

Заблоцький Ю.В. Прагматична спрямованість текстів масової комунікації // Проблеми та перспективи лінгвістичних досліджень в умовах глобалізаційних процесів: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 15–16 жовтня 2009 р. – Тернопіль: ТНЕУ, 2009. – С. 84–87.

Заблоцький Юрій Валерійович

Магістр філології

*Викладач, кафедра міжнародної мовної комунікації, Національний
університет «Острозька академія»*

ПРАГМАТИЧНА СПРЯМОВАНІСТЬ ТЕКСТІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Масова комунікація є досить складним соціальним та лінгвістичним явищем. Текст масової комунікації це не просто засіб відтворення подій навколишньої дійсності, а спосіб активного впливу на свідомість широких мас споживачів інформації. Тексти мас-медіа спрямовані на створення у читача відчуття „глобального села”, коли реципієнт змушений споживати інформацію про віддалені від нього події, які не мають реальних наслідків для повсякденного життя. Таким чином, реципієнт в багатьох випадках позбавлений можливості самостійно аналізувати події. Його ставлення до тих чи інших подій формується через бачення людей, які створюють новини, що надає текстам масової комунікації можливість впливу на реципієнта.

Використання мови в текстах МК значною мірою визначає мовну ситуацію в суспільстві, яка пов’язана з поняттям мовної семіотичної системи та лінгво-комунікативної діяльності, що зумовлює підхід до цих текстів як до виду комунікативно-мовної діяльності [4, с. 156]. Даний підхід базується на тому, що текст виникає при переході комунікативної інтенції (наміру) в комунікативну діяльність (в якості основних компонентів мовної комунікації визнаються адресант-автор тексту; саме повідомлення-текст; аудиторія, на яку скероване

повідомлення; адресат). Отже, предметом текстової діяльності є комунікативна інтенція, тобто не смислова інформація загалом, а смислова інформація, що підтримується задумом, комунікативно пізнавальним наміром. Таким чином, під текстом ми розуміємо цілісне мовне утворення, що використовується для досягнення певної комунікативної мети [4, с. 157], організований за законами даної мови завершений комунікативний акт [2, с. 5]. Текст, як одиниця комунікації, виконує когнітивну функцію, оскільки пізнання як соціальний процес неможливе без спілкування [5, с. 5] та прагматичну, оскільки кожен комунікативний акт передбачає зміни моделей світу в свідомості комуніканта [1, с. 109], при цьому реалізація основних прагматичних функцій тексту відбувається за рахунок мови.

Аналіз текстів МК тісно пов'язаний з вивченням впливу інформації на аудиторію, що передбачає аналіз на рівні прагматики [3, с. 96]. Будь-який вислів несе у собі прагматичний компонент, оскільки адресант, виконуючи свою комунікативну задачу, відбирає ті чи інші засоби мови, організовує їх таким чином, щоб вони зробили можливим адекватне декодування вислову. Прагматика досліджує відношення знаків та їх користувачів в конкретній мовній ситуації. Переносячи акцент на текст масової комунікації, прагматику можна розуміти як відношення між адресантом та адресатом, що встановлюється за допомогою особливого знаку – тексту [3, с. 96]. Таким чином, основною одиницею аналізу в прагматиці повинен бути текст, оскільки не лише окремі речення, а й структура всієї послідовності речень зв'язного тексту виконує прагматичну функцію.

В ЗМК засобом реалізації прагматичної настанови можуть виступати одиниці всіх його рівнів. Оскільки під прагматичною спрямованістю тексту розуміється вибір адресантом тої чи іншої форми для ефективного впливу на адресата, то загальна комунікативна формула спілкування *адресант→повідомлення→адресат* в площині прагматичної спрямованості тексту буде включати в себе елемент *форми повідомлення*, тобто стилістичне

оформлення тексту . Прагматична спрямованість текстів проявляється в тому, що автор намагається ввести читача в обговорення статті, контактувати з ним, а оскільки безпосереднього зв'язку між автором та читачем немає, то автор повинен знайти в мові такі засоби, які б максимально точно виразили його ідеї.

Таким чином, під прагматичною спрямованістю тексту ми розуміємо сукупність усіх мовних засобів, що складають текст, всіх його елементів, характеристик та їх функції, які беруть участь у реалізації прагматичної настанови тексту. Вибір та організація мовного матеріалу в текстах МК залежить від кількох моментів: 1) загальної орієнтації текстів; 2) особливостю аудиторії, на яку скерована дія тексту; 3) прагненням автора підсилити чи, навпаки, нейтралізувати ідеологічний зміст тексту.

Література:

1. Баранов А. Н., Паршин П. Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание / Роль языка в СМИ : Сборник обзоров (Ред. сост. Безменова Н. А., Лузина Л. Г.).– М.: ИНИОН, 1986. – С. 100-133. 1
2. Катаева С. Г. Взаимодействие разговорной и газетно-публицистической лексики // Прагматика слова: Межвуз. сб. научных трудов. [Редкол.: В. Д. Девкин (отв. ред.) и др.]. – М.: МГПИ, 1985. – С. 92-104. 2
3. Мешкова И. Н. Прагматическая направленность передовой статьи // Прагматические аспекты лексикологии и стилистики французского языка: Сборник научных трудов [Редкол.: З. Н. Волкова (отв. ред.) и др.]. – М.: Московский пед. ин-т иностр. языков им. Мориса Тореза. – 1987, Вып. 292. – С. 95-103. 4
4. Трошина Н. Н. Лингвопрагматический аспект текстов массовой коммуникации // Роль языка в СМИ : Сборник обзоров (Ред. сост. Безменова Н. А., Лузина Л. Г.).– М.: ИНИОН, 1986. – С. 155-173.6
5. Худолій А. О. Динаміка функціональних змін у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХ століття: Автореф. дис...канд. філол. наук. – К., 2003. – 19с.

