

Висновки й перспективи подальшого дослідження. Специфіка німецькомовного діалогу в драматургії ХХ ст. залежить від його функції. У класичній драмі він має традиційну дієву функцію. Унаслідок втручання автора в текст художнього твору і його подальшої епізації діалог втрачає цю функцію, щоправда, не повністю, а набуває нової характеризувальної, коментувальної. У разі, коли діалог зовсім не здатен просувати дію п'єси, передаючи цю дієвість авторській ремарці, йому залишається лише додаткова функція, що характерно для експериментальної драми, стильова своєрідність якої орієнтує на подальше поглиблене дослідження сучасної німецькомовної драматургії.

Джерела та література

2. Поспелов Г. Н. Проблемы литературного стиля / Г. Н. Поспелов. – М. : Изд-во МГУ, 1970. – 329 с.
3. Винокур Г. О. Избранные работы по русскому языку / Г. О. Винокур. – М. : Учпедгиз, 1959. – 492 с.
4. Брандес М. П. Стилистика немецкого языка / М. П. Брандес. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Высш. шк., 1990. – 320 с.
5. Волькенштейн В. М. Драматургия / В. М. Волькенштейн. – М. : Сов. писатель, 1960. – 338 с.
6. Hofmannsthal H. von. Das Salzburger große Welttheater / H. Hofmannsthal. – Frankfurt a.M., Insel – Verlag, 1955. – 79 S.
7. Hauptmann G. Vor Sonnenuntergang / G. Hauptmann. – М. : Verl. für fremdsprachige Literatur, 1960. – 146 S.
8. Mann Th. Fiorenza / Th. Mann. – Frankfurt a.M., Fischer Verlag, 1959. – 114 S.
9. Handke P. Publikumsbeschimpfung / P. Handke // Österreichische Dramen. – Berlin, Volk u. Welt, 1982. – S. 203–242.

Горюнова Марина. Функции диалога и авторской ремарки в жанре немецкоязычной драмы ХХ ст. Исследованы особенности функции диалога и авторской ремарки на основе анализа стилистической специфики языка драматургии ХХ ст., исходя из того, что художественное произведение представляет собой следствие синтеза отобранных средств как на лингвистическом, так и экстралингвистическом уровнях. В статье сделана попытка показать, что действенная функция языка драмы зависит от позиции автора по отношению к художественному тексту, а синтез диалога и авторской речи в текстовом поле порождает не только новые функции драматургического диалога, но и жанровое своеобразие немецкоязычной драмы указанного периода.

Ключевые слова: драма, диалог, авторская ремарка, действенная функция диалога.

Goriunova Maryna. The Dialogue and Author's Remark Functions in the Genre of German-Speaking Drama of the 20th Century. The research of the dialogue and author's remark function peculiarities has been done based on the style specific character analysis in the play writing language of the 20th century, proceeding from the suggestion that the artistic work is the result of the selective means synthesis both at the linguistic and the extra-linguistic levels. The attempt has been made in the paper to show that the efficacious function of drama language depends upon the author's position regarding fiction text, and the dialogue and author's speech synthesis in the text field gives birth not only to the dramatic dialogue new functions, but also to the German-speaking drama of the above period of time genre peculiarity.

Key words: drama, dialogue, author's remark, efficacious function of the dialogue.

Стаття надійшла до редколегії
12.03.2013 р.

УДК 811.112.2'42

Ольга Декало

Мовна особистість у сучасному німецькомовному діловому дискурсі

Статтю присвячено дослідженню мовної особистості, її репрезентації в діловому дискурсі. Ураховано основні підходи до розгляду поняття «мовна особистість» у сучасній лінгвістиці; увагу приділено різним видам компетенції, від якої залежить успішність процесу комунікативної взаємодії учасників дискурсу. З'ясовано специфіку статусно-рольових відносин комунікантів у німецькомовному діловому дискурсі, а також здійснено ідентифікацію індивідів у комунікативній бізнес-ситуації за типом мовної особистості.

Ключові слова: діловий дискурс, мовна особистість, мовленнєва діяльність, соціальний статус, компетенція, мовленнєва поведінка, комунікативна взаємодія, комунікативна бізнес-ситуація.

Постановка наукової проблеми та її значення. Інтенсивний розвиток суспільства в процесі глобалізації відчутно позначається на мовній особистості як безпосередньому носієві комунікації. Котра володіє певним досвідом, системою індивідуальних знань про навколишній світ, що, безумовно, впливає на мовну свідомість особистості; визначаються нові можливості та умови її функціонування в сучасному комунікативному середовищі. Потреба всебічного аналізу людського чинника в мовленні зумовлена принципом антропоцентризму до вивчення одиниць мовного коду, їх значень у конкретному дискурсивному контексті, зафіксованих у вигляді актів комунікації.

Значний внесок у дослідження поняття «мовна особистість» та її ролі в комунікативному процесі зробили і вітчизняні (Ф. С. Бачевич, Г. Г. Почепцов, О. О. Селіванова, О. В. Тарасова, О. В. Яшенкова), і зарубіжні вчені-лінгвісти (Н. Д. Арутюнова, В. І. Карасик, Ю. М. Караулов, В. В. Красних, О. С. Кубрякова, К. Ф. Сєдов, Н. І. Формановська, Б. Джонстоун, Дж. Р. Едвардс, Й. Райхертц). Роботи цих дослідників присвячені проблемі визначення мовної особистості, формуванню типології мовних особистостей, своєрідності їхніх концептуальних та мовних картин світу, які впливають на стереотипи мовленнєвої поведінки та на комунікативну взаємодію загалом. Мова постає як механізм для здійснення людиною певних цілей у сфері пізнання реального світу та його опису, а також у комунікативних висловленнях.

Актуальність пропонованої статті визначається спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на вивчення мовної особистості як суб'єкта певного типу дискурсу, його компетенції в конкретній комунікативній ситуації. Актуальним, на нашу думку, є виявлення специфіки впливу статусно-рольових характеристик комунікантів на процес міжособистісної інтеракції. **Об'єктом** дослідження виступає сучасний німецькомовний дискурс, один із важливих комунікативно-прагматичних параметрів якого – мовна особистість як носій ділової комунікації у сфері бізнесу.

Мета нашої розвідки полягає у визначенні поняття «мовна особистість» у сучасних філологічних студіях, виявленні своєрідності її репрезентації в діловому дискурсі, з'ясуванні особливостей статусно-рольових амплуа адресанта та адресата німецькомовного ділового дискурсу, здійсненні їх ідентифікації за типом мовної особистості в контексті певної бізнес-ситуації.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**: 1) узагальнити різні підходи до аналізу поняття «мовна особистість» у сучасному мовознавстві; 2) з'ясувати роль компетенції в структурі особистості; 3) виявити специфіку репрезентації мовної особистості в діловому дискурсі з урахуванням її статусно-рольової можливості та типової ідентифікації комуніканта в конкретному ситуативному контексті.

Матеріал дослідження – фрагмент німецькомовного ділового дискурсу, виокремлений нами з фільму «*Die Alpenklinik – Notfall für Dr. Guth*», який уможливує аналіз мовної особистості з урахуванням її статусно-рольових відносин у конкретній комунікативній бізнес-ситуації.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. На сучасному етапі розвитку лінгвістики мовну особистість розуміють як іманентну ознаку особистості, як носія мови й комуніканта, що характеризує її мовну та комунікативну компетенцію і реалізацію їх у процесах продукування, сприйняття, розуміння й інтерпретації вербальних повідомлень, текстів, під час комунікативної взаємодії [6, с. 445]. Створені мовною особистістю повідомлення вирізняються «рівнем структурно-мовної складності та глибиною й точністю відображення дійсності» [1, с. 188].

В. В. Красних уважає, що доречним буде розмежовувати поняття, які позначають особистість як суб'єкт мовленнєвої діяльності та демонструють різні відтінки позначення людини в просторі. Дослідник пропонує виділяти: 1) мовця (особистість, один із видів діяльності якої – мовленнєва діяльність, що охоплює і процес породження, і процес сприйняття мовленнєвого повідомлення); 2) мовну особистість (проявляє себе в мовленнєвій діяльності, володіючи сукупністю певних знань та уявлень про світ); 3) мовленнєву особистість (реалізує себе в комунікації, обираючи та здійснюючи ту чи ту стратегію і тактику спілкування та використовуючи потрібний репертуар і лінгвальних, і екстралінгвальних засобів); 4) комунікативну особистість (виступає конкретним учасником конкретного комунікативного акту, що реально діє в конкретній комунікації) [4, с. 151]. Під час дослідження людської особистості дотримуємося вживання терміна «мовна особистість», адже, на нашу думку, він поєднує в собі характерні ознаки і мовленнєвої, і комунікативної особистостей та виступає відносно узагальненим поняттям, оскільки будь-який індивід у процесі своєї мовленнєвої діяльності, при побудові акту комунікації використовує конкретний набір мовних та позамовних засобів для досягнення певного результату.

Уведенню поняття «мовна особистість» у широкий науковий обіг завдячуємо російському дослідникові Ю. М. Караулову, підхід до вивчення якої ґрунтується на синтезі трьох рівнів її моделі. *Вербально-семантичний рівень* передбачає володіння мовною системою у вигляді усного чи письмового мовлення. Одиницями *тезаурусного (когнітивного) рівня* виступають релевантні поняття, ідеї, концепти, що вибудовуються в кожній мовній особистості в упорядковану, систематизовану «картину світу», яка відображає національну ментальність, свідомість окремої людини. *Мотиваційно-прагматичний рівень* охоплює інтенції, мотиви, цільові установки, принципи, конвенції, стратегії, правила спілкування, набір фонових знань [3, с. 60–61]. Саме відповідно до прийнятих у певному соціумі мовних, когнітивних та прагматичних правил конкретна мовна особистість може реалізувати себе в різних сферах спілкування. Таким чином вона намагається задовольнити необхідні потреби свого існування, тобто взаємодіє в комунікативному просторі [5, с. 113].

У мовленнєвій організації індивіда В. І. Карасик виокремлює п'ять аспектів: 1) мовну здатність як органічну можливість навчитися спілкуватися; 2) комунікативну потребу, тобто спрямованість на комунікативні умови, на учасників спілкування; 3) комунікативну компетенцію як вироблене вміння здійснювати спілкування в його різних реєстрах для оптимального досягнення мети; 4) мовну свідомість як активне вербальне відображення у внутрішньому світі його зовнішнього відповідника; 5) мовну поведінку як усвідомлену й неусвідомлену систему вчинків, що розкривають характер та спосіб життя людини [2, с. 7]. Наведені аспекти характеризуються своєю неоднорідністю, проте, процес мовленнєвої діяльності людини забезпечує і абстрактне, і конкретне їх співіснування у нерозривній єдності.

У структурі мовної особистості відбувається синтез мовної та комунікативної компетенцій, достатнім рівнем яких повинна володіти людина для забезпечення повноцінної комунікації. Високий ступінь сформованості знань мовного коду в учасників спілкування, здатність мобілізувати навички у різноманітних ситуаціях із урахуванням невербальних факторів інтеракції, правил, конвенцій та норм спілкування певного соціуму – дасть змогу ефективно виконати конкретні комунікативні завдання.

Найважливіший компонент системи комунікативної ситуації – комунікант – мовна особистість, суб'єкт комунікативного акту, котрий здійснює передавання інформації й комунікативного впливу чи сприймає та інтерпретує її [7, с. 100]. У дискурсі комунікант представлений реальною особистістю, яка відображає властиві їй позиції, світогляд, мету спілкування за посередництвом елементів конкретної семіотичної системи у своїй мовленнєвій діяльності з орієнтацією на іншого комуніканта як невід'ємного учасника цілісного комунікативного процесу. У процесі міжособистосної взаємодії комунікант виконує дві ролі: адресанта та адресата. Під час розгортання розмови комунікативні ролі індивідів можуть змінюватися під впливом їх цільових установок, інтенційно-стратегічних програм та схем їх утілення, тому в дискурсі мовна особистість реалізується в адресанто-адресатних відносинах як його активний суб'єкт, від діяльності якого залежить успішність комунікації. Адресант породжує та передає повідомлення, скеровуючи комунікативні дії, щоби знайти оптимальні шляхи інтеракції з адресатом, ініціювати тематичний репертуар спілкування у взаємозв'язку з комунікативною метою. Адресат отримує інформацію, за певних ситуативних умов здійснює її смислову інтерпретацію та відповідно реагує на висловлення адресанта. Від спроможності та готовності адресата сприймати повідомлення адресанта залежить ефективність отримання бажаного перлокутивного ефекту.

У комунікативному процесі взаємодіють між собою не просто адресант та адресат, а конкретні особистості, які репрезентують різний характер статусно-рольових відносин у конкретному дискурсивному контексті, безпосередньо чи опосередковано впливаючи один на одного за допомогою мовних одиниць, що є не лише засобом комунікації, а, передусім, вказівкою на соціальний статус та особисту перевагу комуніканта, а отже засобом панування [8, с. 212], залежно від власних релевантних інтенцій, які є рушійною силою для виникнення комунікативних актів.

Як один із типів інституційного дискурсу діловий дискурс продукується та функціонує відповідно до певних соціально-інституційних вимог у вигляді комунікативної діяльності індивідів, які реалізують при цьому свої статусно-рольові можливості [2, с. 193]. У комунікативних бізнес-ситуаціях статусно-рольові відносини визначають ієрархію взаємовідносин учасників ділового дискурсу, які характеризують симетричність чи асиметричність їх позицій у комунікативному процесі, що зумовлюється їхнім соціальним статусом та детермінує певну мовленнєву поведінку. Симетричність

відносин відображає баланс комунікативних статусів, який реалізується у вигляді паритетного спілкування, тобто інтеракція відбувається між партнерами, конкурентами або колегами одного рангу, щоб здійснити обмін інформацією, розв'язати низку проблемних питань, спланувати напрям діяльності, та, зазвичай, відзначається напівофіційною тональністю спілкування. Асиметричність, навпаки, демонструє дисбаланс комунікативних статусів, оскільки репрезентує соціальну нерівність комунікантів, які перебувають на різних ієрархічних рівнях: низхідному (згори вниз) чи висхідному (знизу вгору) у вигляді взаємодії між керівником та підлеглим, продавцем та покупцем/клієнтом для повідомлення або запиту конкретної інформації, надання різноманітних розпоряджень, актуальних пропозицій чи точних даних. Ситуативні норми комунікативної поведінки, з огляду на асиметрію соціально-рольових статусів учасників ділового дискурсу, змінюється зі зміною комунікативної бізнес-ситуації.

Мовна особистість як носій ділової комунікації в дискурсі координує дії відповідно до комунікативного наміру, визначає свою мовленнєву поведінку, контролює, а також вносить певні корективи в процес міжособистісної взаємодії. Тому, під час вивчення учасника ділового дискурсу орієнтуються і на врахування типу мовної особистості в конкретному ситуативному контексті: гармонійний (характеризується домінуванням маркерів упевненості, дотриманням соціальних схем та норм, підтриманням принципів кооперації), конфліктний (налаштований на лідерство у спілкуванні, на егоцентричність мовлення, прагнення до зміни теми розмови, конфліктне зіткнення інтересів) та імпульсивний (відзначається швидкою зміною позицій і тем спілкування, схильністю до негативної оцінки, прагненням лідерства) [1, с. 189; 7, с. 106].

Кожному соціальному контекстові відповідає індивідуальний стиль мовленнєвої поведінки комуніканта. На оформлення висловлень учасників ділового дискурсу значно впливає рівень офіційності комунікативної бізнес-ситуації. Добір засобів впливу на адресата спілкування відбувається з урахуванням його соціального статусу, який певним чином маркується в семантичному значенні деяких одиниць мовного коду. Пріоритети мовленнєвої діяльності, детерміновані соціальним статусом, установлюються також за конкретних комунікативних обставин. Соціальна нерівність адресанта та адресата ділової комунікації маніфестується через часте використання у висловленнях комуніканта, нижчого за статусом, увічливих звертань, різних форм виявлення поваги. А висловленням комуніканта, соціальний статус якого вищий, ніж статус його партнера зі спілкування, притаманна директивність, категоричність. Наведемо фрагмент німецькомовного ділового дискурсу:

Herr Pfitzer: Herr Rosner! Entschuldigung!

Herr Rosner: Herr Pfitzer, was gibt's?

Herr Pfitzer: Wir brauchen ein neues Regal.

Herr Rosner: Wieso? Da ist Platz genug.

Herr Pfitzer: Aber die ganze Fuhre trägt es nicht mehr.

Herr Rosner: Blödsinn! Die Hölzer waren immer hier eingeschlichtet.

Herr Pfitzer: Die zehn Achter, ja. Aber nicht die schweren Pfosten.

Herr Rosner: Pfitzer, das geht sich locker aus. Und außerdem im Sägewerk sind noch Dachlatten, die müssen ebenfalls da drauf. [9, 02:31–03:12].

У наведеному прикладі мовленнєва взаємодія відбувається між адресантом (*Herr Pfitzer – Arbeiter im Baubetrieb*) й адресатом (*Herr Rosner – Chef von Rosner Baustoffhandel*) дискурсу, які перебувають на різних ієрархічних рівнях, тобто демонструють асиметричність позицій у комунікативній бізнес-ситуації у висхідному напрямку спілкування: підлеглий → начальник. Предмет обговорення комунікантів – потреба в новому стелажі для деревини, яку потрібно розвантажити на складі будівельних матеріалів. В умовах непаритетної організації комунікації вибір та використання конкретних комунікативних ходів адресанта, що має нижчий за адресата соціальний статус, зумовлюється залежністю від реакції адресата, яка, безумовно, прогнозується ініціатором міжособистісної інтеракції. Так, на висловлення адресата *Wieso? Da ist Platz genug* адресант дискурсу намагається об'єктивно мотивувати важливість своєї позиції з розрахунку на навантаження деревини: *Aber die ganze Fuhre trägt es nicht mehr*. Докладне пояснення причин свого занепокоєння адресант залучає для остаточного переконання партнера зі спілкування у наступних комунікативних ходах: *Die zehn Achter, ja. Aber nicht die schweren Pfosten*, які загалом виявляються неефективними, не спонукають адресата до конкретних дій.

Саме вплив вищого статусу адресата, який має суб'єктивну думку щодо висунутої ініціатором комунікативної діяльності проблеми, зважає адресантові ділового дискурсу досягти бажаного результату, тобто вмовити адресата створити підлеглим безпечні умови праці. Адресат спілкування перебуває в пріоритетній позиції, він упевнений у тому, що його рішення – достатня підстава для беззаперечного його виконання адресантом: *Pfützer, das geht sich locker aus. Und außerdem im Sägewerk sind noch Dachlatten, die müssen ebenfalls da drauf*, надаючи своїм мовленнєвим діям на завершальному етапі розмови певної директивності через висловлення з модальним дієсловом *müssen*, ілюкутивна семантика якого виражає відтінок потреби.

Результат безпосередньої мовленнєвої інтеракції значно залежить від того, наскільки залучений у ситуацію спілкування її адресат. Його бажання сприймати націлене на нього повідомлення, що визначає характер взаємодії між комунікантами, валідність їх статусно-рольових амплуа в процесі реалізації комунікативних намірів. Вияв типової ідентифікації конкретних індивідів у певному контексті відбувається крізь призму семантичних значень мовних засобів в їх актах комунікації, які дають чітке уявлення про особистісні риси учасників ділового дискурсу, а саме: адресант спілкування (підлеглий) виявляється гармонійною мовною особистістю, оскільки в його комунікативних ходах відсутня виражена боротьба за роль комунікативного лідера, наявність ввічливого звертання, дотриманням соціальних норм на протигагу адресатові (начальникові), який є конфліктною особистістю з притаманним йому бажанням лідерства в спілкуванні, наявністю сарказму у висловленнях, конфліктне зіткнення інтенцій.

Висновки. Антропоцентричний підхід до мовної системи передбачає виділення та вивчення мовної особистості як суб'єкта ділової комунікації, адже суб'єктивність відображає природну егоцентричність людського мовлення. У діловому дискурсі безпосередня комунікативна взаємодія актуалізується за наявності адресанта й адресата спілкування з притаманними кожному індивідуальними діями в умовах бізнес-ситуації. Під впливом статусно-рольових відносин комунікантів визначається характер їх мовленнєвої поведінки в інтеракційному процесі. Взаємозв'язок виражається в реакціях учасників ділового дискурсу та в їх безпосередній залежності один від одного з орієнтацією на власні комунікативні завдання, демонструючи таким чином свою особистісну ідентифікацію в конкретній комунікативній ситуації. Успішність міжособистісного спілкування зумовлена високим рівнем володіння індивідом мовною та комунікативною компетенцією у певному дискурсивному контексті.

Перспективи подальшого дослідження. Подальше дослідження ділового дискурсу спрямоване на розкриття чинників ефективної та неефективної комунікативної взаємодії адресанта й адресата ділової комунікації в умовах різних бізнес-ситуацій.

Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Флорій Сергійович Бацевич. – К. : Вид. центр «Академія», 2004. – 344 с.
2. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / Владимир Ильич Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
3. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Юрий Николаевич Караулов. – [7-е изд.]. – М. : Изд-во ЛКИ, 2010. – 264 с.
4. Красных В. В. Основы психолінгвістики и теории коммуникации : курс лекций / Виктория Владимировна Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2001. – 270 с.
5. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Георгий Георгиевич Почепцов. – Москва : «Рефл-бук», Киев. : «Ваклер», 2000. – 352 с.
6. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2010. – 844 с.
7. Селіванова О. О. Основы теории мовної комунікації : підручник / Олена Олександрівна Селіванова. – Черкаси : Вид-во Чабаненко Ю. А., 2011. – 350 с.
8. Reichertz J. Kommunikationsmacht : Was ist Kommunikation und was vermag sie? Und weshalb vermag sie das? / Jo Reichertz. – Heidelberg : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009. – 267 S.

Джерела ілюстративного матеріалу

1. Die Alpenklinik – Notfall für Dr. Guth : [Spielfilm, Romanze]. – Österreich : Mona Film Produktion GmbH, 2011. – 89 Min.

Декало Ольга. Языковая личность в современном немецкоязычном деловом дискурсе. Стаття посвящена исследованию языковой личности, ее репрезентации в деловом дискурсе. Учитываются основные подходы к рассмотрению понятия «языковая личность» в современной лингвистике; внимание уделяется разным видам компетенции, от которой зависит успешность процесса коммуникативного взаимодействия участников дискурса. Выясняется специфика статусно-ролевых отношений коммуникантов в немецкоязычном деловом дискурсе, а также осуществляется идентификация индивидуумов в коммуникативной бизнес-ситуации по типу языковой личности.

Ключевые слова: деловой дискурс, языковая личность, речевая деятельность, социальный статус, компетенция, речевое поведение, коммуникативное взаимодействие, коммуникативная бизнес-ситуация.

Dekalo Olga. Language Personality in Modern German Business Discourse. The article deals with the investigation of language personality, its representation in the business discourse. The main approaches to the consideration of the notion of language personality in modern linguistics are highlighted in the article; the attention is given to the different types of competence, on which depends the success of the communicative interaction of discourse participants. It turns out the specific character of the social and role relationships of communicants in the German business discourse; and also the identifying of individuals in communicative business situation by the type of language personality is carried out in the article.

Key words: business discourse, language personality, speech activity, social status, competence, speech behaviour, communicative interaction, communicative business situation.

Стаття надійшла до редколегії
12.03.2013 р.

УДК 82.09. (821.111(94))

Галина Драпак

Категорія читача в літературознавчих роботах В. Гібсона та Дж. Принса

У статті здійснено спробу висвітлити категорії читача як співтворця тексту з погляду теорії читачького відгуку. Її представники, розглядаючи акт читання як форму діалогу між читачем та текстом, який набуває значення лише за умови їх взаємного спілкування, наголошували на важливості ролі читача. Авторка статті зосередила увагу на розгляді категорії читача в літературно-критичному осмисленні В. Гібсона та Дж. Принса, праці яких стали визначальними для становлення та розвитку теорії читачького відгуку.

Ключові слова: читач, теорія читачького відгуку, «фіктивний читач», наратор, наратор, текст.

Постановка наукової проблеми та її значення. Теорія читачького відгуку включає низку теоретико-літературних концепцій та літературно-критичних практик, що набули особливого поширення у Північній Америці та Європі наприкінці 1960–1970 років. Її представники наголошують на визначальній ролі читача та акту читання у процесі інтерпретації текстів. За словами М. Зубрицької, «категорія читача опинилася в полі зору практично всіх літературознавчих шкіл та напрямів і стала пунктом перехрестя найоригінальніших теоретичних ідей у літературно-критичній думці ХХ століття» [2, с. 7]. Теорія читачького відгуку певним чином була реакцією на засадничі принципи нової критики, представники якої зосереджували основну увагу лише на тексті.

Теоретики читачького відгуку розглядають акт читання як форму діалогу між читачем та текстом, який набуває значення лише за умови їхнього взаємного спілкування. Таким чином, текст розглядається не як незалежний об'єкт, а як суб'єкт комунікативної ситуації. Читач трансформується із пасивного реципієнта в активного учасника процесу читання. Своєю чергою текст стає каталізатором спогадів та думок читача, який інтерпретує його крізь призму власного досвіду, що дає підстави для різноманітних інтерпретацій. Сьогодні в літературознавчому дискурсі нараховуємо цілу низку типів читача, а саме: «обізнаний», «фіктивний», «імпліцитний», «ідеальний», «суперчитач» та інші. Усі вони засвідчують, що процес сприйняття тексту складний та багатогранний.