

УДК 81'36'42:070.41-028.27

МОДУСНА КАТЕГОРІЯ ПЕРСВАЗИВНОСТІ В МЕДІАТЕКСТІ

Наталія Драган-Іванець

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, Львів, 79000, Україна
e-mail: dragann@yandex.ru*

У статті проаналізовано підходи до вивчення нової категорії «персвазивність». Автор вважає, що персвазивність забезпечується низкою макролінгвістичних засобів тексту, зокрема модальністю, зв'язаністю, імпліцитністю.

Ключові слова: персвазивність, модальні значення персвазивності, ймовірність, необхідність, впевненість, непевненість.

Поняття «персвазивність» – одне із маловивчених в мовознавстві, яке сьогодні шукає відповіді на питання про сутнісні ознаки персвазивної комунікації як практики, що передбачає мовленнєвий вплив адресанта на адресата з метою прийняти рішення в інтересах адресанта. Мета статті: розкрити модальність персвазивності на прикладі медіатексту. Завдання: 1) окреслити підходи до вивчення змісту категорії, 2) дослідити модальні значення персвазивності (ймовірності, необхідності, впевненості та непевненості) і способи їх реалізації в тексті інтерв'ю.

1. Термін *персвазивність* (від англ. *persuasion* – «вмовляння, переконування»; *persuasiveness* – «переконливість») як підкатегорія аргументації реалізує два значення. Перше виникає, якщо «це поняття розглядається в межах лінгвістики тексту та як рефлексія автора щодо свого або чужого повідомлення з позиції достовірного чи недостовірного характеру інформації», друге значення – якщо персвазивність розглядається «як різновид маніпулювання, яке протиставляється раціональній аргументації чи як сукупність прийомів і засобів, які направлені на підсилення аргументів у процесі аргументації (до прикладу, W. Schöberle, A. Pratkanis, O. С. Иссерс, А. В. Голоднов)» [1].

У зарубіжній лінгвістиці є досвід вивчення персвазивної комунікації як особливої форми ментально-мовної дійсності, однак до цього часу проблема не має належного обґрунтування на матеріалі слов'янських мов [2]. Персвазивність відносять до обов'язкових суб'єктивних значень, які входять до змісту кожного речення. На думку В. Белошапкової, «персвазивність – це оцінка комунікатором об'єктивного змісту речення з боку його правдивості/неправдивості. Адже кожне речення має значення достовірності/недостовірності» [3: 683]. Т. Шмельова розглядає персвазивність серед модусних категорій, завдання яких – кваліфікувати запропоновану інформацію з позиції автора [4]. Персвазивність виражає ступінь пізнання мовцем зв'язків і відношень дійсності, вона суб'єктивна, адже завжди пов'язана з висновками мовця. Це модусна категорія, «за допомогою якої мовець кваліфікує повідомлене з погляду його вірогідності» [5]. В. Шинкарук підкреслює, що мова йде «не про правдивість/неправдивість як відповідність чи невідповідність об'єктивному стану речей, а про суб'єктивне бачення мовця до цієї властивості

інформації – його впевненості/непевненості у вірогідності викладеного [5]. Категорію виражають модальні слова, частки, модальні вирази. Тобто зміст категорії передає модальність повідомлення як спосіб вияву зв'язку між об'єктом і ознакою [5].

На думку Х. Перельмана, наукове переконування має справу з аналітичними міркуваннями, а персвазивна комунікація – з діалектичними міркуваннями, які прагнуть переконати аудиторію в потребі прийняти те чи те рішення, розділити той чи той погляд [6]. Персвазивна комунікація постає як закріплена в суспільній і комунікативній практиці особлива форма ментально-мовленнєвої взаємодії індивідів, яка реалізується на визначених типах тексту та спробі мовленнєвої дії одного із комунікантів (адресанта) на установку свого комунікативного партнера/партнерів (реципієнта/аудиторії) з метою непримусовим шляхом (через комунікативні стратегії переконування) добитися від нього прийняття рішення в інтересах адресанта [2].

Для персвазивного дискурсу характерна присутність різного роду «риторичних фігур». Також у число засобів персвазивності входять софізми – логічні пастки, які призначені для підсилення поглядів того, хто говорить. Персвазивність забезпечується низкою макролінгвістичних засобів тексту, передусім модальністю, зв'язаністю, імпліцитністю (ці характеристики тексту сприяють досягненню конкретного персвазивного ефекту) [7].

2. Для аналізу функціонування категорії персвазивності виберемо інтерв'ю – найбільш актуальний жанр сучасної публіцистики. Його вибір обумовлений тим, що він за своєю природою суб'єктивний, оскільки має на меті позначити позицію мовця з того чи того питання, його думку з приводу якої-небудь події (подій). Це жанр публіцистичного тексту, в якому погляди мовця представлені найбільш опукло, рельєфно, дається авторська оцінка щодо повідомлення, присутнє емоційне ставлення до нього. Все це дозволяє максимально повно описати категорію персвазивності в плані вираження. Матеріалом дослідження послужило інтерв'ю Анни Опрі (Суспільне мовлення в Україні за 12 квітня 2011 року) з редактором газети «День» Ларисою Івшиною під назвою «Лариса Івшина: «Я нічого не знаю красивішого за своєю тб-природою, ніж мислення он-лайн»» [8].

Найбільш спеціалізованим засобом вираження персвазивності в українській мові є модальні слова, які функціонують здебільшого як вставні елементи речення [5]. *«Можє, в нього є свої недоліки, то їх треба предметно критикувати. Не можна через якісь там особисті симпатії чи антипатії нівелювати роль нових молодих політичних діячів»* [8].

У структурі персвазивності виокремлено чотири модальних значення: ймовірності, необхідності, непевненості та впевненості. Враховуємо, що модальне значення ймовірності ґрунтується на неповному знанні мовця про дійсність, семантичний інваріант речень з модальним значенням ймовірності можемо витлумачити: *«з того, що я знаю, можна припустити, що ...»* [5]. Потрібно розрізняти значення персвазивної можливості та персвазивної необхідності в семантичній структурі ймовірності. Значення персвазивної можливості та необхідності в українській мові передає семантика модальних лексем *можти/можна* і *повинен* [5]. До прикладу: *«І якщо ми самі дозволяємо, щоб всі козирні місця займали інші люди, то наші журналісти будуть носити за ними папки. Так, можна по-різному до них ставитися, але досвід роботи вони мають чималий. Наші канали могли і своїх виростити, але цим ніхто не займається»* [8].

Модальне значення логічної необхідності виражає персвазивну оцінку зв'язку між об'єктом і ознакою, що ґрунтується на логічному висновку, який спирається на

відомості мовця, які він має у своєму розпорядженні: очевидні факти, попередні знання, звичайний стан справ, свідчення очевидців. Речення з модальністю логічної необхідності завжди можна доповнити метою логічних роздумів [5]. До прикладу, реченню: *«Треба усвідомлювати, і особливо це повинна зрозуміти молодь, що конкуренція на ринку праці є і в журналістиці»* [8] – можуть передувати такі міркування: *«Майбутнє, без сумніву, за молодими людьми, тому вони повинні посилено працювати»*.

Недостатнє знання мовця про можливість зв'язку між об'єктом і ознакою, невпевненість у його наявності – це модальне значення невпевненості. Значення не тільки стосується основної модальності речення, але і підсилює гіпотетичне значення ірреальності, виражене умовним способом.

На лексичному рівні недостовірність можна простежити за допомогою: а) вступних слів зі значенням невпевненості *може, може бути, здається, мабуть, можливо, мабуть, очевидно, напевно, припустимо, треба думати, думаю* тощо [9] (до прикладу: *«В Україні за новітні часи було кілька шансів, “вікон можливостей”, скориставшись якими, можна було б витягнути всю ситуацію, стати на тверду дорогу об'єднання з великою Європою»* [8]); б) модальних часток *навряд чи, начебто, чи що, як би, нібито, начебто, неначе* [9] (*«Вони кожного разу нібито вирішують якісь важливі питання, але є ще надважливі питання»* [8]).

Значення впевненості в реченні нашаровується на об'єктивне модальне значення дійсності та підсилює його за рахунок суб'єктивної оцінки, зв'язку між об'єктом і ознакою: *Він обов'язково приїде = Він приїде, я упевнений*. За умови абсолютного вживання, як відповіді на запитання, персвазивні модальні модифікатори впевненості поєднують два значення: ствердження і впевненості: – Він приїде? – Безперечно = Так + Я упевнений [5].

На синтаксичному рівні модус недостовірності можна простежити за допомогою з'ясувальних конструкцій: *можна сказати, що; хочеться думати, що; не думаю, що; боюся, що; сподіваюся, що; відчуття, що; думаю, що; відчуваю, що; надіюсь на те, що* тощо [9]. До прикладу, *«Я думаю, що на цю ситуацію варто дивитися системно. Еліті, як і громадянам, треба вивчати і творити історію»* [8]. В ролі допоміжних засобів, що підсилюють значення недостовірності, виступають неозначені займенники і прислівники, з'ясувальні частки з відповідною семантикою [9]: *«Мені здається, що ця частина нашої роботи могла би бути екранізована. Бібліотека “Україна Incognita” – чим не серіал»* [8]. Значення недостовірності передають і мовні засоби, що обслуговують інші модусні категорії, насамперед авторизацію. До них належать вступні слова: *по-моєму, на мій погляд* та ін. Вони не тільки і не стільки вказують на джерело повідомлення, а підкреслюють, що джерелом інформації є сам мовець, причому той, хто говорить, не наполягає на своїй позиції, не нав'язує своїх поглядів [9]. До прикладу, *«Я не безсистемний мрійник, я вважаю, що те, що можу робити – це мій вклад в Україну-2015»* [8]. Іншими засобами вираження недостовірності є і конструкції: *швидше, швидше за все, в принципі, пам'ятаю, якщо не помиляюся, якщо можна так сказати* [9]: *«І з цієї дуже низької відмітки ситуацію опанувала політична сила, яка в принципі ніколи не декларувала того, що хотіла би чути осмислена українська спільнота»* [8].

Один з найбільш оптимальних способів «зняти з себе відповідальність» за достовірність інформації є покликання на джерело повідомлення. Ним може бути як конкретна особа, так і невизначений колективний чи узагальнений суб'єкт [9]: *«– А може, варяги на ТБ краще підготовлені і ефективніше реалізують інформаційні*

стратегії? – Колись президент Квасневський сказав мені цікаву річ: “Ми, поляки, повинні працювати вдвічі більше, ніж німці. А ви, українці, повинні працювати більше, ніж поляки» [8]. «А що, хтось стоїть під телеканалами і вимагає? Ніхто не вимагає. Всі вважають: «Ну раз так, то так, значить така наша доля. Оце будемо дивитися дешево мило, жити не своїм життям»» [8].

Досить часто преамбула запитання містить інформацію, в достовірності якої журналіст не впевнений. Завдання інтерв'юваного зводиться до того, щоб підтвердити або спростувати “неперевірену” інформацію” [9]. Наприклад: «– Дехто каже, що сьогодні журналісти при нівелюванні ролі опозиції відіграють цю функцію. Чи погоджуєтесь Ви з таким поглядом? – Ні, функції опозиції не знівельовані» [8]. У самому запитанні журналіста можуть бути присутніми вступні конструкції, які сприймаються як сигнали невпевненості, ймовірності: «– Невже в Україні немає попиту на інтелектуальний продукт? – Ні, я не так думаю. Попит є, але його треба сформулювати, розбудити» [8]. Співрозмовник може підтримати задану тональність або, навпаки, акцентувати значення вірогідності. «– Знову розпочалися слідчі дії щодо справи Гонгадзе. Хто, на Вашу думку, зацікавлений в ініціюванні цього процесу? – При всій, ніби відкритості нашого суспільства, інколи в критичний момент ми, напевне, дуже мало знаємо» [8].

Висновки.

1. Мовець за допомогою модусної категорії персвазивності кваліфікує повідомлене з погляду його вірогідності та оцінює висловлювання з погляду його правдивості/неправдивості.

2. Персвазивність медіатексту належить до обов'язкових суб'єктивних значень, які передає зміст кожного речення і виражає ступінь пізнання мовцем зв'язків і відношень дійсності.

3. Персвазивність медіатексту суб'єктивна в тому, що завжди пов'язана з висновками мовця. Вона формує модальність повідомлення, характеризує всі судження в цілому, а не спосіб вияву зв'язку між об'єктом і ознакою.

1. Шелестюк Е. В. Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности как отражение способов речевого воздействия // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008. – Выпуск 26. – № 30 (131). – С. 170–175. – (Серия «Филология. Искусствоведение»).
2. Голоднов А. В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / А. В. Голоднов. – СПб. : СПбГУ, 2003.
3. Современный русский язык / под ред. В. А. Белошапковой. – М., 1989.
4. Шмелева Т. В. Семантический синтаксис. – Красноярск, 1988.
5. Шинкарук В. Д. Модус і диктум у структурі речення // автореф. дис. ... докт. філол. наук. – К., 2003 [Електронний ресурс]. – Доступно з : http://librar.org.ua/sections_load.php?s=philology&id=1957&start=1.
6. Перельман Х. Новая риторика: трактат об аргументации / Х. Перельман, Л. Ольбрехт-Тытека // Язык и моделирование социального взаимодействия : [сб. ст.] / сост. В. М. Сергеева, П. Б. Паршина ; общ. ред. В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1987.
7. Безменова Н. А. Риторическая модель речевой деятельности / Н. А. Безменова // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / отв. ред. Ф. М. Березин, Е. Ф. Тарасов. – М. : Наука, 1990. – С. 25–40.
8. Опря А. «Лариса Івшина: «Я нічого не знаю красивішого за своєю тб-природою, ніж мислення он-лайн»» [Електронний ресурс]. – Доступно з : www.day.kiev.ua/3006671.

9. Долбик Е. Е. Модусная категория персуазивности в публицистическом тексте [Электронный ресурс]. – Доступно з : www.bsu.by/ru/sm.aspx%3Fguid%3D216933.

MODUS CATEGORY PERSUSION IN MEDIATEXT

Natalia Dragan-Ivanets

*Ivan Franko National University of Lviv
Generala Chuprynky str. 49, Lviv, 79044, Ukraine
e-mail: dragann@yandex.ru*

The article analyzes the approaches to studying new category 'persuasiveness'. The author believes that persuasiveness is secured by a number of macro-stylistic means of the text, in particular, modality, coherence and implicitness.

Key words: persuasiveness, modal meaning of persuasiveness, probability, necessity, certainty, uncertainty.

МОДУСНАЯ КАТЕГОРИЯ ПЕРСВАЗИВНОСТИ В МЕДИАТЕКСТЕ

Наталья Драган-Иванец

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко
ул. Генерала Чупрынки, 49, Львов, 79044, Украина
e-mail: dragann@yandex.ru*

В статье проанализированы подходы к изучению новой категории «персвазивность». Автор считает, что персвазивность обеспечивается рядом макролингвистических средств текста, в частности модальностью, связностью, имплицитностью.

Ключевые слова: персвазивность, модальные значения персвазивности, вероятность, необходимость, уверенность, неуверенность.

Стаття надійшла до редколегії 11.09.2014

Прийнята до друку 15.11.2014