

<https://doi.org/10.31891/2415-7929-2025-34-9>

УДК 81'42:316.774.3

КУЛИШ Владислава

Сумський державний університет
<https://orcid.org/0000-0002-8283-7431>
v.kulish@gf.sumdu.edu.ua

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АРГУМЕНТАТИВНОГО ТА АПЕЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ НАРАТОРА (на матеріалі англійськомовного медіадискурсу)

У статті обґрунтовано доцільність використання комунікативно-прагматичного підходу для дослідження аргументативного та апелятивного впливу наратора в англійськомовному медіадискурсі. Медіадискурс розглядається як складне знакове утворення, що реалізує соціальний вплив через специфічні стратегії мовленнєвої взаємодії. Увагу зосереджено на функціонуванні наратора як суб'єкта комунікації, здатного здійснювати цілеспрямований вплив на реципієнта за допомогою аргументативних структур і маніпулятивних прийомів. Проаналізовано прагматичні параметри тексту, моделі комунікативної взаємодії, а також функціональні аспекти нараторської ролі в медіанаративах. Особливу увагу приділено типовим механізмам аргументації (зокрема моделі Тулміна) та апеляції, зокрема в контексті маніпулятивних стратегій. Доведено, що наратор виконує низку взаємопов'язаних функцій — наративну, режисерську, комунікативну, свідка-очевидця й ідеологічну — які забезпечують ефективність медіакомунікації та сприяють формуванню когнітивних і поведінкових реакцій аудиторії.

Ключові слова: медіадискурс, наратор, прагматика, аргументація, апеляція, маніпуляція, комунікативний вплив.

KULISH Vladyslava
Sumy State University

THEORETICAL BASIS FOR STUDYING THE ARGUMENTATIVE AND APPEALATIVE INFLUENCE OF THE NARRATOR (based on the english-language media discourse)

The article substantiates the expediency of applying the communicative-pragmatic approach to studying the argumentative and persuasive influence exerted by the narrator in English-language media discourse. Media discourse is conceptualized as a complex semiotic formation that fulfils the function of social influence by implementing specific speech interaction strategies. Within this framework, the narrator is not merely a transmitter of information but an active communication agent who consciously shapes the message to achieve a desired impact on the audience. The study emphasizes the importance of analyzing the pragmatic parameters of media texts, including the structure of communicative interaction, message transmission dynamics, and discourse's performative nature. Particular focus is given to the narrator's role in constructing arguments and deploying persuasive appeals, often incorporating implicit or explicit manipulative tactics. Drawing on argumentation theory, especially Toulmin's model, the article explores how claims, data, warrants, and backing are structured in media narratives to legitimize viewpoints and guide audience interpretation. The research also addresses emotional, ethical, and logical appeals as tools of influence that are strategically embedded in narrative frameworks. Moreover, the article identifies and explicates a range of narrator functions that operate simultaneously: narrative (storytelling and plot progression), directorial (structuring discourse and framing events), communicative (interpersonal interaction with the audience), eyewitness (creating authenticity and credibility), and ideological (conveying specific values or worldviews). These functions are shown to be essential in enhancing the effectiveness of media communication and in shaping both the cognitive perceptions and behavioural responses of media consumers. Ultimately, the article provides insights into how narrators in media texts act as potent mediators of meaning, persuasion, and manipulation, highlighting their pivotal role in the contemporary media landscape.

Keywords: media discourse, narrator, pragmatics, argumentation, appeal, manipulation, communicative influence.

Стаття надійшла до редакції / Received 17.03.2025

Прийнята до друку / Accepted 26.04.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК З ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ПИТАННЯМИ

У сучасній лінгвістичній парадигмі медіадискурс розглядається як багатокомпонентне знакове утворення, що акумулює провідні характеристики комунікативної категорії та формується в результаті взаємодії різномірних комунікативних агентів — як медіавиробників (інституційних і персоналізованих), так і реципієнтів. Мовленнєві жанри, репрезентовані в межах медіадискурсу, функціонують як складні знаки, знакодзя яких охоплює кодовий, інформаційний і культурний виміри.

Актуальність роботи зумовлена зростаючим інтересом до наративних стратегій у медіа дискурсі та необхідністю аналізу комунікативного впливу наратора з позицій прагматики.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Мета статті полягає в обґрунтуванні доцільності застосування комунікативно-прагматичного методу для вивчення аргументативного та апелятивного впливу наратора. Для досягнення мети нами були виокремлені наступні завдання: 1) визначити теоретичні засади дослідження; 2) проаналізувати реалізацію

аргументативної та апелятивної функцій у наративі; 3) охарактеризувати інтенції наратора через призму прагматичних стратегій.

Об'єкт дослідження – медіа наратив як комунікативний акт, а **предметом** визначаються аргументативні та апелятивні засоби впливу наратора.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У межах сучасного наукового підходу медіадискурс визначається як специфічний різновид мовленнєвої діяльності, що реалізується у сфері медіа та спрямований на інформування аудиторії про різні аспекти суспільного буття за допомогою засобів масової комунікації (телебачення, радіомовлення, Інтернет, друковані видання тощо) [2]. Спираючись на дослідницький доробок українських філологів, доцільним вважаємо тлумачити медійний текст як: а) текст, до структури якого входять креолізовані елементи — зокрема звукові ефекти, музика, візуальні образи та графічні компоненти; б) текст, що бере участь у формуванні нової психофізичної реальності – концептуальної картини світу – та виконує функцію соціального впливу, спрямованого на регуляцію поведінки реципієнта через різні форми комунікативної взаємодії; в) текст, що інтегрується в систему медіакультури і здійснює цілеспрямований вплив на масового адресата за допомогою відповідних каналів комунікації [3]. Водночас однією з ключових функцій медіатексту виступає вплив на рецепцію суспільно значущих подій і явищ, а також стимулювання адресата до когнітивного осмислення або відповідної дії.

Комунікативно-прагматичний аналіз тексту – один із видів лінгвоаналізу, що базується на концепції комунікативної прагматики як галузі мовознавства. Прагматика зосереджується на принципах використання мови, намірах продуцентів (мовців, письменників) та реципієнтів (слухачів і читачів), а також, головним чином, на контекстах. Прагматика і дискурс-аналіз виходять за межі структури мови та суто мовної структури. Ідеї, започатковані Дж. Остин [4], а згодом розвинуті В. Дресслером [6], підкреслюють значущість комунікативного наміру мовця, спрямованого на вплив на свідомість адресата.

Згідно з А. Булут [9], прагматика розглядається як теорія людської дії, що прагне реконструювати мовні правила як на рівні дії, так і на рівні форми та значення. Вона зосереджується на правилах, які регулюють послідовне та цілеспрямоване використання мовлення. Прагматичний підхід акцентує увагу на теорії мовленнєвих актів, аналізі розмовної взаємодії та культурних відмінностях. Прагматика та дискурс-аналіз досліджують мову в її комунікативній функції, розглядаючи її як усвідомлену людську діяльність.

Г. Ялчин [18] окреслює ключові параметри текстуальності, що стосуються прагматики й аналізу дискурсу, таким чином, що обробка тексту охоплює способи, якими події пов'язані між собою – через граматичні зв'язки (зв'язність), концептуальні відношення (навмисність і прийнятність), очікуваність чи новизну подій (інформативність), контекстуальні обставини (ситуативність) та взаємозв'язок між текстами (інтертекстуальність).

Невід'ємною складовою будь-якого мовленнєвого акту є продуцент інформації: автор, наратор чи учасник комунікативної дії. У сучасному англійськомовному дискурсі спостерігається підвищений інтерес до проблем наратології, зокрема до питань моделювання нарації та функціонування категорії наратора. Ці аспекти активно досліджуються як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями [І. А. Бехта; W. Booth; G.

Сучасна лінгвістика зосереджує увагу на дослідженні текстової діяльності наратора, особливостей комунікативного виміру художнього тексту, типології персонажів і нараторів, а також точок зору, що підтверджує сталий інтерес до текстуальних моделей комунікації. Наратор посідає центральне місце в аналізі наративу, виступаючи ключовим поняттям у дослідженнях наратології [5]. В. Бут розглядає наратора як «Я» художнього твору, підкреслюючи, що це «Я» майже ніколи не збігається з образом автора-письменника [8]. Ш. Ріммон-Кенан визначає наратора як «наративний голос» або «мовця тексту» (*narrative voice, speaker of a text*) [15]. У свою чергу, Д. Кост трактує наратора як абстрактну сутність з антропоморфними характеристиками, яка виконує певну комунікативну функцію. У його концепції наратор – це суб'єкт висловлення, що продукує висловлювання, які або містять наратему, або беруть участь у її побудові читачем [10].

І. А. Бехта розглядає наратора як адресанта фіктивної наративної комунікації, суб'єктом свідомості, безпосередньо репрезентованим у тексті, з яким вступає у взаємодію читач [1].

Наратор, виступаючи суб'єктом викладу, виконує ключову функцію у формуванні цілісної структурно-композиційної організації наративу, задаючи репрезентаційні рамки, у межах яких художній дискурс може інтерпретуватися як комунікативне повідомлення, а не як суто фіктивна оповідь [17].

Ж. Женетт виокремлює низку функцій наратора, серед яких: 1) наративна: реалізація процесу нарації, розгортання історії; 2) режисерська: організація внутрішньої структури тексту й дискурсу; 3) комунікативна: встановлення зв'язку між наратором і адресатом (наявним, відсутнім або потенційним); 4) свідка-очевидця: відображення різних форм залученості наратора (емоційної, моральної, інтелектуальної); 5) ідеологічна: інтерпретаційне втручання через авторитетні або дидактичні коментарі [12].

Зазначені функції, хоча й диференційовані, не є цілковито автономними: вони перебувають у тісному взаємозв'язку, тоді як лише наративна функція вважається обов'язковою [11].

Медіадискурс розглядається як специфічна форма мовленнєвої діяльності в межах мас-медіа, спрямована на інформування аудиторії про різноманітні аспекти суспільного життя за допомогою засобів масової комунікації – телебачення, радіо, Інтернету, друкованих видань тощо. З огляду на тематику та функціональні особливості, медіадискурс поділяється на політичний, культурний, науковий, спортивний та інші різновиди. Кожен із них характеризується специфічними способами апеляції до мовної свідомості реципієнта, що проявляється як у лінгвальних, так і в екстралінгвальних параметрах, а також у прогнозованому комунікативному ефекті [2].

Різноманітні функції наратора в медіанаративах не лише забезпечують наративну цілісність, а й виконують роль інструментів впливу на реципієнта. Так, інформативна функція наратора переважно реалізує аргументативний тип впливу, надаючи об'єктивні дані, статистику або експертні оцінки, що сприяють формуванню раціонального ставлення до події. Натомість апелятивний вплив здійснюється через інтерактивну та експресивну функції, які стимулюють участь аудиторії, викликають емоційну реакцію або спонукають до дії (наприклад, поширення контенту, коментування, участь у флешмобах). Маніпулятивна функція може поєднувати елементи аргументації та апеляції, нав'язуючи певну інтерпретацію подій або моральну оцінку.

Аргументація розглядається як макромовленнєвий акт, що має складну структурну організацію, до якої входять пропозиційний зміст, логічна форма та ілокутивна сила. Однією з ознак наявності аргументації в дискурсі є наявність каузального (причинно-наслідкового) зв'язку між аргументом і його логічним висновком. У зв'язку з цим теорія аргументації тісно пов'язана з логікою, адже аргументативні структури мають бути внутрішньо впорядкованими та логічно послідовними. У межах класичної аргументативної моделі, запропонованої Стівеном Тулміном, виділяється шість ключових компонентів аргументу: теза (претензія) – твердження, яке потребує доведення; дані (підстава) – факти або докази, що слугують основою для тези; гарант; застереження (спростування) – обмеження або умови, за яких теза може не діяти; модальність – індикатор ступеня впевненості автора у достовірності тези [16].

Аналіз аргументативних структур передбачає оцінку кожного з цих елементів з точки зору їхньої логічної обґрунтованості, достовірності даних та переконливості зв'язків між ними.

Апелятивна функція в медіа дискусії розроблена для керування і впливу аудиторії на конкретну дію або пристосування до особливої точки зору. Така функція пов'язана з визначенням маніпуляції, яка становить складне соціально-комунікативне явище, що суттєво впливає на поведінку індивіда, характер міжособистісної взаємодії та процеси ухвалення рішень у сучасному суспільстві. У повсякденному комунікативному просторі індивід постійно зіштовхується із застосуванням маніпулятивних стратегій, які реалізуються у різних сферах – від особистісного спілкування до політичного дискурсу, мас-медійного впливу та бізнес-комунікації. До основних маніпулятивних прийомів належать викривлення або дозоване подання інформації, психологічний тиск, апеляція до емоційних реакцій, використання обману тощо.

Маніпулятивні стратегії можуть оцінюватися як у позитивному контексті (коли вони застосовуються задля досягнення конструктивних чи соціально значущих цілей), так і в негативному – у разі використання для особистої вигоди або з метою впливу на масову свідомість. У зв'язку з цим дослідження феномену маніпулятивності набуває особливої значущості в межах гуманітарних наук. По-перше, воно дає змогу глибше осягнути механізми соціальної взаємодії та поведінкових реакцій. По-друге, аналіз маніпулятивних практик сприяє формуванню навичок захисту від інформаційного тиску. По-третє, він стимулює розвиток критичного мислення та вдосконалення аналітичних здібностей у сфері опрацювання інформації. Комплексність цього феномену зумовлює наявність різноманітних теоретичних підходів до його вивчення, зокрема когнітивного, соціально-політичного, психологічного, прагматичного та лінгвістичного. Незважаючи на розмаїття підходів, дослідники сходяться на думці, що маніпуляція є багатовимірним і багаторівневим утворенням, кожен аспект якого виявляється в специфічних контекстах. У межах теорії медіа та комунікації особливу увагу привертають ідеї М. Маклюєна, який акцентував, що медіа не лише передають зміст, а й самі становлять потужне повідомлення, здатне трансформувати свідомість і культуру. Вживаючи термін «зомбування», дослідник описував стан, за якого медіавплив призводить до втрати критичного мислення й формує пасивного споживача інформації. На його думку, неконтрольований медіа-простір може зумовити відчуження реципієнта від рефлексії, сприяючи утвердженню одновимірного мислення та некритичного сприйняття інформації [13].

Інтенції наратора тісно пов'язані з дослідженням критеріїв текстувальності, яким має відповідати текст з точки зору комунікації (Р. де Богранд та В. Дресслер): когезія (cohesion), когерентність (coherence), інтенціональність (intentionality), прийнятність (acceptability), інформативність (informativity), інтертекстуальність (intertextuality) та ситуаційність (situationality) [7]. Оскільки текст – це інтенціональний акт комунікації, то і нараторська інтенція посідає ключове місце в дослідженні комунікативно-прагматичних особливостей медіатексту. Таким чином, автор виступає ініціатором комунікативного акту, продукуючи висловлення з очікуванням певної реакції з боку читача, який має розпізнати його комунікативну інтенцію комунікації, актуалізуючи власну інтенцію через використання усталених семантичних і прагматичних конвенцій.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Медіадискурс слід розглядати як складну комунікативну систему, в якій наратор відіграє ключову роль у формуванні комунікативного впливу на реципієнта. Медіанаратив не лише транслює інформацію, а й активно моделює соціальну реальність через поєднання аргументативних і апелятивних стратегій, що реалізуються в межах прагматичної парадигми. Комунікативно-прагматичний аналіз дозволяє глибше зрозуміти механізми впливу наратора, які включають інформативну, експресивну, інтерактивну, маніпулятивну та ідеологічну функції. Особливе значення має вивчення маніпулятивного потенціалу наративу, оскільки він відіграє важливу роль у формуванні когнітивних моделей сприйняття та у регуляції поведінки аудиторії. Застосування комунікативно-прагматичного підходу до аналізу медіадискурсу відкриває перспективи для подальших досліджень взаємодії між мовцем і адресатом у сучасному інформаційному просторі.

Література

1. Бехта І. А. Дискурс наратора в англomовній прозі : монографія / І. А. Бехта. – Київ : Ірпamora, 2004. – 304 с.
2. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / Л. І. Шевченко, Д. В. Дергач, Д. Ю. Сизонов ; за ред. Л. І. Шевченко. – Вид. 2-ге, випр. і доп. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2014. – 380 с.
3. Теорія медіалінгвістики : підручник / Л. І. Шевченко, Д. Ю. Сизонов ; за ред. Л. І. Шевченко. – Київ : ВПЦ "Київський університет", 2021. – 214 с.
4. Austin J. How to do things with words. London : Oxford, 1962.
5. Bal M. Narratology. Introduction to the Theory of Narrative. 2nd ed. Toronto : University of Toronto Press, 2002. – 254 p.
6. Beaugrande R.-A. de, Dressler W. Introduction to Text Linguistics. London & New York, 1981. – 286 p.
7. Beaugrande R., Dressler W.U. Introduction to Text Linguistics. London : Longman, 1986.
8. Booth W. The Rhetoric of Fiction. Chicago and London : The University of Chicago Press, 1961. – 455 p.
9. Bulut A. A Macro Pragmatic Stylistic Framework for Fictional and Non – Fictional Text – Type Identification, Doctoral Dissertation, Gazi University, 1994.
10. Coste D. Narrative As Communication / Didier Coste. – Minneapolis : University of Minnesota Press, 1989. – 254 p.
11. Dolezel L. The Typology of the Narrator: Point of View in Fiction. To Honour R. Jacobson. The Hague, Paris, 1967. – P. 541-552.
12. Genette G. Narrative discourse revisited (J. E. Lewin, Trans.). Ithaca, NY : Cornell University Press, 1988. (Original work published 1983)
13. McLuhan M. Understanding Media: External Extensions of Man. Gingko Press, 2003. – 616 p.
14. Mikkonen J. Cognitive Values of Philosophical Fiction. A & C Black, 2013. – 225 p.
15. Rimmon-Kenan Sh. Narrative Fiction. Contemporary Poetics. London ; New York : Routledge, 2002. – 192 p.
16. Toulmin S. Return to Reason. Harvard University Press, 2009. – 255 p.
17. Walsh R. Who Is the Narrator? Poetics Today. 1997. Vol. 18, No 4. – P. 495-513.
18. Yalcin G. How A Text Hangs Together, G.U Egitim Fak. Der. Yeni Donem, Sag1 2, 1994. – SS. 14–28.

References

1. Bekhta I. A. Dyskurs naratora v anhlomovniy prozi : monohrafiya / I. A. Bekhta. – Kyiv : Ipamora, 2004. – 304 s.
2. Medialinhvistyka : slovnyk terminiv i ponyat / L. I. Shevchenko, D. V. Derhach, D. Yu. Syzonov ; za red. L. I. Shevchenko. – Vyd. 2-he, vypr. i dop. – K. : VPTs "Kyivskyi universytet", 2014. – 380 s.
3. Teoriya medialinhvistyky : pidruchnyk / L. I. Shevchenko, D. Yu. Syzonov ; za red. L. I. Shevchenko. – Kyiv : VPTs "Kyivskyi universytet", 2021. – 214 s.
4. Austin J. How to do things with words. London : Oxford, 1962.
5. Bal M. Narratology. Introduction to the Theory of Narrative. 2nd ed. Toronto : University of Toronto Press, 2002. – 254 p.
6. Beaugrande R.-A. de, Dressler W. Introduction to Text Linguistics. London & New York, 1981. – 286 p.
7. Beaugrande R., Dressler W.U. Introduction to Text Linguistics. London : Longman, 1986.
8. Booth W. The Rhetoric of Fiction. Chicago and London : The University of Chicago Press, 1961. – 455 p.
9. Bulut A. A Macro Pragmatic Stylistic Framework for Fictional and Non – Fictional Text – Type Identification, Doctoral Dissertation, Gazi University, 1994.
10. Coste D. Narrative As Communication / Didier Coste. – Minneapolis : University of Minnesota Press, 1989. – 254 p.
11. Dolezel L. The Typology of the Narrator: Point of View in Fiction. To Honour R. Jacobson. The Hague, Paris, 1967. – P. 541-552.
12. Genette G. Narrative discourse revisited (J. E. Lewin, Trans.). Ithaca, NY : Cornell University Press, 1988. (Original work published 1983)
13. McLuhan M. Understanding Media: External Extensions of Man. Gingko Press, 2003. – 616 p.
14. Mikkonen J. Cognitive Values of Philosophical Fiction. A & C Black, 2013. – 225 p.
15. Rimmon-Kenan Sh. Narrative Fiction. Contemporary Poetics. London ; New York : Routledge, 2002. – 192 p.
16. Toulmin S. Return to Reason. Harvard University Press, 2009. – 255 p.
17. Walsh R. Who Is the Narrator? Poetics Today. 1997. Vol. 18, No 4. – P. 495-513.
18. Yalcin G. How A Text Hangs Together, G.U Egitim Fak. Der. Yeni Donem, Sag1 2, 1994. – SS. 14–28.