

Ольга Побережник

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ТЕКСТ – ЯК БАГАТОАСПЕКТНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН

Становлення поняття «текст» та розвиток такої галузі дослідження як лінгвістика тексту зробило можливим вивчення більш ємкої одиниці мови - тексту. При цьому лінгвістикою тексту накопичена достатня кількість мовних фактів, що дозволяють вийти за межі традиційної концепції речення. Деякі граматичні явища, що не знаходять свого пояснення в межах речення знаходять його в межах тексту. Крім того, деякі граматичні категорії слова або речення виявляють себе як текстові категорії, які функціонують у текстовому оточенні.

Незважаючи на різноманітність теорій з проблем тексту, всі вони єдині у твердженні того, що текст не існує поза зв'язністю, яка реалізується як процес об'єднання окремих частин тексту в єдине ціле і є результатом взаємодії цілої низки граматичних категорій. На додачу суть самої зв'язності полягає у забезпеченні комунікативності, яка є невід'ємною, системно обумовленою якістю тексту поряд з іншими факторами.

Комунікативність досягається мотивованим відбором і свідомим комбінуванням знаків відповідної моделі смислового поля адресата. Тобто в ході комунікативного акту інформація, що передається, втілюється у конкретну мовну одиницю. Найнижчою з таких комунікативних одиниць є речення, а вищою – текст, бо твердження, що цільна конкретна комунікація розгортається лише у тексті, а саме спілкування набуває значення закінченого інформаційного факту не викликає заперечення.

Виходячи з жанрової різноманітності текстів виявляється диверсифікація їх комунікативної спрямованості що, у свою чергу, зумовлює авторський добір мовних засобів, відібраних на основі їх комунікативної релевантності та їх комунікативно-смислової позиції у тексті, так як речення має з'явитися саме там, де воно вже може бути зрозумілим завдяки достатній передінформації і, щоб ця остання не була б настільки поширена, аби наступне речення не

виявилось пустим повторенням вже сказаного.[2,с.145] В цьому полягає принципова різниця між художніми та нехудожніми текстами. Тексти нехудожнього характеру – заяви, оголошення, наукові роботи, тексти різноманітних газетних жанрів і т. ін. орієнтовані на конкретного адресата, конкретну соціальну ситуацію, конкретний час. У текстах художньої літератури адресат конкретно не визначений, а у просторі такий текст орієнтований як на теперішнє так і на майбутнє.[1,8]

Комунікативність тексту виявляє його соціальний характер, оскільки сама комунікативність являє собою явище соціальне, а будучи явищем соціальним текст інтегрує в собі соціальні процеси через призму мовних засобів. Ці засоби мають бути організовані у такий спосіб, щоб забезпечити адекватне декодування висловлювання. Крім того для досягнення цієї мети вони мають бути універсальними з огляду на те, що потенційні адресати не завжди володіють рівним соціальним досвідом, в той час, як комунікативна інтенція адресанта спрямована на здійснення ідеологічного впливу на адресата, а очікуваним результатом цього впливу є формування або зміна його світогляду.

Співвідношення «знак – людина» є соціолінгвістичним аспектом вивчення мови. Беручи до уваги той факт, що певні мовні знаки та їх сукупність функціонують у певних соціальних групах, у певних комунікативних ситуаціях та з певною комунікативною метою, а потенційні користувачі мовних знаків належать до різних соціальних груп, адресант, що породжує текст, має враховувати стратифікаційні параметри функціонування мови.

В процесі комунікації у тексті здійснюється передача денотативних знань та конотативних асоціацій адресанта, а, як відомо, оцінювання саме по собі вже передбачає наявність прагматичного аспекту. І саме тому з метою досягнення прагматичної мети лексико-граматичні мовні засоби, а також різноманітні стилістичні прийоми виступають як засоби оцінки.

Принципова різниця між художніми та нехудожніми текстами, про що було зазначено вище, зумовлює розбіжність добору мовних засобів для

досягнення прагматичної мети у кожному конкретному тексті. Якщо у художній літературі прагматична авторська інтенція передбачає здебільшого актуалізацію імпліцитних якостей тексту, то у публіцистичному стилі, наприклад, переважають експліцитні засоби передачі денотативно-конотативних знаків.[2,с.8]

Так у аналітичних жанрах газетного тексту прагматично орієнтовані елементи здебільшого «розсіяні» по всьому корпусу тексту. Що стосується інформаційних жанрів, де оцінювання мінімальне, такі елементи часто зосереджуються в заголовку, реалізуючи таким чином прагматичні функції тексту. Як в аналітичних так і в інформаційних жанрах чималу вагу має питання про завершеність тексту стосовно заголовку, яка має зреалізуватись не лише у семантичному, але і у прагматичному плані. В свою чергу прагматично орієнтовані елементи тексту забезпечують його оцінку. Відповідно оцінка, чи то в імпліцитній, чи в експліцитній формі, реалізуючи прагматичний аспект тексту через ретельний добір мовних засобів, сприяє формуванню суспільної думки, а отже реалізації соціолінгвістичного аспекту тексту.

З усього вище згаданого робимо висновок, що одним з найважливіших питань вивчення зв'язного тексту є його прагматичний аспект та його комунікативна спрямованість, а прагматика, в свою чергу, потребує соціолінгвістичної інтерпретації. Ось чому при аналізі такого складного, багатоаспектного лінгвістичного феномену як «текст» не можна не враховувати співвідношення лінгвістичного, прагматичного та соціолінгвістичного аспектів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мороховский А.Н. Некоторые основные понятия стилистики и лингвистики текста. Лингвистика текста и методика преподавания иностранных языков. Сборник / Руковод.авт.кол. Н.В. Бессмертная. – Киев: Вища школа. Изд-во при Киев. ун-те, 1981. – 176 с.
2. Москальская О.И. Грамматика текста (пособие по грамматике немецкого языка для ин-тов и фак. иностр.яз.): Учеб. пособие. – М.: Высш. школа 1981 – 183 с.