

**КОМУНІКАТИВНА ПРАГМАТИКА ПУБЛІЦИСТИЧНИХ
ТЕКСТІВ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ****В. І. Павлик**

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу;
76019, м. Івано-Франківськ, вул. Карпатська, 15;
e-mail: public@iung.edu.ua.*

У статті розглядаються проблеми стилістики тексту та перекладознавства. У дослідженні визначені та проаналізовані комунікативно-прагматичні чинники текстів газетної публіцистики. Екстралінгвальні чинники творення текстів публіцистичних текстів є важливим елементом доперекладацького аналізу тексту. Сучасне перекладознавство займається розглядом двох основних галузей: дослідження трансляції як процесу перекладацької діяльності та як аналізу продукту цієї діяльності. Дослідження перекладу як процесу зосереджується на підготовчому етапі здійснення якісного перекладу – доперекладацькому аналізу тексту, тобто аналізу його комунікативно-прагматичної складової. Прагматика тексту – це сукупність лінгвальних та екстралінгвальних чинників, які забезпечують реалізацію прагматики тексту впливом на адресата як наміром адресанта, так і мовною формою. Актантами прагматики тексту є адресант і адресат. Адресант втілений у тексті як його творець, його погляди, смаки та інші якості, а перш за все його конкретна мета комунікації так чи інакше реалізуються безпосередньо. Адресат опосередковано диктує побудову тексту, відбір лексичних засобів і деякі інші його параметри. Найголовнішими екстралінгвальними чинниками, які впливають на специфіку публіцистичних текстів є сфера діяльності, в межах якої створюються тексти та комунікативна ситуація жанрів, складові якої чітко фіксуються стосовно кожного окремого тексту. складові комунікативної ситуації: комунікативна мета, предмет комунікації, адресант, адресат, додаткові умови комунікації. Функціонально-комунікативні риси публіцистичних текстів – це інваріантні ознаки мовленнєвого жанру, які базуються на його екстралінгвальних складових і виконують роль посередників між екстралінгвальними факторами тексту та їхньою мовною об'єктивацією. Композиційно-мовленнєві форми текстів публіцистики – це функціональні тексто-мовленнєві єдності, які структурують думку, упорядковують її розвиток і надають їй цілісності та закінченості. Виступаючи законом організації мовних одиниць, вони є складними синтаксичними комплексами, які визначаються типами внутрішньо-текстового зв'язку. Формами реалізації комунікативно-мовленнєвого акту виступають архітектоніко-мовленнєві форми: мо-

нолог, діалог, полілог. Тональність текстів публіцистики уособлює в собі концентрат всіх експресивних засобів тексту які застосовує автор у своїй мовленнєвій діяльності з метою відображення сутності предмета викладу і свого особистого ставлення до нього.

Залучення комунікативної прагматики тексту до процесу перекладу і, як результату, виконаного доперекладацького аналізу тексту слугує доведенню ефективності та адекватності перекладу тексту.

Ключові слова: стилістика тексту, комунікативно-прагматичний аспект, доперекладацький аналіз тексту, сфера діяльності, комунікативна ситуація, адресант, адресат, композиційно-мовленнєва форма, тональність тексту.

Визнання тексту в якості головної одиниці мовленнєвої комунікації означає необхідність аналізу не тільки самої його внутрішньої структури, але й чинників, які визначають породження конкретного тексту в умовах реальної ситуації. Уведення цих чинників у орбіту лінгвістичного дослідження означає виявлення такого співвідношення семантики та структури тексту, яке обумовлює не просто формування його змісту, але, перш за все, виконання кінцевої мети самої комунікації – впливу (духовного або фізичного) на партнерів у процесі їхньої мовленнєвої діяльності (обмін думками, інформацією). Таку тенденцію у лінгвістиці можна сьогодні розглядати як цілком закономірну, вона узгоджується з основними принципами вербальної комунікації (комунікативної лінгвістики) [4, с. 126-127].

Теорія перекладу на сучасному етапі свого розвитку займається розглядом насамперед двох основних галузей: дослідження трансляції як процесу перекладацької діяльності та як аналізу продукту цієї діяльності. Дослідження перекладу як процесу зосереджується на підготовчому етапі здійснення якісного перекладу – доперекладацькому аналізу тексту, тобто аналізу його комунікативно-прагматичної складової. Залучення комунікативної прагматики тексту до процесу перекладу і, як результату, виконаного доперекладацького аналізу тексту слугує доведенню ефективності та відповідності перекладу тексту.

Прагматика – це категорія тексту, тобто властивість тексту так чи інакше корелювати з адресантом і адресатом, реалізувати комунікативний намір першого і впливати на другого [7, с. 141].

Розгляд функціонування мови з точки зору комунікативної лінгвістики показує, що здійснення будь-якого висловлення нерозривно пов'язано з чиненням впливу на адресата. Згаданий вплив є найважливішим атрибутом комунікації. Надалі в нашому дослідженні під прагматикою ми будемо розуміти саме прагматику тексту – властивості мовленнєвого твору впливати на реципієнта для досягнення конкретної немовної мети. Таким чином, ми приймаємо тлумачення В.В. Воронкова поняття «лінгвістична прагматика», як лінгвістичної дисципліни, яка

є складовою комунікативної лінгвістики і вивчає формальний та змістовий аспекти мовленнєвого твору з метою виявлення джерел здатності цього тексту впливати на адресата для досягнення певної нелінгвістичної мети [4, с. 32].

Якщо передача певного повідомлення адресату одночасно є впливом на нього, тоді, за твердженням Г.В. Колшанського, «прагматичний аспект мови є... його комунікативною функцією» [7, с. 149], тобто мовленнєвий вплив і комунікація зливаються.

«...У єдиному акті комунікації власне зміст (смісл) і вплив (також аспект змісту) є нерозривними», – відмічає В.Л. Наєр [10, с. 107]. Отже, розмежування комунікації та прагматики тексту є умовним. У широкому змісті взаємодія прагматики тексту і комунікації інтерпретується, як їхнє злиття. Вчений висловлює думку про невинуватість протиставлення комунікативного та прагматичного в тексті, і наголошує, що комунікація і прагматика знаходяться не в паралельних і рівноправних, а в ієрархічних стосунках [9, с. 6].

Виходячи із цього, ми умовно виділяємо в цілісному явищі комунікації сферу прагматики тексту і відносимо до неї сукупність лінгвальних та екстралінгвальних чинників, які забезпечують реалізацію прагматики тексту впливом на адресата як наміром адресанта, так і мовною формою.

Актантами прагматики тексту є адресант і адресат. Адресант втілений у тексті як його творець, його погляди, смаки та інші якості, а перш за все його конкретна мета комунікації так чи інакше реалізуються безпосередньо. Адресат опосередковано диктує побудову тексту, відбір лексичних засобів і деякі інші його параметри, оскільки адресанту доводиться неминуче рахуватися з «фактором адресата». Певний образ потенційного адресата, очевидно, присутній у свідомості адресанта при творенні тексту, не кажучи вже про ті випадки, коли мовленнєвий вплив є чітко спрямованим, і окремі параметри адресата, такі, наприклад, як його соціальний статус, рівень освіченості, ніяк не можуть ігноруватися.

Одним із видів комунікативної діяльності людини є комунікація між адресантом і адресатом за допомогою друкованих засобів масової інформації – газет та журналів. Прагматична настанова такої комунікації – це вплив на реципієнта (читача) таким чином, щоб інформація, яка йому передається, була сприйнята згідно з задумом автора тексту.

Публіцистичні жанри преси вважаються найбільш важкими на шляху до вершин журналістської майстерності. Найперше, це проявляється у підвищеній вимогливості до мови, художньої образності, емоційної насиченості текстів [12, с. 15]. Ці жанри стоять ніби посередині між жанрами літературними та журналістськими. У них поєднуються та взаємодіють художність і документальність. До основних художньо-публіцистичних жанрів преси належать: нарис, замальовка, есе, фейле-

тон, памфлет, колючі рядки, глоса, сатиричний коментар, пародія, епіграма, епітафія, анекдот.

Специфічність комунікативної прагматики текстів газетно-публіцистичних жанрів полягає у нерозривному зв'язку категорій оцінки, експресивності та емотивності. Вони безпосередньо впливають на сприйняття та інтерпретацію адресатом газетно-публіцистичного тексту. Лінгвістичні засоби оцінності, експресивності та емотивності (лексичні одиниці оцінки, структури емоційного синтаксису і т.ін.) – це чинники виділення комунікативно-прагматичного аспекту жанрових форм газетно-публіцистичного мовлення. З іншого боку джерелами оцінності, експресивності та емотивності, як чинників комунікативної прагматики газетно-публіцистичних жанрів мовлення є зміст, інтра- та екстралінгвальна інформація, комунікативне завдання, мета, наміри автора, його уявлення про адресата [8, с. 177]. Ці параметри визначають функціонування комунікативно-прагматичного аспекту текстів газетно-публіцистичних жанрів у вигляді функціонально-комунікативних рис, композиційно-мовленнєвої, архітектоніко-мовленнєвої та тональної побудови – складових комунікативної прагматики мовленнєвих жанрів.

Сучасне перекладознавство виокремлює сьогодні два напрямки дослідження процесу перекладу: трансляція, тобто передача тексту як процес, що відбувається з текстом, який перекладається, в іншій мові та культурі та аналіз результату перекладу, тексту, як продукту перекладацької діяльності. Дослідження процесу перекладу зосереджується на дослідженні комунікативно-прагматичного аспекту тексту. Визначення та аналіз чинників комунікативної прагматики тексту є ключем до адекватного якісного перекладу.

Аналіз комунікативної прагматики тексту – це доперекладацький аналіз, який здійснюється перекладачем на підготовчому етапі роботи над перекладом та складається з аналізу екстралінгвальних чинників, функціонально-комунікативних рис, композиційно-мовленнєвих форм, архітектоніко-мовленнєвих форм та тональності вихідного тексту. Він ґрунтується на використанні методів і підходів об'єднаних в одну систему за допомогою питань, сформульованих Катаріною Менг для перевірки повноти інформаційного повідомлення, а саме: «хто?», «що?», «де?», «коли?», «як?», «навіщо?» Шукаючи відповіді на ці питання, перекладач досліджує не лише лінгвальні, але й екстралінгвальні чинники тексту мовленнєвого жанру [5, с. 12].

Найголовнішими екстралінгвальними чинниками, які впливають на специфіку публіцистичних текстів є сфера діяльності, в межах якої створюються тексти та комунікативна ситуація жанрів, складові якої чітко фіксуються стосовно кожного окремого тексту. Специфіку текстів публіцистики визначає газетно-публіцистична діяльність. У лінгвістичній сфері діяльності людини відповідає газетно-публіцистичний функціональний стиль, мовні засоби якого використовуються авторами під

час творення текстів глос. М.П. Брандес стверджує, що газетно-публіцистичний стиль обумовлює способи комунікації й забезпечує їхнє мовне оформлення у сфері політичного життя [1, с. 194-195].

Комунікативна ситуація текстів мовленнєвого жанру – це набір необхідних компонентів для здійснення комунікації [14, с. 20]. В. Гарtung пише: «Усі «зовнішні умови» ..., які характеризують певний відрізок суспільної життєвої практики, який, у свою чергу, породжує комунікативну подію, можна узагальнено назвати ситуацією, в якій протікає комунікативна дія» [14, с. 273].

Н.В. Безсмертна та Е. Вітмерс визначають такі складові комунікативної ситуації: комунікативна мета, предмет комунікації, адресант, адресат, додаткові умови комунікації (канал комунікації, можливість зворотного зв'язку, кількість адресатів, чинники контакту) [13, с. 11].

Комунікативна мета публіцистичних текстів – це вплив на масового читача та формування суспільної свідомості. Домінуючими предметами комунікації текстів публіцистики є події в галузі політики та культури.

Ключовим чинником творення аналітично-спрямованого публіцистичного тексту виступає адресант. Г.Я. Солганик вважає, що головним принципом сучасного публіцистичного мовлення, головною особливістю його організації виступає безпосереднє вираження авторського «я», його «відкритість» [3, с. 10].

Тексти публіцистики спрямовуються на свою цільову аудиторію, вони мають свого читача. Адресат жанрових форм публіцистики – це освічена аудиторія. Людина, яка читає тексти публіцистики, не тільки володіє великим багажем знань у різних галузях навколишньої дійсності, не тільки розуміється на актуальній (або історичній) політичній ситуації та проблемах культурного життя. Адресат публіцистики завдяки високому рівню своєї освіченості в стані відчутти ту іронію або сарказм стосовно описуваних явищ, які часто закладаються автором.

Функціонально-комунікативні риси публіцистичних текстів – це інваріантні ознаки мовленнєвого жанру, які базуються на його екстралінгвальних складових і виконують роль посередників між екстралінгвальними факторами тексту та їхньою мовною об'єктивацією [14, с. 32-33].

Композиційно-мовленнєві форми текстів публіцистики – це функціональні текстово-мовленнєві єдності, які структурують думку, упорядковують її розвиток і надають їй цілісності та закінченості. Виступаючи законом організації мовних одиниць, вони є складними синтаксичними комплексами, які визначаються типами внутрішньо-текстового зв'язку. Відповідно до цих типових видів зв'язку, більшість учених виділяють три основні, базові композиційно-мовленнєві форми, які постійно взаємодіють між собою і створюють мішані перехідні композиційно-мовленнєві форми: «повідомлення» (послідовність у часі, *der*

Bericht), «опис» (співіснування у просторі, die Beschreibung), «міркування» (зв'язок логічного розвитку, die Erörterung) [1, с. 177].

На відміну від композиційно-мовленнєвих форм, які утворюють внутрішню структуру мовленнєвого жанру, архітектоніко-мовленнєві форми утворюють зовнішню конструкцію мовленнєвого жанрів публіцистики [1, с. 119]. Формами реалізації комунікативно-мовленнєвого акту виступають архітектоніко-мовленнєві форми: монолог, діалог, полілог, а також їхні різноманітні комбінації за допомогою участі у них чужого мовлення.

Тональність – це категорія тексту, що виражає інтенцію адресанта в залежності від якостей об'єкта мовлення й ставлення його до цих якостей. Тональність текстів публіцистики уособлює в собі концентрат всіх експресивних засобів тексту які застосовує автор у своїй мовленнєвій діяльності з метою відображення сутності предмета викладу і свого особистого ставлення до нього [6, с. 77].

На завершення статті розглянемо приклад комунікативно-прагматичного аналізу тексту глоси, яка є типовим представником текстів публіцистичних жанрів:

Glosse: Scherz beiseite!

Heute ist der 1. April, traditionell die Gelegenheit, Mitmenschen mit originellen Scherzchen zu beglücken. Zeitungen machen so was gern mittels einer besonders spektakulären Falsch-Meldung. Nun sind Sie als mündiger Leser ja leider vom Berliner Alltag so abgehärtet, dass wir zweifeln, ob man Ihnen überhaupt noch einen Aprilscherz zumuten kann/soll/darf. Sie merken's ja doch, oder? Machen wir den Scherz-Test, eine der folgenden Aussagen ist frei erfunden: 1) Doktor Senat will die lebenserhaltenden Maßnahmen für Patient Vivantes trotz bedenklich schwacher Herztöne verlängern. 2) Damit wir den Wert eines Zoo- oder Museumsbesuchs noch mehr zu schätzen wissen, werden nicht nur die Eintritte, sondern auch die Busfahrten dorthin saftig teurer. 3) Strieder tritt als Senator zurück, kauft das Tempodrom und eröffnet einen Privatzirkus. Sie hätten auf 1 oder 2 getippt? Tja, nur Nummer 3 ist falsch. Leider kein Scherz!

1) Сфера діяльності адресата: політична / внутрішня політика; 2) Предмет комунікації: діяльність політичних партій і політиків; 3) Адресант: Міхаель Брегель. Дата публікації: 01.04.04. Ставлення адресанта до предмету комунікації: критика; 4) Комунікативна мета: висміяти факт/проблему; 5) Адресат: високоосвічені читачі газети «Die Welt», знайомі з внутрішньополітичною ситуацією; 6) Функціонально-комунікативні риси: «оцінність», «інвентивність (причинно-наслідковість, аргументативність)», «стислість»; 7) Композиційно-мовленнєва форма: констатуюче міркування; 8) Архітектоніко-мовленнєва форма: монолог; 9) Тональність: іронічна.

Визначення та аналіз чинників творення текстів публіцистичних жанрів як елементу комунікативно-прагматичного доперекладацького

аналізу тексту мають важливий практичний характер. Успішному виконанню перекладу тексту, який у перекладознавстві також розглядають як інтерпретацію тексту, передує ціла низка як фізичних, так і смислових маніпуляцій з текстом, його текстопідготовка, що містить детальний аналіз, тобто доперекладацький аналіз тексту. Здійснення комунікативно-прагматичного доперекладацького аналізу тексту призводить до глибшого його розуміння і забезпечує встановлення перекладачем конкретної мети та завдань, які спричиняють досягненню функціональної адекватності перекладу як найвищої форми відповідності тексту перекладу текстові оригіналу та визначення основної стратегії перекладу.

Література

1. Брандес М.П. Стилистика текста. Теоретический курс: учебник. – [3-е изд., перераб. и доп.] / М.П. Брандес – М.: Прогресс-Традиция, ИНФРА-М, 2004. – 408 с.
2. Бессмертная Н.В. Практикум по немецкому языку по речевой деятельности: Учеб. пособие / Н.В. Бессмертная, Э. Витмерс. – М.: Высшая школа, 1979.
3. Вакуров В.Н. Стилистика газетных жанров / В.Н. Вакуров, Н.Н. Кохтев, Г.Я. Солганик. – М.: Высшая школа, 1978. – 183 с.
4. Воронков В.В. Прагматический аспект текста англоязычной публицистической журнальной статьи: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Валентин Валентинович Воронков. – М., 1991. – 215 с.
5. Іваненко Я.А. Функціональна специфіка доперекладацького аналізу тексту сучасних німецькомовних новел: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. "Германські мови"/ Я.А. Іваненко. – Одеса, 2014. – 18 с.
6. Іваненко С.М. Поліфонія тексту: монографія / С.М. Іваненко. – К.: Видавничий центр КДЛУ, 1999. – 318 с.
7. Колшанский Г.В. Коммуникативная функция и структура языка / Г.В. Колшанский. – М.: Наука, 1984. – 175 с.
8. Маслова В.А. Коммуникативная природа и параметры экспрессивности текста / В.А. Маслова // Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности. – М.: Наука, 1991. – С.179-205.
9. Наер В.Л. Прагматика текста и ее составляющие / В.Л. Наер // Сборник научных трудов / Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. Мориса Тореза. – М., 1985. – Вып. 245. – С. 4-13.
10. Наер В.Л. Прагматический аспект английского газетного текста / В.Л. Наер // Коммуникативные и прагматические особенности текстов различных жанров. – М., 1981. – Вып. 178. – С. 106-116.
11. Різун В.В. Лінгвістика впливу / Київський нац. ун.-т ім. Т. Шевченка. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2005.
12. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А.А. Тертычный. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 320 с.

13. Bessmertnaja N. Übungsbuch zur Textlinguistik (Einfache Kompositionsformen) / N. Bessmertnaja, E. Wittmers. – Moskau: Vysšjaja škola, 1979. – 176 s.
14. Funktional-kommunikative Sprachbeschreibung. Theoretisch-methodische Grundlegung. – [von einem Autorenkollektiv unter Leitung von Wilhelm Schmidt]. – Leipzig: VEB Bibliografisches Institut, 1981. – 276 s.
15. Hänse G. Einstellungen als Kategorie zur Erfassung sprachlich reflektierter Beziehungen zwischen Text und Produzent und textreferentiellem Objektbereich / G. Hänse // Deutsch als Fremdsprache. – 1981. – № 4. – S. 208-214.
16. Sprachliche Kommunikation und Gesellschaft. – [von einem Autorenkollektiv unter der Leitung von W. Hartung]. – [2. Aufl.]. – Berlin, 1976. – (Reihe Sprache und Gesellschaft. Bd. 1) – (Sprachliche Kommunikation) – 636 s.

*Стаття надійшла до редакційної колегії 12.05.2018 р.
Рекомендовано до друку д.ф.н., професором Козым О.В.*

COMMUNICATIVE PRAGMATICS OF PUBLICISTIC TEXTS: TRANSLATION ASPECT

V. I. Pavlyk

*Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas
76019, Ivano-Frankivsk, Karpatska-str. 15; e-mail: public@nung.edu.ua.*

In the article, the problems of text stylistics and translation studies are considered. In the research, the communicative and pragmatic factors of newspaper publicistic texts are determined and analyzed. Extralingual factors of creating the texts of publicistic texts are an important element of pre-translation text analysis. Modern science of translation considers two main fields: the research of rendering as the process of translation activity and as the result of this activity. The investigation of translation as a process is focused on the preparatory stage of high-quality translation execution, a pre-translation analysis of the text, i.e. the analysis of its communicative and pragmatic component. Text pragmatics is a complex of lingual and extralingual factors that provide with the implementation of text pragmatics through the influence on the addressee with both addresser's intent and language form. The actants of text pragmatics are an addresser and an addressee. The addresser is embodied in the text as its creator, their points of view, taste or other qualities and, first of all, their specific aim of communication that in any case are implemented directly. The addressee implicitly dictates a text structure, a selection of lexical means and some other parameters of the text. The foremost extralingual factors that influence the specifics of publicistic texts are the sphere of activity within which the texts and communicative

situation of genres are created and the components of which are accurately fixed in relation to each individual text. The components of communication situation are: a topic of communication, a subject of communication, an addresser, an addressee, additional conditions of communication. Functionally-communicative features of publicistic texts are invariant indications of speech genre which are based on its extralingual components and act as mediators between extralingual factors of the text and their language objectification. Composition and speech forms of publicistic texts are functional text and speech unities that structure the thought, put in order its development and give it wholeness and completeness. Acting as the law of language units organization, they are complicated syntactic complexes that are determined by the types of internal textual connection. The architectonic and speech forms that are monologue, dialogue, polylogue serve as the forms of implementation of the communicative and speech act. The tonality of publicistic texts encapsulate the concentration of all expressive means of the text that are applied by the author in their speech activity aiming at presentation of the essence of the subject matter and their own, personal attitude to it.

The involvement of text communicative pragmatics to the process of translation and, as a result, the carried out pre-translation analysis of the text serves as the justification of effectiveness and adequacy of text translation.

Key words: *text stylistics, communicative and pragmatic aspect, pre-translation analysis of the text, sphere of activity, communicative situation, addresser, addressee, composition and speech form, text tonality.*