

УДК 821.112.2'42

Матіюк Л.М., Миколаївський державний гуманітарний університет ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Матіюк Леся Миколаївна – викладач кафедри ТПП і НФ Миколаївського державного гуманітарного університету ім. Петра Могили. Коло наукових інтересів: досліджує лінгвістику тексту, адресованість, функціонально-прагматичну специфіку текстів у сучасній німецькій пресі

Функціонально-прагматична специфіка адресата в сучасній німецькій пресі

У статті розкривається проблематика поняття тексту та його сучасного лінгвістичного аналізу під кутом зору адресата. При цьому встановлюється необхідність виділення та дослідження адресатності як окремої категорії тексту.

This article deals with problems of text determination and its analysis emphasizing the addressee role at the recent stage of linguistic development. At the same time the research of addressee-orientation as a separate text analysis category is shown.

Сучасна лінгвістика шукає шляхи комплексної інтерпретації текстів задля об'єктивного розуміння специфіки їх будови, призначення та використання автором або адресантом. Знання про функціонально-прагматичні якості тексту відіграють велику роль саме зараз, коли потреба та частота використання іноземних мов зростає, а вивчення мов у світі являє собою невід'ємну частину будь-якої освіти. Наукові здобутки в цьому напрямку є важливими перш за все для самих комунікантів, які завдяки знанням функціонально-прагматичних особливостей мов можуть уникнути грубих граматичних, лексичних, стилістичних та ін. помилок, чим полегшують розуміння їхнього мовного повідомлення адресатом. Не менш вагомими ці виявлення є для розвитку інших сфер наук, які прямо чи опосередковано пов'язані з використанням та розумінням природної мови. Так, у часи підвищеної міжнародної діяльності в економічній, політичній, науковій сферах, зростаючої інтернет-комунікації та можливості отримання будь-якої інформації за допомогою різних комп'ютерних засобів, функціонально-прагматична специфіка мови як засобу передачі інформації стає особливо помітним чинником у формуванні концепції політичної, наукової, економічної аргументації, входить до стратегій переконання в сфері риторики та маркетингу, слугує основою для розробки досконаліших інноваційних комп'ютерних пошукових програм, що базуються на використанні саме природної мови задля

досягнення найбільш чіткого та конкретного пошукового завдання, що надається машині.

Яким чином у тексті виявляється його функціонально-прагматична специфіка, які чинники впливають на формування тексту, з чого складається аналіз письмового повідомлення та яке місце в ньому відіграє адресатність, буде розкрито в даній статті.

Однією з найважливіших проблем сучасної лінгвістики є точне визначення поняття тексту. Розмовне визначення слова „текст” не передає цілісної картини всього поняття, хоча і називає його основну та найголовнішу рису: текстом називають (письмово) зафіксовану мовну одиницю, яка складається більш, ніж з одного речення. В розмовній мові набір речень лише тоді підпадає під поняття тексту, коли із змістовно-тематичної точки зору його можна вважати зв'язним, когерентним. Ознака когерентності (в змістовному значенні) для розповсюдженого ненаукового визначення тексту є, таким чином, основоположною.

У лінгвістиці тексту існує цілий ряд дефініцій тексту, проте загально-прийнятого тлумачення терму немає. Головними напрямками поняття тексту в лінгвістиці вважають:

- 1) Поняття тексту як частини системи мови;
- 2) Поняття тексту з точки зору комунікативної орієнтованості [23].

Перший напрям розповсюдився на підставі структуралістської у лінгвістиці та генеративній трансформативній граматиці Хомського. В основі цих мовознавчих течій протягом

десятиліть речення вважалось найголовнішою лінгвістичною умовною одиницею. Критика такого обмеженого поняття речення підходу розпочалась у 1960 р.р. завдяки розвитку так званої лінгвістики тексту. Принциповою зміною існуючої основи мовної теорії лінгвістика тексту не стала, тому що, так само, як і лінгвістика речення, вона виконувала функції лінгвістики „компетенції”.

Деякі вчені того періоду намагались представити власні визначення тексту [26]:

Ізенберг 1968 р. визначив текст як „порядок речень, що пов’язані між собою за допомогою засобів текстового зв’язку”. Але в такому випадку навіть ті речення, які не мають тематичної єдності, але поєднуються засобами текстового зв’язку, також слід було б називати текстом.

Про спільну тематику тексту наступним чином висловився *Агрікола* (1969 р.): „Текст – це упорядкована кількість речень, які разом утворюють одну тему”. Це припущення також не можна вважати повним, тому що тоді й безкінечна кількість речень з однієї тематики (як, наприклад, перерахування інгредієнтів для всіляких страв у книзі рецептів) також становила б один єдиний безперервний текст.

Як Ізенберг, так і *Агрікола*, говорячи про текст, мають на увазі певний набір речень, а значить, заперечують тексти, які складаються лише з одного речення.

Що ж стосується поняття тексту з точки зору комунікативної орієнтованості, то на початку 1970 р.р. утворився другий напрям лінгвістики тексту, який звинувачував тлумачення тексту як частини системи мови в тому, що цей напрям настільки ідеалізував тексти, що аналізував останні як ізольовані статичні об’єкти та не зважав на те, що тексти завжди є частиною комунікативної ситуації.

Трактування поняття тексту як граматичної категорії було запропоноване *І.Р. Гальперінім* [10]. Вчений виділив ряд текстоутворюючих категорій: когезія, членування, темпорально-просторовий континуум, інформативність, ретроспекція, проспекція, автосемантичність відрізків тексту, модальність, інтеграція та завершеність.

Але таке трактування поняття тексту не знайшло великої підтримки. *А.М. Мороховський* [15] заперечує розглядання категорії як сукупності форм, що наділені певними значеннями та утворюють бінарні та багатомірні опозиції (категорії особи, відмінку, числа). В тексті він не виділяє достатню кількість формальних ознак, які б утворювали багатомірні чи бінарні опозиції. *А.М. Мороховський* пропонує виділити основні ознаки тексту через фундаментальні відношення

мовної системи, тобто через парадигматичні, синтагматичні та інтегративні відношення.

У роботах *І.Р. Гальперіна* та *А.М. Мороховського* відсутнє трактування тексту, пов’язане з такою його важливою властивістю, як антропоцентричність. А саме антропоцентричність відображає відношення основних комунікативних центрів – автора/ адресанта і читача/ адресата.

Комунікативно орієнтована лінгвістика тексту розвинулась на підставі лінгвістичної прагматики, яка базується на теорії мовних актів. З прагматичної точки зору представників теорії мовних актів текст являє собою не просто набір речень, що граматично пов’язані одне з одним, а (комплексну) мовленнєву дію.

Слідуючи *Гроссе* (1976 р.), що „текст – це виражена мовою частина виразу в комунікативному акті” [цит. за 26, с. 149], приходимо до висновку, що перервану та продовжену в усному спілкуванні репліку одного з комунікантів або літературний твір (новела, роман тощо), що вміщує в себе діалоги, монологи, коментарі автора, суцільним текстом вважати неможливо. Значить, визначення *Гроссе* теж не є досконалим.

Шмідт (1976 р.): „Текстом називається кожна виражена мовна складова частина комунікативного акту в межах однієї комунікативної дії, яка є тематично зорієнтованою та виконує пізнавану комунікативну функцію, тобто реалізує пізнаваний потенціал іллокуції” [цит. за 26, с. 150]. Але в такому випадку і вигук слід було б вважати текстом, тому що він теж чітко підходить під визначення *Шмідта*. У *Хундснуршера* (1984 р.) також знаходимо схожу інтерпретацію тексту: „це будь-який вид використання взятої мови” [цит. за 26, с. 76]. І тут автор не дає чіткої різниці між текстом та іншими феноменами мови.

Діттер (1981 р.) у своєму трактуванні поняття тексту говорить про його завершеність: „текст – це синтаксично, семантично та прагматично когерентний, завершений порядок мовних знаків” [цит. за 26, с. 73], з чим також не можна повністю погодитись, тому що тоді б ліричні твори, твори-роздуми тощо, в яких автор навмисне обриває думку, надаючи читачеві можливість самостійно замислитись над сутністю поставленої проблеми, не були б текстами.

Богранд / Дреслер (1981 р.): „Тексти є результати ментальних процесів та когнітивних принципів” [цит. за 26, с. 32].

Богранд і *Дреслер* до важливих особливостей тексту відносять його інтенціональність (Intentionalität) та прийнятність (Akzeptabilität) [цит. за 25]. Говорячи про інтенціональність, підкреслюється намір продуцента тексту, його

автора; у випадку прийнятності підкреслюється активна роль реципієнта, що самостійно керує процесом сприйняття матеріалу. І хоча наявність даних властивостей тексту не можна вважати основними критеріями, що відрізняють текст від не-тексту та інших мовних та мовленнєвих утворень, автори трактування надали можливість ототожнити ролі двох учасників комунікативного акту: автора/адресанта та читача/слухача/адресата.

Наступними антропоцентричними визначеннями тексту є:

Бартель (1991 р.): “Тексти являють собою первинну форму організації, в якій проявляється людська мова в суспільстві” [22]. Зосереджуючи увагу на антропоцентричності, автор цієї дефініції не розглядає лексико-граматичні ознаки тексту як мовного феномену.

Говорячи про функціонально-прагматичну функцію тексту, *Варке* (2002 р.) також не зміг показати суттєвої відмінності від понять речення або дискурсу: „Під текстом розуміємо одиницю мови, що пов’язана з суб’єктивною дією та є сама по собі функціональною” [цит. за 27; с. 2].

Хайнеман (2002 р.) як представник лінгвістики тексту найбільш повно розкрив поняття тексту: “Тексти – це основні одиниці мовленнєвої комунікації, що продукуються та сприймаються дійовою особою в певній інтерактивній ситуації та мають специфічну комунікативну функцію. (Їхні основні особливості зважуються різними індивідами прототипно та сприймаються як цілісні субстанції)” [цит. за 27; с. 163].

Поряд із перерахованими авторами, проблематикою відображення в тексті основних комунікативних центрів, своєрідністю реалізації в тексті діалогу автора та читача займалися такі вчені, як Н.Д. Арутюнова [3], І.В. Арнольд [1, 2], М.М. Бахтін [4], Ю.М. Лотман [14], О.В. Падучева [16], З.Я. Тураєва [18], Л.Н. Чуриліна [16] та інші [17, 20, 21, 31].

Так, наприклад, З.Я. Тураєва в своїх роботах щодо художнього тексту, поряд із категоріями щеплення, інтеграції, прогресії/стагнації, підтексту, художнього хронотопу, виділяє також категорію „образу автора” і надає їй найголовнішу роль, тому що вважає, що антропоцентризм мови, який проектується на художній текст, робить образ автора найважливішою категорією тексту [18].

Адекватний лінгвістичний аналіз тексту вимагає врахування обох наукових напрямів, якщо термін „текст” тлумачити як „обмежену кількість мовних знаків, яка є когерентною сама по собі та як ціле несе пізнавану комунікативну функцію” [21, с. 17]. Саме це визначення тексту Брінкера візьмемо за теоретичну основу

поняття, тому що воно є найбільш всеохоплюючим та дає можливість розглядати текст із урахуванням його значення у співвідношенні адресанта та адресата.

Отже, зважаючи на те, що тексти завжди виникають у певних комунікативних ситуаціях, вони значною мірою залежать від ситуативних факторів, які впливають на структуру текстів.

Комунікативні ситуації, що утворюють межі текстових стилів, підпорядковуються певним суспільним сферам, у яких функціонують певні норми дії та оцінки. Ці сфери за Брінкером:

- приватна сфера;
- суспільна сфера.

За рівнем віддаленості об’єктів комунікації сфери поділяються на офіційну та неофіційну.

Такі класифікації сфер дії є надто загальними, але саме в такій формі вони мають надзвичайний вплив на формування специфічних мовленнєвих та комунікативних моделей та типів тексту. Функція тексту зумовлює його відношення до певного стильового класу, тоді як окремі стилі в межах одного типу обмежуються категоріями “комунікативної форми” та „сфери дії”, а також “родом стилю” та “формою тематичного розкриття”. Перераховані критерії слугують у першу чергу віднесенню певного тексту до певного типу. Опис типів має зважати перш за все на особливості, пов’язані з мовним образом тексту, з його синтаксичним, лексичним складом тощо.

Відображенням діалогічності тексту, а також його невід’ємною властивістю є орієнтація на адресата, тобто моделювання реакцій адресата автором. Категорія адресованості в сучасній лінгвістиці розглядається з точки зору комунікативно спрямованого аналізу тексту як взаємовідношення учасників комунікації, опосередкованої текстом: адресанта – тексту – адресата.

Цю властивість тексту, тобто його адресованість, було детально проаналізовано в докторській дисертації О.П. Воробйової [8], в якій моделювання реакцій адресата автором авторка називає “адресованістю” [9, с. 8]: “Адресованість – це категорія дискурсу, яка відображає спрямованість останнього на передбачуваного адресата комунікації; орієнтація на гіпотетичного адресата задає конкретну модель інтерпретації дискурсу та є семантичною базою текстової реценції. Адресат – це особа/особи, якій/яким автор надсилає своє послання, заздалегідь орієнтуючись на її/їх уявні загальні характерні риси при побудові повідомлення, яке повністю розуміється цією особою/особами і викликає в неї/них фізичну, ментальну чи емоційну реакцію”.

Категорія адресованості являє собою „певну властивість об'єкту, за допомогою якого опредмечується уява про можливого адресата та особливості його інтерпретаційної діяльності” [9, с. 9]. Таким чином, як видно з визначення, адресованість відображає не тільки змістовий параметр тексту – його направленість на адресата – а й “має вплив і на форму мовлення, зокрема, змушуючи автора враховувати соціальні, освітні, професійні, особистісні та інші параметри адресата” [цит. за 9, с. 12].

Таким чином, категорія адресованості виражає комунікативно-прагматичну, діалогічну направленість тексту на суб'єкт його сприйняття та „реалізується за допомогою програми інтерпретації тексту, що знаходиться в ньому самому, яка виражена сукупністю лінгвістичних способів та засобів та може відрізнятися певною специфікою в текстах різних типів” [9, с. 9]. Як текстова категорія, адресованість являє собою більш широке поняття, ніж категорія адресата, тому що відображає відношення обох учасників вербальної комунікації – адресанта і адресата. Як зазначають Богранд і Дреслер, до важливих особливостей тексту відносять не тільки його прийнятність (розуміння та можливі інтерпретації реципієнта), а й інтенціональність. Іншими словами, категорія адресованості реалізується в тексті шляхом експлікування адресанта та адресата через моделювання їхніх комунікативних ролей.

Крім цього, категорія адресованості розглядається як властивість вербального об'єкту, в той час коли категорія адресата в центр уваги ставить лише одного учасника комунікативного акту, а саме адресата. Про багатомірність та неоднозначність поняття категорії адресата свідчить також і той факт, що в лінгвістиці не існує лише одного затверженого терміну для визначення цього учасника комунікативного акту. Так, адресата часто називають читачем, слухачем, реципієнтом, інтерактантом, партнером по комунікації, публікою, аудиторією тощо.

Орієнтація на адресата та програмування його реакцій автором, що є невід'ємною властивістю тексту та являє собою один із найважливіших параметрів текстовості, носить категоріальний характер, що надало можливість виділити нову універсальну текстову категорію – адресованості.

Категорія адресованості як текстова категорія є відносно новою в лінгвістиці, і більшість російських та українських авторів, які використовують дане поняття як теоретичне підґрунтя, беруть за основу праці Воробйової [7, 8, 9]. На даний момент категорія адресованості була розглянута в працях О.В. Білоглазової [5] –

проблема лінгвістичного втілення адресованості англomовної дитячої літератури; О.А. Гончарової [11] – аспекти адресованості в текстах мемуарного типу; Т.М. Михайлюк [31] та С.О. Савчук [20] – аспекти адресованості в науковій літературі, а саме адресованість вторинного наукового тексту; І.О. Щириної [21] – лінгвістичні сигнали адресованості в короткому психологічному романі – тощо.

Як видно з перерахованих праць, науковці в більшій мірою приділяють увагу у текстах різних функціональних стилів відношенню адресант – адресат, тому мова у всіх випадках йде саме про адресованість тексту. Якщо ж у центр аналізу поставити кінцевий результат намірів адресанта, тобто спродукований ним текст з усіма його лінгво-прагматичними якістьми, то увага автоматично переміщується з відношення адресант – адресат лише на адресата. В такому випадку мова йде не про адресованість, а про адресатність (тобто повну присутність адресата в повідомленні) тексту.

Усебічність категорії адресатності ще не розкрита. Її текстові характеристики (стилістичний, морфологічний, лексико-граматичний рівні) остаточно не досліджені. Співвідношення адресатності з категоріями прагматики та оцінки не встановлені. Опрацювання даних проблем відкриває нові горизонти функціонально-прагматичного аналізу тексту, дозволяє переорієнтацію текстових досліджень з діалогічних (адресованість) на адресат-спрямованих (адресатність).

Для розкриття поняття, характеристик та функціонально-прагматичних особливостей адресатності треба звернутись до текстів преси, адже саме тут завдяки тематичному розмаїттю повідомлень можна спостерігати різноманітні прояви адресатності, що не є можливим у текстах інших функціональних стилів.

Думка та волевиявлення людини утворюється та підтримується за допомогою найрізноманітніших чинників. Цими чинниками в пресі є мова та ілюстрація. Мова відіграє в даному випадку роль самостійно діючої сили, яка є без сумніву орієнтованою на конкретного читача, але й час від часу потерпає від критики та сумнівів щодо засобів її вираження.

Німецький публіцистичний стиль критикувався ще за часів Каспара фон Штілера (1695), а Ніцше таким чином відгукнувся стосовно публіцистичного стилю: “Свиняча німецька – вибачте, газетна німецька мова” [цит. за 26, с. 158]. Віденський фельетоніст ХІХ століття Фердинанд Кюрнбергер [28] також негативно говорив про мову преси, що надто сильно відхилялась від стандартної літературної мови того часу.

Але існували також і прихильники німецької мови преси, до яких, наприклад, відносився Лутц Маккензен [29], який у 50 р.р. XX століття почав писати про допоміжну роль впливу німецької мови преси. Так, у 1956-1957 рр вийшла його стаття, в якій він описав велике значення впливу мови преси в XVII столітті на еволюцію стандартної німецької мови, особливо при мовному ототожненні та поєднанні між діалектами та мовними регіонами. В даній, а також у своїх наступних працях Маккензен так говорить про німецьку мову преси: *“Замість єдиної узагальненої мови преси, в газетах з’являються ознаки різних сфер, які за своєю природою не мають нічого спільного з газетним жанром, але які використовують періодику як посередника між собою та читачем. З такою роллю газета не представляє собою мовної влади в прямому значенні слова, а слугує скоріше допоміжною силою, яка полегшує розповсюдження мовних зв’язків окремих сфер нашого суспільного життя (політики, економіки, спорту, реклами, деякою мірою навіть науки), які самі по собі такі мовні зв’язки забезпечити не можуть... Газета за своєю природою мовний посередник. Вона не присвоює собі цю властивість, вона існує завдяки їй. Те, що передає газета, не було придумане нею самою.”*

Мова по-різному використовується в пресі. Широко відомі фактори, які визначають використання тих чи інших мовних засобів у газеті. Найголовнішими з них є:

1. Форма вираження (повідомлення, репортаж, коментар).
2. Ресорт (політика, економіка, фельетон).
3. Тип преси (регіональна газета для передплати, жовта преса, журнал новин тощо).
4. Автор.
5. Політична система.

Те, що публіцистичний стиль як функціональний стиль мови зазнає сильної критики, можна пояснити тим, що преса на противагу іншими стилями (як, наприклад, мова науки, де вчений спокійно та інколи навіть у муках добирає те чи інше слово, формуючи ясні та однозначні речення, тим самим чітко виражаючи свої думки) з’являється щоденно близько 25-ти мільйонним тиражем, і тому приречена на недоліки в лінгвістичному сенсі. Звичайно, це не вибачає ніяким чином помилок, які знаходять у пресі, хоча з вище описаного можна зрозуміти причини їх виникнення.

Хоча для мови преси притаманні ознаки інших функціональних стилів, які саме в публіцистичному стилі стають більш зрозумілими для пересічного читача, існує все ж таки ціла низка непорозумінь та помилок, на які

в подальшому буде звертатись увага.

Публіцистичний стиль у німецькій мові часто виходить за межі своїх стильових можливостей і тим самим погіршує свій зовнішній стильовий баланс. У більшості випадків стиль преси підпадає під вплив факторів суспільного життя та схильний до перетягування словникового запасу, який є особливо вживаним саме в сучасному суспільстві. Так, у часи особливо частих політичних протистоянь для преси характерним стає поєднуючий тон, масові промови та полеміка. Вплив спортивного жаргону також довгий час був основною рисою багатьох газет Німеччини. Деякі видання навмисне переймали томні, снобістські характеристики через використання надто афективних, зарозумілих, високоморальних мовних засобів на сторінках фельетону. Деякі помилки мови преси виникають з причини неправильного або навіть навмисне перекрученого використання особливостей інших функціональних стилів (*За Елізе Різель* [30]: суспільно-побутового стилю, наукового, розмовного, стилю художнього тощо).

Підсумовуючи за Довіфа [25, с. 162-163], робимо висновок, що для мови публіцистичного стилю характерними є чотири групи помилок, тому що вона:

1. *є мовою приєднання.* Вона пристосовується до тих сфер життя, про які доповідається в її текстах, переймає той словниковий запас зі всіма його вадами та недоліками, щоб якнайвлучніше та найяскравіше передати рівень та атмосферу подій. Прикладами такого приєднання можуть бути навмисне згущені та зарозумілі тони мови літературних критиків, мова “От-Кутюр” у репортажах про події в світі моди, лексичні засоби спортивного стилю в спортивних хроніках, бізнес лексика в економічній рубриці, що насправді є зрозумілою лише вузькому колу економістів або біржовиків.

2. *є мовою перенасичення.* Цей феномен має місце, тому що журналісти намагаються якнайефектніше сформулювати думку з метою захопленого чи критичного представлення подій, що в свою чергу через вживання надто яскравих фарб та найвищих ступенів порівняння позбавляє мову будь-якого смаку.

3. *є мовою виснаження.* Для цього використовуються застарілі та надто часто вживані мовні кліше. Причиною даного недоліку є багаторічна робота журналістів у межах тієї самої рубрики або тематики. Прикладом такої роботи може бути щоденне коментування біржового курсу одним журналістом протягом тридцяти років. У цьому

випадку не тільки словниковий запас, а й сам автор та його стиль матимуть клішевидне та одноманітне щоденне забарвлення.

4. *є мовою скорочень*. Скорочення виникають тому, що на даний момент тексти, через

пошпінну передачу їх Інтернетом або іншими засобами трансферу, при чому особливо чітко просліджується тенденція до субстантивування, надходять у дуже стислому вигляді, тому для редакції залишається лише скомпресований

Література

1. *Арнольд И.В.* Стилистика современного английского языка (стилистика декодирования). – Л., 1973.
2. *Арнольд И.В.* Стилистика декодирования. – Л., 1974.
3. *Арутюнова Н.Д.* Фактор адресата // Изв. АН СССР. Сер. лит и яз. – М., 1981. – Т. 40, №4. – С. 356-367.
4. *Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества. – М., 1979.
5. *Белогазова Е.В.* Лингвистические аспекты адресованности англоязычной детской литературы: автореф. дис. канд. филол. наук / Белогазова Е.В. ; [Рос. Гос. пед. ун-т им. А.И. Герцена]. – СПб., 2001.
6. *Белогазова Е.В.* Визуальные маркеры адресованности в детской художественной литературе // Лингвистика и методика обучения иностранным языкам. – СПб., 2002. – С. 21-30.
7. *Воробьева О.П.* Реализация фактора адресата в художественном тексте в аспекте лингвокультурной традиции // Филологические науки. – 1992. – №1. – С. 59-66.
8. *Воробьева О.П.* Лингвистические аспекты адресованности художественных текстов (одноязычная и межъязыковая коммуникация). Автореф. дис. ... докт. филол. наук, М., 1993.
9. *Воробьева О.П.* Текстовые категории и фактор адресата. – К.: Вища школа, 1993.
10. *Гальперин И.Р.* Текст как объект лингвистического исследования. – М., 1981.
11. *Гончарова Е.А.* Расширение категориального аппарата в современных исследованиях текста II Лингвистика на исходе XX века: итоги и перспективы: Тез. междунар. конф. – Т. 1. – М., 1995.
12. *Грайс Г.П.* Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16: Лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1985. – С. 217-237.
13. *Дридзе Т.М.* Язык и социальная психология. М., 1980.
14. *Лотман Ю.М.* Семиотика культуры и понятие текста // Лотман Ю.М. Избранные статьи / Ю.М. Лотман. – Таллинн, 1992. – Т. 1. – С. 129-132.
15. *Мороховский А.Н.* К проблеме текста и его категорий // Текст и его категориальные признаки: Сб. науч. тр. – К.: КГПИИЯ. – 1989. – С. 3-8.
16. *Падучева Е.В.* Наблюдатель и его коммуникативные ранги. – НТИ, сер.2. – 1998. – №12. – С. 23-28.
17. *Тарасова И.П.* Структура личности и смысла коммуниканта // Вопросы языкознания. – 1992. №4. – С. 103-110.
18. *Тураева З.Я.* Лингвистика текста (текст: структура и семантика): Учеб. пособие / З.Я. Тураева. – М.: Просвещение, 1986.
19. *Чурилина Л.Н.* Лексическая структура художественного текста: принципы антропоцентрического исследования: Монография / Л.Н. Чурилина. – СПб.: Изд-во РГПУ, 2002.
20. *Шаров, С.А., Савчук С.О.* Типология текстов для представительного корпуса: Труды международной конференции "Корпусная лингвистика – 2004". – СПб., 2004. – С. 352-362.
21. *Щирова И.А.* Художественное моделирование когнитивных процессов в англоязычной психологической прозе XX века. – СПб., 2001.
22. *Barthel, Helga* Die Funktionen von Texten beim Lehren und Lernen von Fremdsprachen. In: Bausch, Farl-Richard (Hg.): Texte im Fremdsprachenunterricht als Forschungsgegenstand. Bochum, 1991, S. 7
23. *Brinker, Klaus* Linguistische Textanalyse. Berlin, 1992.
24. *Brinker, Klaus* Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 3. Auflage. Berlin, 1998.
25. *Dovifat, Emil / Wilke, Jürgen* Zeitungslehre. Theoretische und rechtliche Grundlagen Nachricht und Meinung, Sprache und Form. Bd. 1, Berlin: Walter de Gruyter Verlag, 1976.
26. *Dressler, Wolfgang* Einführung in die Textlinguistik. – Tübingen, 1973.
27. *Heinemann, Margot / Heinemann, Wolfgang:* Grundlagen der Textlinguistik: Interaktion – Text – Diskurs / Margot Heinemann / Wolfgang Heinemann. – Tübingen, 2002.
28. *Kürnberger, Ferdinand* Gesammelte Werke. Hrsg. V. Erich Deutsch. Bd. 2, Leipzig, 1911, S.19
29. *Mackensen, Lutz* Über die sprachliche Funktion der Zeitung. In: Worte und Werke. Bruno Markwardt zum 60. Geburtstag. Berlin, 1961, S.232
30. *Riesel, Elise* Der Stilistik der deutschen Sprache. M., 1959
31. *Михайлюк, Т.М.* Тактические и стратегические проявления специфики адресованности научного текста. – http://www.psu.ru/pub/filolog_1/1_9.rtf