

Назаренко Оксана Миколаївна

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
доцент кафедри прикладної лінгвістики, кандидат філологічних наук*

ОСНОВНІ КАТЕГОРІЇ В СУЧАСНОМУ ГАЗЕТНОМУ ТЕКСТІ

Проблема дефініції тексту увиразнила низку наукових праць, де дослідники вивчали основні ознаки, на підставі яких певну сукупність знаків можна вважати текстом. До таких ознак найчастіше належать здатність тексту повідомляти інформацію, смислову та формальну єдність, орієнтацію на адресата тощо. Їх назвали текстовими категоріями. У вітчизняній науці домінує такий підхід до їх визначення, відповідно до якого це – «найсуттєвіші властивості, прототипові характеристики тексту, взаємодія яких забезпечує його специфіку та стійкість як якісно визначеного лінгвoseміотичного, комунікативного та мовленнєворозумового утворення» [2, с. 24].

Дослідники намагалися визначити та кваліфікувати текстові категорії, виходячи виключно з текстової тканини, не застосовуючи поняття дискурсу. Застосування дискурсивних параметрів спочатку ускладнило завдання, тому що дослідники намагалися поєднати власне текстові категорії з дискурсивними: лінгвістичні типології було зорієнтовано передусім на власне текстові характеристики (З. Тураєва, О. Воробйова, В. Кухаренко та ін.), а літературознавчі – на дискурсивні (В. Хализев). Ці розбіжності і зумовили впровадження О. Селівановою терміна «текстово-дискурсивна категорія».

Одна з перших спроб описати текстові категорії була зроблена Р.-А. Бограндом та В. Дресслером, які визначали текст через наявність у ньому провідної ознаки – текстуальності. І хоч більшість дослідників критикують цю концепцію через наявність у ній логічного кола: текст характеризується текстуальністю, проте концепція передбачає тлумачення текстуальності як сукупності параметричних ознак тексту, тобто власне текстових категорій.

К. Філіппов пропонує такий підхід до текстуальності: текстуальність є сукупністю властивостей, ознак, параметрів, що притаманні тексту: когезія, когерентність, інтенціональність, сприйнятність, інформативність, ситуативність, інтертекстуальність [7, с. 126]. Однак текстуальність указує лише на те, що текст є текстом, проте відсутність одностайної думки щодо дефініції текстової категорії, існування та визначення провідної категорії тексту та неможливості побудувати однозначну класифікацію текстових категорій, на нашу думку, є підставою твердити, що текст робить текстом щось більше за один конкретний параметр (чи навіть кілька).

Наше розуміння текстової категорії ґрунтується на ролі тексту в комунікативному акті, де текст виконує роль повідомлення, що продукує мовець й отримує реципієнт. Саме тому вважаємо, що під час визначення текстових категорій необхідно враховувати всі ознаки повідомлення, що є елементом комунікативного акту (навіть заголовки, слогани, гасла тощо) та основні ознаки учасників комунікації – адресанта та адресата.

О. Воробйова зазначає, що існує два підходи до визначення текстових категорій: перший полягає в тому, що текст під час формування набуває певних властивостей, що і є текстовими категоріями, а другий у тому, що самі категорії створюють і формують текст [2, с. 22]. Ми поєднуємо ці два підходи, відштовхуючись від комунікативної природи тексту: як текст виформовується у комунікативному акті в ролі повідомлення, набуваючи відповідних властивостей, так і наявність цих властивостей у свідомості мовців – учасників комунікативного акту – уможливорює створення тексту.

В російській лінгвістиці вважають основною текстовою категорією інформативність (І. Гальперін), яку тлумачать як здатність тексту репрезентувати, зберігати та передавати певну інформацію. Зважаючи на комунікативну природу тексту, визначальною категорією вважають і комунікативність (Є. Сидоров). Комунікативність указує на провідну роль тексту в комунікації, на те, що він є формою репрезентації дискурсу. Проте таку позицію критикує О. Селіванова як логічно помилкову і пропонує

власну провідну текстово-дискурсивну категорію, що теж ґрунтується на комунікативній природі тексту, – діалогічність [5, с. 197].

Якщо пропозиції стосовно визнання провідною категорією тексту інформативності, концептуальності, комунікативності та діалогічності орієнтовані на текст як елемент комунікативного акту, то орієнтація на внутрішні властивості тексту увиразнила визначення зв'язності як основної текстової категорії. Як вважає В. Красних, з погляду психолінгвістики, основними характеристиками тексту є зв'язність і цілісність [4, с. 223], тобто зв'язність у широкому значенні, що передбачає як структурну єдність, так і семантичну.

Ми пропонуємо виокремлювати дві основні текстові категорії – інформативність і комунікативність. Термін «інформативність» указує на те, що текст є засобом фіксації, зберігання та передачі інформації. І. Гальперін пов'язує текстову інформативність зі здатністю окремого повідомлення передавати інформацію [3], а З. Тураєва вважає, що інформація в тексті не дорівнює сукупності інформаційних компонентів кожного висловлення, тобто зміст тексту є явище вищого рівня [6]. Першою спробою розглянути текстову категорію інформативності є праця І. Гальперіна, де репрезентовано типологію текстової інформації. Дослідник пропонує виділяти в тексті: *змістово-фактуальну інформацію* – текст містить факти, події, процеси, що відбуваються в об'єктивній дійсності; *змістово-концептуальну інформацію* – індивідуально-авторське розуміння відношень між явищами, що описано засобами попереднього типу інформації, задум автора, його інтенції тощо; *змістово-підтекстову інформацію* – імпліцитний зміст тексту, що ґрунтується на здатності мови породжувати асоціативні та конотативні значення [3]. Основним завданням преси є повідомлення актуальної інформації, тому категорія інформативності домінує у всіх інформаційних газетних повідомленнях.

Комунікативність тексту ми також уналежнюємо до основних категорій разом із інформативністю. Здатність тексту брати участь у комунікативному

акті в ролі повідомлення стає можливим саме завдяки комунікативності. Н. Болотнова зазначає, що спілкування в принципі можливе лише на підставі тексту, і тому саме текст висувають як основний об'єкт дослідження, як основну форму комунікації. Актуалізація комунікативності як однієї з основних текстових категорій дозволяє говорити про комунікативну парадигму лінгвістичного знання[1, с. 11], характерними ознаками якої є: інтегративний характер; спирання на теорію мовленнєвої діяльності; висування тексту та мовної особистості як основних понять; підвищення інтересу до екстралінгвістичних чинників спілкування; експланаторність (прагнення пояснитимовні явища – термін О. Кубрякової).Інформативність більше є власне текстовою категорією, а комунікативність – дискурсивною.

Отже, вважаємо, що для газетного тексту є релевантними такі категорії, як інформативність і комунікативність, що орієнтують газетне повідомлення на інформаційну повноту та визначають його скерування на мовця та адресата.

Список використаної літератури:

1. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста: [учебное пособие] / Н.С. Болотнова. [3-е изд., исп. и доп]. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 520с.
2. Воробьева О. П. Текстовые категории и фактор адресата: [монография] / О. П. Воробьева. – К. : Вища школа, 1993. – 200 с.
3. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. [изд. 4-е, стереотип] / И. Р. Гальперин. – М.: Ком Книга, 2006. – 144 с.
4. Красных В. Основы психолингвистики и теории коммуникации / В. В. Красных. – М.: Гнозис, 2001. – 270 с.
5. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации : [монографическое учебное пособие] / Е. А. Селиванова. – К. – ЦУЛ, «Фитосоциоцентр», 2002. – 336 с. – 844 с.

6. Тураева З. Я. Лингвистика текста. Текст: Структура и семантика: [учебное пособие] / З. Я. Тураева [изд. 2-е]. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 144 с.
7. Филиппов К. А. Лингвистика текста: [курс лекций] / К. А. Филиппов. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2007. – 331 с.