

ХУДОЖНІЙ ТЕКСТ, ЯК ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ АВТОРА ІЗ ЧИТАЧЕМ У ТЕОРІЇ МОВЛЕННЄВИХ АКТІВ

Шимков Назар Сергійович

студент 6 курсу факультету романо-германської філології

Київський Університет імені Б. Грінченка

<https://orcid.org/0009-0008-9330-1350>

nsshymkov.frgf22@kubg.edu.ua

LITERARY TEXT AS A COMMUNICATION TOOL BETWEEN AUTHOR AND READER IN THE THEORY OF SPEECH ACTS

Nazar Shymkov

6th year student of the Faculty of Romance and Germanic Philology

Borys Grinchenko Kyiv University

<https://orcid.org/0009-0008-9330-1350>

nsshymkov.frgf22@kubg.edu.ua

Пропонована стаття стосується теми теорії мовленнєвих актів загалом та художнього тексту, як однієї із форм комунікації зокрема. Мовленнєві акти – це висловлювання, які мають конкретний вплив на адресата. Теорія мовленнєвих актів розглядає комунікацію через призму мови, розкриваючи специфіку конкретних висловлювань та їх вплив на реципієнта. Текстове повідомлення є одним із ключових форм комунікації, оскільки дозволяє чітко та послідовно передавати інформацію. Художній текст у цьому випадку є цікавим полем для дослідження, оскільки автор, використовуючи різні мовленнєві акти, може створювати особливу атмосферу у творі та впливати на читача. У статті здійснено аналіз та систематизація вже наявних досліджень з питання теорії мовленнєвих актів, викладено основні його аспекти, якими є локуція, іллокуція та перлокуція, а також подана їхня детальніша класифікація, запропонована науковцями Дж. Остіном та Дж. Сьорлем (Sadock, 2006). У статті подано розгляд тексту, як засобу комунікації автора та читача, окреслено ключові проблеми та труднощі під час текстової комунікації між адресантом та адресатом. До таких проблем належать проблема інтерпретації та сприйняття текстового повідомлення читачем, а також проблема зацікавленості та привернення уваги реципієнта до текстового повідомлення. Також у статті подано класифікації текстових підструктур, а саме комунікативної та пізнавальної, запропонованих М. Феллером, і висвітлено їх вплив на успішність та ефективність текстового повідомлення. У роботі приділяється особлива увага діяльності автора та читача, як суб'єктів текстової комунікації. Загалом, стаття висвітлює важливі аспекти теорії мовленнєвих актів та особливості текстової комунікації в контексті цієї теорії. Вона підкреслює роль автора і читача як суб'єктів текстової комунікації та допомагає розуміти складнощі та особливості означеного виду спілкування.

Ключові слова: *теорія мовленнєвих актів, художній текст, комунікація, локуція, іллокуція, перлокуція, комунікативна підструктура, пізнавальна підструктура.*

This article deals with the theory of speech acts in general and the literary text as a form of communication in particular. Speech acts are statements that have a specific impact on the recipient. The theory of speech acts examines communication through the prism of language, revealing the specifics of particular statements and their impact on the recipient. A text message is one of the key forms of communication, as it allows you to convey information clearly and consistently.

In this case, a literary text is an interesting field for research, since the author, using various speech acts, can create a special atmosphere in the work and influence the reader. The article analyses and systematises the existing studies on the theory of speech acts, outlines its main aspects, such as locution, illocution and perlocution, and presents their more detailed classification proposed by researchers J. Austin and J. Searle (Sadock, 2006). The article presents a consideration of the text as a means of communication between the author and the reader, outlines the key problems and difficulties in textual communication between the addresser and the addressee. Such problems include the problem of interpretation and perception of a text message by the reader, as well as the problem of interest and attention of the recipient to the text message. The article also presents the classification of textual substructures, namely communicative and cognitive, proposed by M. Feller, and highlights their impact on the success and effectiveness of a text message. This paper pays special attention to the activities of the author and the reader as subjects of textual communication.

In general, the article highlights important aspects of the speech act theory and the peculiarities of text communication in the context of this theory. It emphasises the role of the author and the reader as subjects of textual communication and helps to understand the complexities and peculiarities of this type of communication.

Keywords: *theory of speech acts, literary text, communication, location, illocation, perlocation, communicative substructure, cognitive substructure.*

Вступ. Вербальне спілкування є домінуючим фактором людської діяльності, оскільки є найефективнішим способом передачі інформації. Текст у цьому випадку відіграє ключову роль. Він є предметом дослідження у багатьох галузях, зокрема у психології, психолінгвістиці, лінгвістиці, філософії. Текст дуже часто розглядається, як інструмент взаємодії автора та читача. Текстова форма дозволяє чітко та структуровано організувати повідомлення і тим самим досягти автором певної прагматичної мети та здійснити психологічний вплив на реципієнта.

Художній твір у цьому контексті є досить цікавим полем для дослідження. На перший погляд процес взаємодії автора та читача через художній текст може видатись простим: автор транслює свої ідеї та думки у текстовій формі, а читач, у свою чергу, приймає та

інтерпретує їх, проте все набагато складніше. Художній твір виступає носієм інтелектуальних та світоглядних поглядів автора. Він не просто передає певну інформацію, він створює художні образи, апелює передусім до емоцій реципієнта. Твір містить певну комунікативну мету. У художньому тексті авторські наміри здебільшого не виражаються прямо, вони можуть приховуватись за образами та символами, що призводить до величезної кількості інтерпретацій з боку читача.

Постановка проблеми. Питання комунікації автора та читача через художній твір у контексті теорії мовленнєвих актів, як уже зазначалось вище, є доволі складним та вміщує в собі велику кількість нюансів.

Текст як форма мовленнєвого акту налічує певну кількість проблем, зокрема проблему розуміння та інтерпретації читачем намірів автора, різний соціокультурний контекст та часовий вимір, у якому знаходяться автор та читач. Різні читачі взаємодіють із текстом, спираючись на свій особистий досвід та індивідуальні особливості. Автор не може отримати відповідь від реципієнта стосовно свого висловлювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорія мовленнєвих актів загалом та текст, як одна із форм комунікації зокрема, являються ключовими темами для досліджень багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців.

О. Шепетяк у своїй статті «Теорія мовленнєвих актів» чітко та структуровано виокремив основні положення комунікативних актів, які були запропоновані Дж. Сьорлем та Дж. Остіном. Науковець представив різні аспекти мовленнєвого акту, такі як: локуціон – фонетичний аспект, іллокуціон – інформативний аспект, перлокуціон – очікування реакції на передану інформацію (Шепетяк, 2008).

Н. Чепелева, досліджуючи взаємодію тексту та читача з точки зору психології, приділяє особливу увагу тому, як читач сприймає та розуміє текстове повідомлення. Розуміння тексту – це процес, який передбачає відновлення концепту, першочергово закладеного автором, та одночасно власне переосмислення реципієнтом отриманої інформації (Чепелева, 2015).

Вагомий внесок у розуміння тексту як засобу комунікації автора та читача здійснив М. Феллер, який виокремив основні труднощі у взаємодії адресанта та адресата. Відстань між автором/адресантом та читачем/адресатом ускладнює процес комунікації між ними. Не знаючи, хто буде читати текст, автору важко визначити, які слова, структуру речень, граматику варто використовувати, щоб досягти прагматичної мети (Феллер, 2020).

S. Winko, опрацьовуючи прагматичну функцію літератури та фільмів, окреслює емоції однією зі складових, що визначають смисл літературних текстів. Winko зазначає, що емоції є

культурно закодованими. «Емоційні правила» визначають, у яких ситуаціях людина відчуває ту чи іншу емоцію.

Культурні знання про емоції зберігаються та передаються за допомогою мови. Мовці можуть як позначати, так і виражати свої емоції та емоції інших людей мовними засобами. Для цього в літературних текстах можуть бути використані всі мовні та формальні засоби, наприклад, сюжет тексту та дизайн персонажів, наративні стратегії, тощо (Winko, 2002).

Отже, із наведених вище публікацій можна зробити висновок, що проблема взаємодії автора та читача розглядається у контексті розуміння та інтерпретації тексту, його прагматики та основних труднощів під час комунікації автора та читача. Проте проблема тексту як засобу комунікації в теорії мовленнєвих актів потребує ретельнішого аналізу, що і зумовлює мету нашої статті.

Метою статті є систематизація вже наявних досліджень з питань теорії мовленнєвих актів та визначення особливостей тексту як засобу комунікації між автором та читачем.

Виклад основного матеріалу. Насамперед, щоб краще зрозуміти роль тексту у взаємодії автора та читача, варто детальніше розібратись з поняття мовленнєвого акту.

Мова є однією із найважливіших умов життя людини. У різних ситуаціях люди використовують мову, щоб висловити свої почуття та емоції, передати інформацію або ж змусити інших щось зробити. Висловлюючись, мовець очікує, що його намір буде розпізнаний слухачем. Обставини, що супроводжують висловлювання, можуть допомогти слухачеві ідентифікувати намір мовця. Виходячи з цього, з'явилося поняття мовленнєвого акту.

Мовленнєвий акт – це поняття у філософії мови та лінгвістиці, що позначає функції або дії, які мова може виконувати, окрім передачі інформації. Вперше термін розробив філософ Дж. Л. Остін у своїй праці “How to do things with words” і в подальшому розвинув Дж. Серль у праці “Speech acts. An Essay in the Philosophy of Language”. Мовленнєвий акт є цілеспрямованою дією, яка має на меті досягнення певних комунікативних цілей. Мовленнєвий акт завжди пов'язаний з певною ситуацією або контекстом, оскільки саме вони надають реченню чи висловленню його смисл та роблять його зрозумілим. Таким чином, аналізуючи мовленнєвий акт, неможливо відокремити його від ситуації та діяльності учасників комунікації.

Дж. Остін виокремлює такі важливі аспекти мовленнєвого акту: локутивний – окреслений аспект є власне фізичний акт мовлення. Тобто важливим тут першочергово є сам момент озвучування повідомлення; іллокутивний – за кожним висловлюванням приховується певний намір. Мовець говорить, щоб перепросити, пояснити щось, переконати когось або ж висловити своє ставлення щодо навколишнього світу. Намір, який стоїть за

висловлюванням, називається іллокутивною силою; перлокутивний – це вплив або наслідок певного висловлювання на реципієнта. Йдеться про те, як слухач/читач інтерпретує та реагує на іллокутивний акт мовця. Розуміння, емоційна реакція та подальші дії слухача є частиною перлокутивних актів (Sadock, 2006).

У свою чергу, Остін детальніше класифікує іллокутивний аспект і поділяє його на: Вердиктиви – дії, які полягають у наданні певного висновку стосовно чогось, наданні оцінки. Сюди можуть належати висловлювання, метою яких є виправдати когось; екзерситиви – дії, які полягають у прийнятті рішення за або проти чогось, сюди можуть належати попередження, накази або заборони; комісиви – дії, мета яких полягає у зобов'язанні мовця до чогось, наприклад, обіцянки; бехабітиви – висловлювання стосовно поведінки, настроїв інших людей, наприклад, подяки, вітання; експозитиви – висловлювання поглядів, аргументів (Sadock, 2006).

Джоан Каттінг, базуючись на вченні Серля, пропонує дещо іншу класифікацію. Вчений виокремлює: директиви – висловлювання, яке має відношення до інших людей. Мовець говорить, слухач виконує пов'язанні із цим дії, прикладом директивів є накази; експресиви – висловлювання, які виражають почуття мовця у конкретних випадках. Сюди можуть належати вибачення, висловлення жалю або подяки; комісиви – слова, які зобов'язують мовця до якоїсь дії у майбутньому, наприклад, обіцянки; декларативи – висловлювання, які змінюють реальну ситуацію навколо мовця; репрезентативи – це ствердження, опис речей, висновки стосовно чогось (Cutting, 2002).

Також у теорії мовленнєвих актів розрізняють прямий мовленнєвий акт, тобто такий, де намір повідомляється чітко та зрозуміло, відсутня двозначність та існує прямий зв'язок між формою висловлювання та його функцією, та непрямий мовленнєвий акт, тобто такий, в якому мовець передає значення опосередковано, форма та функція висловлювання відрізняються, мовець не вказує явно, який сенс він хоче вкласти у своє висловлювання. Завдання слухача – проаналізувати висловлювання, щоб зрозуміти його значення (Sadock, 2006).

Мовленнєві акти, якщо їх розглядати у контексті художнього твору, можуть мати, як стверджує літературний критик Джозеф Міллер, два різні виміри. У першому випадку мовленнєві акти у художньому творі є такими, які вимовляються в межах цього твору. Тобто це можуть бути прохання, вибачення, обіцянки, сказані власне персонажами чи оповідачем у творі. З іншого боку, художній твір загалом може розглядатись як висловлювання, прояв мовленнєвого акту (Miller, 2002).

Будь-який художній текст сприймається читачем як спосіб комунікації автора з ним. Текст втілює в собі певну інтенцію письменника, кожне слово у творі має свій зміст та

служить для втілення авторської комунікативної стратегії. Персонажі у творі взаємодіють між собою відповідно до мети та намірів, які заклад письменник. Їхні дії, реакції та взаємовідносини можуть бути важливими для розвитку сюжету та висловлення авторських ідей. Таким чином створюється художній світ, за реальністю якого завжди стоїть образ автора. Тобто, можна стверджувати, що комунікація між автором та читачем, і власне внутрішньотекстова комунікація пов'язані між собою (Єжижанська, 2012).

Проте, варто зазначити, що форма комунікації через текст має свої особливості та сильно відрізняється від діалогічного мовлення. Першою такою особливістю є те, що автор/мовець та читач/слухач здебільшого не переживають спільного життєвого досвіду, не перебувають в одному контексті, що має вплив на розуміння авторських інтенцій читачем.

Те, що написано у тексті, дуже часто може бути сприйняте читачем не так, як задумував автор. Це зумовлено різними причинами, до яких першочергово належать психологічні особливості сприйняття. Оскільки відсутній прямий контакт автора та читача, це ускладнює процес вираження та розуміння текстового змісту (Різун, 2020).

Наступною особливістю текстового повідомлення є відсутність невербальних сигналів, таких як жести, міміка, які зазвичай дуже сильно допомагають у розумінні сказаного повідомлення.

Ще одним аспектом є привертання уваги читача. У діалогічному мовленні варто просто звернутись до слухача, щоб привернути його увагу до подальшого висловлювання. Із художнім текстом ситуація зовсім інша. Діяльність читача, у цьому випадку сприйняття текстового повідомлення, потребує сили волі. Чим менше зміст повідомлення цікавить читача, тим більше зусиль йому потрібно докладати для його сприйняття. Щоб донести інформацію до реципієнта, автор спершу має його зацікавити, підготувати до сприйняття інформації. Автор може переконати читача, чому його текст вартий уваги для прочитання. Існують різні способи, якими можна привернути увагу читача і створити контакт з ним. Серед них основними є цікавий заголовок, правильне розміщення матеріалу на сторінці, привабливі ілюстрації та структура тексту.

Наступним важливим аспектом, який варто висвітлити під час аналізу тексту як засобу комунікації, є власне діяльність автора та читача. Як уже було зазначено вище, будь-яка комунікація неможлива без активної діяльності з обох сторін. Робота автора тексту та читача у цьому випадку посідає особливе місце.

Варто звернути увагу на такі ключові моменти, які стосуються як автора, так і читача. Перш за все, автор готує та розробляє повідомлення, яке він планує передати своїй аудиторії. Перед публікацією тексту відбувається процес «примірювання», письменник подумки моделює вплив свого повідомлення на ефемерного читача з метою оцінити, як свідомість

реципієнта може сприйняти текст. На цьому етапі відбувається також саморедагування, твір може бути переписано.

До діяльності читача, в свою чергу, належить процес сприйняття та розуміння. Предметом діяльності виступає не лише зміст повідомлення, але й попередні знання у свідомості реципієнта щодо теми, яка міститься у повідомленні. Під час розуміння адресат моделює авторський задум. Проте варто зазначити, що у процесі сприйняття повідомлення читач переслідує мету, яка не завжди може збігатися з тією, яку закладав автор. Реципієнт здебільшого сам її визначає (Феллер, 2020) .

Створюючи текстові повідомлення, автор вибудовує певні підструктури тексту. Феллер виокремлює комунікативну та пізнавальну підструктури, які варто розглянути більш детально.

Якщо спробувати описати комунікативну підструктуру, то можна зазначити, що вона передбачає наявність у творі певних частин, які викликатимуть у читача різні стани та емоції під час прочитання тексту, моделюючи тим самим мовленнєвий акт. До першої такої частини можна умовно віднести вступ, або ж початок твору, що виступають такими собі збудниками уваги читача та служать для того, щоб залучити його до мовленнєвого акту. Канал зв'язку через текст може бути досить ненадійним, людська увага, особливо у сучасному світі, швидко стомлюється. Структура тексту має бути спроектована таким чином, щоб подолати цю перешкоду. Вона повинна містити елементи, які підтримують зацікавленість читача. Зазвичай ними можуть виступати емоційно-експресивні слова, апелюючи до емоцій реципієнта, цікаві факти або уже відомі факти, проте наприкінці слідує несподівана розв'язка.

Наступною частиною виступає власне основа тексту, яка виконує завдання передачі інформації та здійснення у свідомості читача комунікативної мети автора. Останньою частиною виступає висновок, на меті якого є підведення читача до певного рішення.

Пізнавальна підструктура є основою твору та складається з інформаційної та структурної частин. Саме остання відповідає за чіткий, послідовний та логічний виклад думки автора. Кожен текст несе функцію формування певних поглядів. Щоб здійснити на читача вплив, закладений автором, деяка інформація у тексті вже повинна бути відомою читачеві та подаватись поступово, чим менш підготовленим є читач, тим з більшою поступовістю повинна подаватись інформація. Автор може іноді використовувати повтори змісту з метою кращого їх запам'ятовування читачем.

Результати досліджень. У ході роботи було систематизовано теоретичний матеріал з проблематики мовленнєвих актів, окреслено основні їхні аспекти, а саме локутивний,

іллокутивний і перлокутивний, та висвітлено їхню класифікацію відповідно до вчень різних науковців.

Також було опрацьовано дослідження проблематики тексту як форми мовленнєвого акту, що дало змогу виокремити певні проблеми комунікації через текст. До таких проблем належить проблема розуміння текстового повідомлення, що зумовлено наявністю різного життєвого досвіду з боку автора та читача та відсутністю невербальних сигналів, таких як міміка та жести. Також було виокремлено певні особливості текстового повідомлення у порівнянні із діалогічним мовленням: такою особливістю, в першу чергу, є здебільшого незацікавленість читача у сприйнятті повідомлення, що змушує автора присвячувати значну частину своєї діяльності зацікавленню реципієнта, наприклад, активно рекламуючи свій текст.

Систематизація теоретичних праць також дозволила виокремити текстові підструктури. Першою в тексті виступає комунікативна підструктура, яка відповідає за побудову тексту таким чином, щоб змогти зацікавити читача «залучити до подальшої комунікації» з метою трансляції авторських ідей та інтенцій. Прикладом такого «залучення» до текстової комунікації може слугувати детективний роман Ф. Дюрренматта „Der Richter und sein Henker“. Автор, маючи на меті пробудити читацький інтерес у реципієнта, використовує доволі поширений прийом детективного жанру – розпочинає свою оповідь з убивства: „*Clenin öffnete die Wagentüre und legte dem Fremden die Hand väterlich auf die Schultern. Er bemerkte jedoch im gleichen Augenblick, daß der Mann tot war. Die Schläfen waren durchschossen.*“ (Dürrenmatt, 2017). Таким чином, письменник одразу створює певну інтригу. Перед читачем постає багато питань, на які немає відповіді: Ким був убитий? Чому, як і хто його вбив?

Дещо інший прийом використовує Еріх Марія Ремарк у своєму романі „Arc de Triomphe“. Щоб зацікавити читача, письменник розпочинає твір зі знайомства головних героїв – Джоан та Равіка. Жінка була чимось сильно стурбована, тому головний герой не зміг залишити її одну та запросив переночувати у своєму готельному номері: „*Er sah ein blasses Gesicht mit hochliegenden Wangenknochen und weit auseinanderstehenden Augen. Das Gesicht war starr und maskenhaft; es wirkte, als sei es eingestürzt, und die Augen hatten im Laternenlicht einen Ausdruck so gläserner Leere, daß er aufmerksam wurde*“ (Remarque, 1988). Як виявиться згодом, жінка була стурбована, оскільки залишила труп свого чоловіка у готельному номері. Головні герої вже з перших сторінок роману починають активно взаємодіяти між собою, читач починає проявляти емпатію до них та переймається за подальший розвиток їхніх стосунків.

Також, Ремарк насичує свій роман великою кількістю діалогів. Це допомагає підтримувати увагу реципієнта протягом прочитання, оскільки діалоги у творі – це завжди взаємодія між людьми, за якою спостерігати цікавіше, ніж читати довгі авторські роздуми або ж описи місцевості. Ремарк полегшує для читача процес сприйняття, що є прикладом другої підструктури тексту – пізнавальної.

Пізнавальна підструктура відповідає за чітку, логічну, послідовну подачу інформації з метою полегшення пізнавальної діяльності читача.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, художній текст, будучи одним із ключових засобів комунікації, має також і певні труднощі застосування. Перш за все, до цих труднощів належать проблема сприйняття та інтерпретації читачем закладених автором інтенцій, проблема слабкої читацької уваги під час сприйняття повідомлення та, у багатьох випадках, першочергова незацікавленість читача у прочитанні художнього тексту. Тому автор, створюючи твір, може значну частину своєї діяльності приділяти вирішенню цих питань. Варіантами розв'язання цих труднощів можуть бути використання емоційно-забарвленої лексики, різкі сюжетні повороти, або ж нові захоплюючі факти. Також значну роль відіграють заголовок тексту та промоція художнього твору, що дозволить привернути увагу реципієнта та викликати у нього зацікавленість у сприйнятті повідомлення. Ще одним важливим аспектом виступають логічність то послідовність викладу. Автор уникає «перенасиченості текстом», що означає вводити читача у свій твір поступово.

Висновки, отримані під час роботи над цією статтею, можуть бути корисними для подальшого дослідження тексту як засобу комунікації. Наявний теоретичний матеріал, отриманий у ході систематизації різноманітних досліджень, може бути використаний для проведення практичного аналізу художніх текстів з метою підтвердження або ж спростування інформації, поданої у пропонованій статті.

Список використаних джерел:

1. Єжижанська, Т. С. (2012). Проблеми комунікації у художньому тексті. Філологічні науки. Літературознавство, 28–32. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/5868/1/8.pdf>
2. І. В. Козлик, Г. В. (2020). Теорія твору й тексту. Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.
3. Ловгун, Р. О. (2023). Теорія мовленнєвих актів та їх етапи. Світ наукових досліджень, (18), 165–166.
4. Чепелева, Н. В. (2015). Текст і читач. ЖДУ ім. І. Франка. URL https://lib.iitta.gov.ua/10285/1/text_i_chitach.pdf
5. Шепетяк, О. (2008). Теорія мовленнєвих актів. Вісник факультету романо-германської філології, (3), 93–105.

6. Cutting, J. (2002). Pragmatics and discourse. Routledge. URL <https://library.uc.edu.kh/userfiles/pdf/40.Pragmatics%20and%20Discourse%20A%20Resource%20Book%20for%20Students.pdf>
7. Dürrenmatt, F. (2017). Der Richter und sein Henker. Rowohlt.
8. Jannidis, F. (2002). Zwischen Autor und Erzähler. In: Detering, H. (eds) Autorschaft: Positionen und Revisionen. Germanistische Symposien Berichtsbände. J.B. Metzler, Stuttgart. URL https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-476-05568-2_29
9. Miller, J. H. (2001). Speech. Stanford University Press.
10. Remarque, E. M. (1988). Arc de triomphe. Kiepenheuer & Witsch.
11. Tri Lestari, T., & Hartati, E. (2017). A pragmatics analysis of speech act in Thor movie. Journal of English Language Teaching and English Linguistics, 47–59. URL <https://journal.upy.ac.id/index.php/eltics/article/view/524/358>
12. Ward, G., & Horn, L. R. (2006). The handbook of pragmatics. Blackwell Publishing Ltd.
13. Winko, S. (2002). Emotionskodes und ihre Vermittlung. Zur pragmatischen Basis von Literatur und Film. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation, 122–128.