

КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СПОНУКАЛЬНОГО ДИСКУРСУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У СУЧАСНОМУ КИТАЇ

Спонукальна функція мови має велику значущість для процесу спілкування, регулювання стосунків між людьми. Категорія спонукальності належить до такої понятійної категорії, у якій прагматична функція мови виявляється якнайповніше, адже в основі спонукальних речень лежить відображення волонтактивних стосунків між мовцем і співрозмовником.

У роботах українських і зарубіжних учених описувалися граматичні та лексико-граматичні засоби, що реалізують спонукальну функцію мови. Так, О. О. Потебня, О. О. Шахматов, О. М. Пешковський, Л. А. Булаховський, В. В. Виноградов звертали увагу на засоби вираження спонукування. У останні роки мовознавцями проведено низку цікавих досліджень категорії спонукальності в аспекті прагмалінгвістичної теорії (Г. Г. Почепцов, Л. А. Бірюлін, С. В. Мясоедова, В. Г. Куликова). Проблеми комунікативної діяльності мовця та адресата, їхні мовленнєві стратегії і тактики досліджувалися в аргументативному (Л. Г. Ряполова, Т. А. Скуратовська) та прагмалінгвістичному (Г. П. Апалат, О. В. Дмитрук, О. В. Фадеева) аспектах у різних типах діалогічних дискурсів. Досліджені типологія комунікативних невдач (Ф. С. Бацевич, Л. Л. Славова) та їхні причини в неофіційному діалозі (М. Н. Смирнова), а також структурні особливості директивної дії в інших типах діалогічних дискурсів, що були об'єктом багатьох дисертаційних досліджень (Г. Є. Блиншова, Л. Л. Ільницька, П. Г. Крючкова, В. Г. Куликова, Т. М. Нікульшина). Водночас спонукальний діалогічний дискурс засобів масової інформації сучасного Китаю, суттю якого є непрямий директивний вплив на адресата, залишається малодослідженим.

Тому *актуальність* статті полягає у встановленні прагматичних параметрів спонукального дискурсу китайською мовою сучасних ЗМІ Китаю та розкритті його специфіки на матеріалі газетних публікацій. *Метою* дослідження є виявлення прагматичних особливостей китаємовного спонукального медіадискурсу. Відпо-

відно, наше завдання полягає у тому, аби на основі комунікативно-когнітивних складових газетного дискурсу китайської мови пояснити внутрішні когнітивні структури та динаміку учасників спонукального процесу. *Об'єктом* дослідження є спонукальний дискурс сучасної китайської мови у засобах масової інформації Китаю як різновид діалогічної мовленнєвої взаємодії. *Предметом* – прагматичні особливості його реалізації, що досліджені шляхом визначення спонукального потенціалу мовних засобів.

Загалом як окремих вид мовленнєвої діяльності спонукальний діалогічний дискурс виділяють за такими параметрами: характер відносин між учасниками (К. С. Серажим); принцип іллокуції (О. О. Селіванова); загальні комунікативні настанови і принципи (Ф. С. Бацевич, В. І. Карасик, О. О. Селіванова) у контексті окремого дискурсу; спосіб мовного кодування комунікативної ситуації (М. Л. Макаров, О. Й. Шейгал, G. Gook.) [Франко 2007, 7].

О. Б. Франко під спонукальним дискурсом розуміє мовленнєву діалогічну взаємодію комунікантів, яка відбувається під впливом спонукальної інтенції ініціатора і спрямована на здійснення непрямого директивного впливу на адресата в конкретній комунікативній ситуації. Комунікативна мета адресанта дискурсу полягає у спонуканні адресата здійснити певні мовленнєві чи немовленнєві дії [Франко 2007, 7].

У свою чергу С. Л. Голощук зазначає, що спонукальний дискурс слід розглядати як цілеспрямовано організовану стратегію, пов'язану із глибинними механізмами інтелектуальної діяльності людини, її свідомістю, мисленням, інтуїцією, із прийняттям рішень та переробленням знань для досягнення запланованої комунікативної мети, що включає вербальні й позалінгвальні компоненти комунікації [Голощук 2007, 59].

Визначальну роль у спонукальному процесі відіграють його творці – адресант і адресат, їхні комунікативні наміри, а також умови, за яких відбувається ситуація мовлення. На думку Ві Л. Нханя, Китайська Народна Республіка, яку очолює Комуністична партія Китаю, ймовірно, має одну з найбільш суворих систем контролю над діяльністю ЗМІ [Searle 1973, 36]. Тому медіа часто розглядають як “рупор” КПК, що доносить до відома людей “цінності та перспективи усього народу”. Відповідно, медіа повинні відображати панівну ідеологію партії, поширювати

програму, політику та директиви партії, а також визнавати партійне керівництво, дотримуватись організаційних принципів партії та політики щодо преси [Searle 1973, 38–39].

Специфіка спонукання обов'язково передбачає наявність двох учасників: того, хто спонукає до дії, та того, кого спонукають (без адресності не реалізується задум та мета автора). Мовлення не може бути в нікуди, воно звертається і адресується до суб'єкта сприйняття. Зверненість до адресата у тексті певного жанру потребує стилістики висловлення, стилістики жанру, особливостей композиції. Дотримання концепції певної зверненості й адресності потребує від автора вживання таких мовних засобів, які б створювали потрібне перцептивне тло тексту, тобто робили його доступним для сприймання певним адресатом. Це означає, що лексичний та граматичний матеріал тексту повинен не лише засвідчити фахову обізнаність і рівень знань, ерудицію, думки й переконання, позицію та пропозиції, а також викликати в адресата потрібну реакцію і бажання підтримувати комунікативний процес. Тобто зверненість та адресність тексту є його конститутивною особливістю.

Реалізація спонукального дискурсу з урахуванням категорії адресатності відбувається у двох основних виявах: 1) власне спонукання, яке передбачає наявність мовця (ініціатора спонукання) та безпосереднього виконавця бажаної та очікуваної дії – спонукуваного; 2) ретранслятивне спонукання, яке передбачає ініціатора спонукання, співрозмовника – інформатора повідомлення про предмет спонукання 3-й особі та потенційного виконавця дії – спонукуваного [Голощук 2007, 135]. Ретранслятивне спонукання може реалізуватись у рамках взаємодії, у котрій ініціатор спонукання (влада, партія, відповідні держустанови) є відсутнім, а вказівку виконання дії спонукуваному передає адресат-інформатор (журналіст, автор статті) [Голощук 2007, 136].

Спонукання в окремих випадках передбачає ступеневе досягнення мети, тому виникає необхідність у використанні не одного, а декількох висловлювань, поєднаних спільною комунікативною метою – спонуканням. Дослідники звертають увагу на такі висловлювання і кваліфікують їх як когезійні засоби тексту (D. Cook, R. Quirk). Когезія усної комунікації здійснюється на лінгвістичному та екстралінгвістичному рівнях. Відповідною

мовною структурою є діалогічний комплекс та функціонування численних маркерів спонукальної семантики [Голошук 2007, 58].

Стратегічний розвиток спонукального впливу на адресата, звичайно ж, значно залежить від самого ініціатора дискурсу та його спонукальної інтенції. Так, на початку комунікативної ситуації великого значення можуть набувати стратегії подання та отримання інформації, а також стратегії позитивної та негативної ввічливості. Пріоритетними стратегіями інституційного (тобто, зумовленого статусною, представницькою функцією комунікантів) спонукального дискурсу є стратегія компромісу, стратегія поради та стратегія завуальованості. Їхнє використання визначається особливостями розвитку комунікативної ситуації, в якій реалізується цілісний спонукальний процес [Франко 2007, 15–16].

Чжан Дзюйсї зазначає, що основними факторами впливу на газетну мову, окрім комунікативної сфери, суб'єкта та об'єкта повідомлення, завдань та мети комунікації, є зміст та форма газетного тексту [Чжан 2005, 20]. Вербальні компоненти відіграють важливу роль у міжособистісному спілкуванні, адже потенціал лексики є найбільш очевидним у плані мовного впливу. У контексті спонукування мовні засоби виступають основними носіями спонукальних смислів повідомлень, через них реалізується прагматично маркований спонукальний потенціал [Франко 2007, 14].

Мовленнєві засоби і прийоми, які вибирають для реалізації певної стратегії з метою досягнення комунікативної мети, визначаються лінгвістами як комунікативні тактики (О. С. Іссерс). Комунікативна спонукальна стратегія втілюється адресантом звичайно через комунікативні тактики емоційного та раціонально-емоційного впливу [Франко 2007, 16]. У контексті спонукування ці тактики виявляються у здатності адресанта так керувати адресантом, щоб вплинути на його погляди, емоції та максимально наблизити їх до своїх власних цілей.

更为重要的是，提高最低工资标准表明了国家着力提高劳动者收入的姿态。调整经济结构、转变发展方式需要一系列的制度保证，而切实提高劳动者收入是其中的重要一环。

Що найважливіше, підвищення рівня мінімальної зарплатні засвідчило те, що держава дбає про стан трудового доходу. Поліпшення економічної структури, перетворення моделі розвитку

країни вимагають низку системних гарантій, серед яких належне місце відведено реальному підвищенню рівня доходу працівників [Тань 2012, <http://finance.people.com.cn/GB/17099385.html>].

Журналіст, дотримуючись певної позиції щодо того чи іншого питання, завжди прагне до її обґрунтування. Головне призначення оцінюючих суджень у тому, щоб, повідомляючи факти, справляти вплив, впливати на думку та поведінку людей. Такий вплив засновується на тому, що відношення людини до дійсності змінюється не тільки під впливом повідомлення про події як такі, скільки тому, що факти отримують у тексті чіткий соціально-політичний обрис, завдяки оцінці з тих або інших позицій [Калачинский 1989, 9].

Оцінна мовленнєва діяльність ініціатора задля досягнення комунікативного успіху поширюється тільки на ситуативно необхідні напрямки дискурсного розвитку. Сприйняття адресатом оцінки, висловленої ініціатором стосовно нього, є містком, який уможливило успіх спонукального процесу, сприяє інтенсифікації спонукального впливу на адресата [Франко 2007, 12].

这些都是非常积极的信号。提高最低工资标准首先显示了国家对普通劳动者的尊重。提高最低工资标准，能够让这些普通劳动者更多分享经济发展带来的成果。

Це досить позитивний сигнал. Підвищення мінімальної заробітної платні – перш за все, прояв поваги держави до пересічного працівника. Це ознака того, що рядові робітники можуть розділити плоди економічного росту країни.

Зміст спонукального дискурсу формується як результат впливу на адресата відповідних мовних засобів, що містять не тільки оцінні, але й аргументативні та дейктичні значення [Франко 2007, 13]:

国际比较来看，韩国的经验可资借鉴。研究表明，由于从上世纪 70 年代开始进行 «新农村运动» 和 80 年代末期出台《最低工资法》，韩国居民收入增长加快，城乡和阶层收入差距明显缩小。韩国因此顺利实现社会结构转型。

Як свідчить світова практика, досвід можна перейняти у Південної Кореї. Дослідження показують, що відповідно до “руху нового села”, започаткованого у 70-х роках минулого століття, та закону “Про мінімальну зарплатню”, який з’явився у кінці 80-х, дохід населення країни швидкими темпами зростав, значно ско-

ротився розрив між доходом сільського та міського населення. Південна Корея у такий спосіб успішно здійснила перебудову структури суспільства [Тань 2012, <http://finance.people.com.cn/GB/17099385.html>].

Тільки відповідна соціальна дистанція між комунікантами та комунікативні умови дозволяють адресантові надати ситуації мовлення значної міри директивності. Однак без пояснення мотивів такого бажання адресант не зміг би спонукати адресата до такого вчинку [Франко 2007, 15].

无论从推动经济增长还是从改善民生的角度来看, 提高最低工资标准都是增加劳动者收入大棋盘中一颗棋子, 有关政府部门和企业还需要付出更多努力。

Незважаючи на те, чи подивитись на проблему з точки зору економічного росту, чи з позиції покращення життя людей, підвищення рівня мінімальної зарплатні – це перший крок до перетворень, тому відповідні міністерства та підприємства повинні у свою чергу докласти до цього чималих зусиль [Тань 2012, <http://finance.people.com.cn/GB/17099385.html>].

Іллокутивна спрямованість директивного акту, на думку Дж. Р. Серля, полягає у тому, що дієслова цього типу мовленнєвих актів (“повинні”) являють собою спроби з боку мовця домогтися того, щоб слухач щось скоїв [Searle 1973, 11]. Це є логічним та експліцитним завершенням стратегії поради.

Директивний вплив на адресата, окрім відповідного мовленнєвого акту чи організації самого діалогічного дискурсу, реалізує обмін інформацією, метою якого, окрім інформування, є непрямий директивний вплив на адресата [Франко 2007, 8].

2月 8日, 国务院批转了《促进就业规划 (2011–2015年)》。《规划》明确了“十二五”时期促进就业的发展目标, 其中包括“最低工资标准年均增长13%以上”。另据人力资源和社会保障部提供的数据, 2011年全国共有24个省份调整了最低工资标准, 平均增幅22%。

8 лютого Держрада прийняла “План щодо сприяння зайнятості на 2011–2015 рр.”. Документом затверджено, що протягом дванадцятої п’ятирічки покращуватиметься стан зайнятості у країні, а це, у свою чергу, передбачає середньорічний темп зростання мінімальної заробітної платні на більш ніж 13 %. Згідно з даними Міністерства кадрових ресурсів та соціальних гарантій, у

2011 році у 24 провінціях Китаю середньорічний приріст заробітної платні склав близько 22 % [Тань 2012, <http://finance.people.com.cn/GB/17099385.html>].

Головним критерієм успішності спонукання вважаємо повноту та цілісність комунікативного ланцюга: від комунікативної інтенції адресанта через закодований у вербальну форму зміст повідомлення, що сприймається адресатом, до конкретних мовленнєвих чи немовленнєвих дій, реалізованих ним [Франко 2007, 8].

Таким чином, спонукальний дискурс сучасних ЗМІ Китаю є повнозначним цілісним комунікативним утворенням, а не послідовністю окремих мовленнєвих ходів адресанта. Спонукальна інтенція адресанта виявляється вже на початку спілкування та закладається ним у всю семантичну та прагматичну дискурсну організацію.

Прагматичними засобами реалізації комунікативної мети адресанта є комунікативні стратегії. Механізм пріоритетних стратегій формується ініціатором переважно через доцільне поєднання в одній ситуації мовлення кількох стратегій із метою інтенсифікації спонукального впливу.

Для комунікативної спонукальної ситуації характерна певна міра директивності. Однак у контексті спонукання ця директивність не може відокремлюватися від референтної ситуації. Від особи адресата значною мірою залежить міра директивності мовленнєвої ситуації, а також як учасники комунікації взаємодітимуть між собою. Загальна комунікативна мета адресанта – спонукати адресата до конкретних дій – визначає подальший дискурсний план мовлення.

ЛІТЕРАТУРА

Голощук С. Л. Когнітивно-комунікативні особливості спонукального дискурсу [Електронний ресурс] / С. Л. Голощук // **Науковий вісник Національного університету “Львівська політехніка”**. 2007. – Режим доступу до журн.: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Lingvistyka/2007_586/16.pdf

Голощук С. Л. Фактор адресата в спонукальному дискурсі [Електронний ресурс] / С. Л. Голощук // **Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки**.

2007. № 3. – Режим доступу до журн.: http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Nvnu/filolog/2007_3/5/3.pdf

Калачинский А. В. Аргументация публицистического текста / А. В. Калачинский. Владивосток, 1989.

Тань Шусен. Робітники повинні більше отримувати з результатів економічного розвитку // **Інтернет-видання газети “Женьмінь Жибао”**. 2012. [Електронний ресурс]. URL: <http://finance.people.com.cn/GB/17099385.html> (дата звернення 3.04.12).

Франко О. Б. Семантичні та прагматичні параметри спонукального дискурсу (на матеріалі німецькомовних художніх творів ХХ ст.): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 “Германські мови” / О. Б. Франко. Київ, 2007.

Чжан Цзюйси. Сходства и различия современных текстов в китайской и российской прессе: Историческая и теоретическая обусловленность: дис. ... кандидата філол. наук: 10.01.10 / Чжан Цзюйси. Москва, 2005.

Nhan, V. Media in China: Methods of State Control // **The Orator**. № 3. Washington, 2008.

Searle, John R. A Classification of Illocutionary Acts / John R. Searle // **Language in Society**. Vol. 5, № 1. Cambridge, 1973.