом інформації, оскільки автором вихідного висловлення про його звільнення є не він сам, а рада директорів та його безпосередній керівник Морісон (*“Morrison told the decision came from the board of directors”*), а він лише констатує цей факт.

У свою чергу слухач /інтерпретатор в процесі комунікації може виконувати функцію як активного реагента, так і стороннього реципієнта. Наприклад:

(3) *“You remember who’s coming tomorrow night, don’t you?” Dad asked.*

Marybeth had not thought about it at all with everything that had happened that morning.

“Your mother”.

“My mother?” Marybeth echoed. “So we’ll be back in the house by then”.

Joe grimaced [6: 29].

В наведеному прикладі активним реагентом на почуте повідомлення батька про приїзд матері виступає Мерібет (*“So we’ll be back in the house by then”*), а комунікативне реагування стороннього реципієнта Джона відбувається на невербальному рівні як емоційна реакція (*Joe grimaced*), чим засвідчується факт того, що сторонній реципієнт не лише почув розмову, але й виступив у ролі інтерпретатора змісту висловлення.

Важливим при аналізі прагматичного контексту є вихідний контекст комунікації, який включає не лише події, які відбулися безпосередньо перед мовленнєвим актом, а й акумульовану в пам’яті інформацію про події, що відбулись задовго до його початку, при чому активізується лише та інформація, яка є релевантною для даної комунікативної ситуації [2: 21].

Прагматичний контекст являє собою ієрархічну структуру, яка визначається в термінах соціальних структур, оскільки мовленнєві акти є складовою частиною соціальної взаємодії. Соціальний контекст є абстрактним конструктором стосовно реальних комунікативних ситуацій і накладається на складові прагматичного контексту. Соціально релевантними є лише ті характеристики учасників спілкування, які визначають їх комунікативну поведінку. Т. ван Дейк детермінує соціальний контекст в таких категоріях: особисте /суспільне, формальне /неформальне. Дані поняття характеризують різні види соціальних контекстів, наприклад, приватні інститути (сім’я), громадські інститути (суд, лікарня, вуличний рух), неформальні громадські місця (салон автобуса, ресторан), формальні громадські місця (зал судових засідань). Дані соціальні контексти можуть бути детальніше проаналізовані в термінах таких категорій: позиції (ролі, статуси), властивості (стать, вік), стосунки (авторитет, перевага), функції (“батько”, “суддя”, “слуга”). Названі характеристики соціальних контекстів і характеристики їх учасників взаємопов’язані, оскільки вони визначають комунікативні дії учасників спілкування. Наприклад:

(4) *“John”, said his mother, “you sweep the front room for me like a good boy, and dust the furniture. I’m going to clean up here”.*

“Yes’m”, he said, and rose. She had forgotten about his birthday. He swore he would not mention it. He would not think about it any more [5: 24].

Ситуація комунікативної взаємодії маркує той факт, що в сім’ї функція батьків, яка пов’язана з набором властивостей та стосунків (влада, авторитет), визначає набір можливих дій. В даному випадку це звернення матері до сина Джона з вимогою прибрати кімнату (*“you sweep the front room for me like a good boy, and dust the furniture...”*), тоді як функція сина конвенційно не допускає подібних дій відносно матері.

В межах соціального контексту існує набір правил, законів, принципів, норм та цінностей, що визначають, які дії асоціюються з конкретними позиціями та функціями комунікантів. Наприклад:

(5) *That Wednesday morning, at a few minutes past eleven, Arthur Brown knocked on the door to Cynthia Keating’s apartment.*

“Yes, who is it?” she asked.

“Police”, Brown said.

“I don’t know you”, she said.
 “Detective Brown”, he said. “Eighty-seventh Squad”.
 “I already spoke to the others”, she said.
 “We have a few more questions, ma’am”.
 “Is this legal?”
 “Sure. I have a warrant for your arrest” [9: 101-102].

У даному прикладі детектив Браун має повне право на допит підозрюваної Сінтії Кітінг у скоєнні вбивства, маючи при цьому ордер на її арешт (“*I have a warrant for your arrest*”). І відповідно до закону, вона повинна виконувати вказівки детектива, інтерпретуючи його поведінку як прояв законної релевантної дії в даній комунікативній ситуації.

Важливим аспектом прагматичного контексту є *ментальна структура* комунікантів, а саме: їх знання, думки, потреби, бажання, відношення, установки, особисті якості, почуття та емоції. Прагматичний контекст включає в себе самоаналіз з точки зору слухача /інтерпретатора. Для визначення ефективності мовленнєвого акту слухач /інтерпретатор повинен проаналізувати свої попередні дії, знання, стосунки, бажання та емоції. Наприклад:

(6) “You want some pizza?” she asked.
 “Coffee might be better”, Danny said and started to rise.
 “Sit”, Carella said, “I’ll get it. You want anything with it?”
 “The pastry looks good”, Danny said. “Bring me one of them chocolate things, okay?” [9: 46]?

В наведеному прикладі пропозиція Карели щодо вибору страви на обід корегується з боку Денні його особистими бажаннями та перевагами (“*Coffee might be better*”, “*The pastry looks good*”, “*Bring me one of them chocolate things, okay?*”) і направлена на реалізацію поставленої мети.

Фізичний аспект прагматичного контексту охоплює просторово-часові особливості спілкування. Він впливає на зміст та форму висловлення, а також на формування атмосфери спілкування [1: 67].

Серед різновидів часу виокремлюємо наступні: час події, що відбулась до реалізації висловлення, час висловлення, який є його дійсним центром, та референційний час, що характеризується певним ступенем невизначеності. Наприклад:

(7) “When did you fly east?” Brown asked her.
 “Yesterday”, she said. “On the Red Eye”.
 “And you go back when?”
 “Oh. Not for a while. I’m planning to do Christmas shopping”.
 “This must be very exciting for you”.
 “Oh yes, it is!” she said. “I can’t wait for it to open!”
 “When will that be?”
 “Next fall sometime”, Naomi said. “Provided there’s a theatre available”.
 “That seems a long way off”.

“Well”, Naomi said, “the show’s been lying dormant since in closed in 1928, so I guess it can wait a few months more” [9: 201-202].

Інтерактивна ситуація репрезентує комбінацію трьох часових вимірів: час події (“*in 1928*”), час висловлення (“*yesterday*”, “*next fall*”) та референційний час (“*not for a while*”, “*a long way off*”, “*a few months more*”).

Простір представляють як індикатори абсолютних, так і відносних конвенційних просторових відношень. Просторова віднесеність залежить від перспективи мовця або слухача /інтерпретатора та їх просторової орієнтації. Наприклад:

(8) “You going North”, her mother said then. “And when you reckon on coming back?”
 “I don’t reckon on coming back”, she answered. “It’s rather far from here” [5: 92].

Абсолютний просторовий вимір “*North*” є загальноприйнятим конвенційним поняттям, в той час як “*It’s rather far from here*” є відносним і залежить від просторової орієнтації мовця та слухача /інтерпретатора.

Комунікативні дії учасників спілкування є контекстуально зумовленими і не можуть бути адекватно інтерпретованими без розуміння контекстуальних умов здійснення комунікації. Такі умови кваліфікуються терміном “контекстуалізація”. Контекстуалізація – це неминучий процес, на який покладаються мовець та слухач /інтерпретатор при реалізації та інтерпретації висловлення. Контекстуалізація полягає у використанні комунікантами

вербальних та невербальних засобів для встановлення зв'язку між висловленням та набутими фоновими знаннями для його адекватної інтерпретації [8: 230].

Прагматичний контекст є динамічним утворенням. Знання комунікантів, їх концептуальна система постійно модифікуються. Динаміка когнітивних утворень, старих і нових знань відображається в термінах зміни статусу пропозиції: релевантна пропозиція актуалізується в мові, після чого вона стає частиною безпосереднього контексту, знаходячись в оперативній робочій пам'яті комунікантів, звідки вона може перейти на глибші рівні зберігання інформації, ставши частиною узагальненого образу ситуації, моделі прагматичного контексту.

Аналіз прагматичного контексту є безперервним процесом: попередній мовленнєвий акт генерує контекст для наступного мовленнєвого акту. Така послідовність мовленнєвих актів може аналізуватись на глобальному рівні як єдине ціле, як один глобальний мовленнєвий акт або макромовленнєвий акт.

Таким чином, при інтерпретації висловлення, що тісно пов'язане з аналізом прагматичного контексту, необхідно комплексно проаналізувати всі його аспекти, в єдності усіх компонентів, оскільки вони взаємопов'язані, взаємозалежні та взаємодіють в процесі здійснення комунікації. Орієнтація в прагматичному контексті допомагає вибору комунікативних стратегій, які сприяють успіху в спілкуванні.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. - Київ: Академія, 2004. -343с.
2. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – Москва: Прогресс, 1989. – 311с.
3. Селіванова О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд). – Київ: Фітосоціоцентр, 1999. – 148с.
4. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія.- Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716с.
5. Baldwin J. Go Tell It on the Mountain. – New York, 1995. – 291p.
6. Box C.J. Open Season. – New York, 2001. – 296p.
7. Cook R. Fever. - New York, 1982. – 311p.
8. Duranti A., Goodwin C. Rethinking Context. – Cambridge: Cambridge University Press, 1995. – 363p.
9. McBain E. The Last Dance. – New York, 1999. – 304p.
10. Verschueren J. Understanding Pragmatics. – London, New York: Oxford University Press, 1999. – 295p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Людмила Ковальчук – аспірантка кафедри англійської філології Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Наукові інтереси: комунікативна лінгвістика, дискурсознавство.

КАТЕГОРІЯ ІМПЛІЦИТНОСТІ В ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

Ольга ЛЯНГ (Львів, Україна)

Стаття присвячена питанню особливостей організації та передачі імпліцитної інформації у рекламних текстах з огляду на інтенції адресанта та процес декодування імпліцитних смислів.

The article deals with the features of organisation and transmission of implicit information in advertising texts as pertains to the intentions of the addresser and to the process of decoding of the implicit meanings.

Протягом останніх десятиліть реклама та, зокрема, рекламні тексти стають об'єктом досліджень багатьох науковців. Лінгвістів зокрема цікавлять семантичний, синтаксичний, стилістичний, прагматичний потенціали рекламного дискурсу (Н. Кохтев, Т. Лившин, Н. Лиса, Н. Яніх); його структура (Н. Лиса, І. Морозова, А. Солошенко, Н. Яніх); культурологічні, риторичні та психологічні аспекти у рекламних текстах (Л. Хромов, І. Імдаль, У. Цойнер); співіснування візуального та вербального компонентів (Т. Шірль); рекламні стратегії (М. Блінкіна-Мельник, Л. Персі, Дж. Россітер, К. Фокс); методи інтерпретації рекламного тексту (Є. Нагорная, Н. Яніх), механізми аргументації в рекламі (Б. Андерсон), поділ інформації на експліцитну та імпліцитну (Є. Нагорная, О. Ткачук-Мірошниченко), маніпуляція у рекламі, її вплив на спосіб мислення реципієнта та формування ним певних асоціацій та смислових категорій (Л. Рюмшина, В. Бетц, Р. Гарріс).

Із звичайного заклику до придбання товару в імперативній формі, коротких слоганів, які переважно не несуть жодного інформативного навантаження, та переліку позитивних якостей продукту рекламний текст (надалі РТ) трансформується у комплексну структуру, при створенні котрої автори (копірайтери) змушені враховувати значну кількість аспектів,