

Для студентов пятого курса, которые завершают изучение дополнительного курса иностранного языка в девятом семестре, также предусмотрено обязательное участие в проекте, тематика которого максимально приближена к их дипломному исследованию. Первый этап проекта включает обязательную индивидуальную проработку отобранных самими студентами массивов текста на иностранном языке в указанном объеме и свободное владение терминологией в ходе устного аннотирования по заданному образцу. Далее следует этап подготовки устного сообщения. Каждое выступление обсуждается в группе. Тезисы докладов выпускников также включаются в программу апрельской научной конференции.

Эффективность проектных методик в обучении иностранному языку студентов неязыковых специальностей необычайно высока. Помимо формирования чисто языковых практических навыков профессиональной коммуникации студенты учатся работать с информацией по интересующей их тематике. Имея достаточную свободу выбора и действий, они реализуют свои юношеские амбиции и свой творческий личностный потенциал, овладевают ораторским искусством и получают такой необходимый для публичных выступлений психологический тренинг. Работа в группах способствует также формированию у студентов корпоративных и управленческих навыков.

Особо стоит отметить роль наглядности и технических средств, которые являются обязательным компонентом студенческих презентаций и проектов. Сегодня студенты всех специальностей широко используют мультимедийные средства, учась сочетать все виды информации при представлении собственных знаний.

Положительным фактором является также определение лучших участников проекта мнением студенческого большинства на заключительном этапе проекта. При этом мнение преподавателя не всегда совпадает с оценкой самих участников проекта. Студенты в своей оценке склонны отдавать предпочтение выразительности, изобретательности, глубокому владению тематикой проблемы, умению оппонировать. При этом они прощают некоторые языковые огрехи проектантов. Расхождение в студенческой и преподавательской оценке может дать интересную информацию для размышления и планирования дальнейшей работы в группе и индивидуально с отдельными студентами.

Несомненно, что подготовка и осуществления проектов на иностранном языке требует от самих преподавателей приобретения и совершенствования знаний по имеющимся в вузе специальностям. В противном случае преподаватель теряет свой авторитет и компетентность, будучи неспособным оказать студенту необходимую профессиональную помощь. В этом смысле помощь самих студентов, которые участвуют в проекте, и преподавателей других кафедр неопределима. Приобретенные в рамках выполнения проектных исследований навыки успешно используются лучшими студентами при подготовке к защите дипломных работ на иностранном языке, что ежегодно практикуется в Сумском госуниверситете, и затем в ходе их работы над диссертационным исследованием при последующем обучении в аспирантуре вуза.

Практика и опыт преподавания иностранного языка в вузе доказывает, что проектные методики, вовлекающие студента в активную, максимально приближенную к реальной иноязычную коммуникацию, являются эффективным инструментом формирования активной личности и профессионала в своей области.

АДРЕСАТ ЯК КОМУНІКАТИВНА ТА МОВНА КАТЕГОРІЯ

Смельянова О.В. (Суми)

Сучасна парадигма мовознавства характеризується особливою увагою науковців до проблем комунікації та дискурсивної поведінки комунікантів.

Орієнтація наукових пошуків на вивчення людського фактора в мові та мовленні та факт малодослідженості категоріальної сутності адресата обумовлює актуальність даного дослідження. Метою статті полягає у аналізі адресата як мовленнєвої та мовної категорії.

Традиційна модель комунікації "відправник – повідомлення – одержувач", де останній компонент виступає у якості адресата, є підґрунтям для виокремлення категорії адресата. Беручи до уваги той факт, що ця модель може бути застосована в будь-якому мовному соціумі, маємо право вважати понятійну категорію адресата універсальною.

Категоріальний адресат реалізується у трьох основних типах: об'єкті-адресаті, суб'єкті-адресаті та його модифікації – інтенціональному адресаті, а також авторі-адресаті.

Об'єкт-адресат – структурно-семантичний адресат, реципієнт, що сприймає та відчуває на собі дію, яка походить від суб'єкта; об'єкт діяльності, не наділений властивостями респондента.

Суб'єкт-адресат – прагмасемантичний адресат, що посилає властивості реципієнта (здатність сприймати) та респондента (здатність реагувати та відповідати), представлений у структурі комунікативно-мовленнєвого акту як функціонально рівний мовцю суб'єкт мовлення, тобто як другий суб'єкт мовлення, що корелює з першим.

Функціональним різновидом суб'єкта-адресата є інтенціональний адресат – прагмасемантичний "переладресат", що являє собою сутність, яка потенційно містить в собі суб'єкта-адресата, але який ще не реалізував притаманний йому властивості респондента.

На текстовому рівні суб'єкт-адресат реалізується у творчій сутності автора, тобто перетворюється у автора-адресата [1, 63-64].

Таким чином, характерною рисою адресата як комунікативної категорії, є подвійність змісту, оскільки він включає у себе одночасно як суб'єкта, так і об'єкта мовленнєвої взаємодії. У цьому полягає специфіка категорії адресата, на відміну від категорії адресанта, який виступає як ініціюючий суб'єкт комунікації. Ініціююча та реагуюча репліки віддзеркалюють розбіжності між комунікантами.

Слід зазначити, що особливність категорії адресата проявляється в тому, що вона (категорія) властива і тексту, і комунікативному акту. Це положення знаходить пояснення у вигляді ідеї комунікативного детермінізму, що розглядає текст як згорнуту модель комунікативного акту [2, 40-46; 3]. У даному випадку категорія адресата віддзеркалює діалектику єдності та протилежності, яка властива тексту як процесу та як продукту комунікації. В той же час напевно чи можна стверджувати, що різні типи текстів одноманітно відповідають комунікативному акту.

Визначення денотативного статусу предметної понятійної категорії адресата потребує залучення таких параметрів, як одиничність / множинність, конкретність / збірність / абстрактність. Як свідчать авторитетні дослідження, квантитативний параметр має безпосередній зв'язок з квалітативністю. Кількісні показники визначають характер змістового та функціонального аспектів комунікативної діяльності інтерактантів [4, 273; 5, 36].

У процесі діалогічного спілкування, що характеризується домінуванням комунікативної ініціативи одного зі співрозмовників, позиції ініціюючого та реагуючого комунікантів корелюють з комунікативним функціям мовця та адресата. Але частіше за все має місце діалог, де позиція адресата відрізняється нестабільністю, тому що під адресатом мають на увазі того учасника комунікації, який в даний момент займає позицію реагуючого комуніканта.

Сучасна лінгвістика оперує широким спектром термінів, що позначають адресата: слухач, реципієнт, партнер по комунікації, інтерактант, співрозмовник. Це свідчить про важливість ролі категорії адресата, багатомірність цього поняття, а також і про його недостатню вивченість. Слід зазначити, що питання диференціації термінів, що позначають осіб, з якими спілкується мовець, розглядається у роботах авторитетних лінгвістів [4; 5]. Терміни "співрозмовник, читач, слухач" є дуже тісно пов'язаними з певним видом мовленнєвої діяльності, в той час як термін "адресат" передбачає безпосередню спрямованість на нього мовленнєвої дії [6, 87]. Досить часто має місце недиференційоване використання термінів "слухач" та "адресат". Так, під "слухачем" Дж. Серль має на увазі "адресата"; у тому ж сенсі уживає термін "слухач" Дж. Остін та багато інших лінгвістів [4, 316].

Науковці зазначають, що у мові знаходиться відбиття як образ мовця, так і образ слухача. Проблема представленості образу слухача в мові має декілька аспектів, а саме: перший – метатекстовий передбачає урахування того факту, що текст, висловлення будуватиметься мовцем таким чином, щоб сприяти їх адекватному сприйняттю слухачем. Всі лінгвістичні засоби, що слугують для полегшення сприйняття інформації слухачем та адекватної інтерпретації ним мовленнєвих дій та намірів мовця, належать до метатекстових. Другий аспект пов'язаний з встановленням переліку лексем, морфологічних категорій та синтаксичних конструкцій, у зміст яких вводиться компонент "слухач". Третій аспект даного феномену визначений М.М. Бахтіним [8]. Він полягає в тому, що необхідним елементом упорядкованості кожного висловлення виступає концепція слухача, яка є взаємопов'язаною із жанром висловлення, диктує форму висловлення як цілісної побудови. Четвертий аспект пов'язаний з розумінням того, що в кожному акті мовленнєвого спілкування мовець прагне досягти певної немовленнєвої мети, яка полягає у регуляції діяльності співрозмовника, впливі на його свідомість та керуванні нею [7].

Адресат як мовна категорія знаходить широке використання у функціональній семантиці та граматиці. Системний підхід до вивчення категорії адресата передбачає створення понятійного поля "адресат" та розгляд відповідних семантичних опозицій, а також порівняння таких семантичних ролей, як "пацієнт", "об'єкт", "адресат". Адресат розглядається як одна з семантичних функцій. Якщо аналізувати «учасників» відтвореної ситуації з позиції мовця, тобто як членів мисленнєвої структури, що підлягає вираженню, то вони відповідають елементарним мисленнєвим категоріям – семантичним функціям, таким як суб'єкт (дії, стану, відносин...) предикат, об'єкт, адресат, інструмент і т.п. [9, 137]. Досить часто виникає потреба у залученні категорії адресата під час аналізу деяких дійсних елементів висловлення (тут / зараз; там / потім) [10, 115-116].

Досліджуючи проблему номінації, В.Г. Гак, зазначає, що форма номінації відбиває, у числі інших факторів, відношення суб'єкта до адресата та відношення адресата до предмета мовлення [11, 352]. При цьому відношення адресата до об'єкта та до самого мовця опосередковано мовцем.

У когнітивній лінгвістиці роль адресата (слухача) підкреслюється при визначенні терміну "значення" – повний потенціал значення реалізується лише за умов його інтерпретації слухачем [12].

У прагматичній встановлення істинності значення може бути пов'язане з категорією адресата [13, 343]. Роль останнього особливо вагомим у мовленнєвих соціумах, яким притаманна рефлексивна поведінка, коли свої слова та вчинки людина розглядає в першу чергу з точки зору того, який зміст вони мають для партнера по взаємодії, як вони будуть ним інтерпретовані.

На синтагматичному рівні категорія адресата проявляється у вигляді адресованості висловлення. Адресація складає внутрішню природу будь-якого мовленнєвого твору. Зверненість, адресованість висловлення є його конститутивною особливістю, без якої не існує і не може існувати висловлення [8, 279].

У психології спілкування адресованість мовлення розглядається як орієнтація на співрозмовника. О.О. Леонтьєв вважає, що найбільш загальною характеристикою міжособистісного спілкування є необхідність

орієнтації у співрозмовнику [14, 200], яка в концепції Я. Яноушека, зводиться до того, що ініціатор спілкування розраховує на певну реакцію з боку партнера, тому він повинен, окрім антиципації змісту свого повідомлення, передбачати: а) відношення (настанову) співрозмовника стосовно цього повідомлення; б) відношення (настанову) стосовно себе; в) психологічний ефект, який повідомлення може справити на співрозмовника. Виходячи з цих завдань, адресант повинний під час формування свого повідомлення побудувати модель деяких особистісних рис співрозмовника, уявити собі його особистість з метою правильного передбачення ефективності повідомлення. Спостерігаючи за реакцією співрозмовника, комунікатор коректує свою мовленнєву поведінку в сенсі "обміну ролями" [15].

Адресованість є категорією дискурсу, що за допомогою семантики та структури дискурсу відображає спрямованість останнього на передбачуваного адресата комунікації; орієнтація на гіпотетичного адресата задає конкретну модель інтерпретації дискурсу та є семантичною базою текстової рецепції [16, 15].

Адресованість мовлення характерна як для діалогічних, так і монологічних форм дискурсу. В якості синоніма адресованості деякі дослідники уживають термін "зверненість" мовлення [17, 67].

Адресованість – не лише змістовий параметр мовлення (мовлення, призначеного для слухача), вона здійснює вплив також і на форму мовлення, примушуючи мовця враховувати соціальні, освітні, професійні, особистісні та інші параметри адресата, а також його психофізичний стан. Ведучи мову про необхідність орієнтації у співрозмовнику, дослідники виділяють і засоби її досягнення – мовні та паралінгвістичні: просодичні, кінетичні, проксемічні. Зокрема, науковці акцентують увагу на важливості системи звертань [18, 197; 19, 84-108; 20, 210].

До семантичних категорій, орієнтованих на адресата, відносяться:

1. Інформативність, тому що головна мета висловлення – повідомити інформацію співрозмовнику;
2. Експресивність (вона орієнтована на співрозмовника, так як має на меті зацікавити його, здійснити на нього вплив, вразити);
3. Прозорість (ступінь зрозумілості мовлення для слухача) [21, 13].

Сучасні лінгвістичні дослідження зосереджують увагу на вивченні функції адресата у різних видах мовленнєвих актів, характері їх адресованості [22, 360-361]. Мовленнєві акти, які передбачають миттєву вербальну реакцію адресата (наприклад, питання) або розраховані на подальший перлокутивний ефект (наприклад, спонукальні висловлення), є найбільш "жорстко адресованими". Втрата конкретного адресата змінює комунікативний статус мовлення, перетворюючи питання в риторичний сплеск, вигук або проблему, а імператив – у заповідь, етичну рекомендацію або сентенцію неозначеного спрямування [22, 360-361].

Адресатними є всі висловлення, що належать до соціального етикету та регулюють міжособистісні взаємодії. Це що пояснюється приналежністю їх до сфери інтерперсональних відносин. Маніфестація адресованості в таких мовленнєвих актах, як зауваження, догана, повчання, що приймають форму комунікативно немаркованих висловлень, віддзеркалюється як залежність мовця від синхронного слухача, тому що вони (акти) не можуть мати місце за відсутності адресата (слухача) [22, 361].

Адресованість притаманна також і оцінним висловленням [23]: в діалозі оцініні висловлення частіше за все призначені для впливу на адресата, але ступінь їх впливу залежить від психологічного стану адресата. Адресованість може розрізнятися за ступенем конкретизації образу слухача, наприклад, у засобах масової інформації. У даному випадку образ слухача / адресата впливає на мовлення адресанта визначаючи: (а) функціональний стиль та жанр мовлення; (б) його композиційну структуру; (в) метамову; (г) метатекстові конструкції авторизації та адресації мовлення [19, 78-79].

У той же час відмічалось, що не всі висловлення апелюють до синхронного слухача, наприклад, опис світу. Егоцентричне мовлення, спрямоване не на партнера по спілкуванню, а на себе, також не передбачає відповідної реакції адресата. Це мовлення, є зовнішнім за формою та внутрішнім за своєю психологічною функцією [24, 328-329]. Дослідження процесу інтрасуб'єктної комунікації свідчить, що особливість антропокомпонентної моделі інтрасуб'єктного мовленнєвого акту полягає у різноплановості категорії реценції та адресації: в умовах інтрасуб'єктної комунікації мовець завжди виступає єдиним реципієнтом власного повідомлення, однак не завжди є його адресатом, а адресатові не завжди притаманна здатність отримувати повідомлення.

Адресованість проявляється також і як мовне явище. Образ адресата (слухача) здійснює значний вплив на певні елементи мови, наприклад, у значеннях дієслів заходять відбиття такі фактори, як наявність певного адресата, характер адресата і т. п. [4]. Слід відмітити дієслова впливу за допомогою мовлення, які орієнтовані на іншу особу – адресата мовленнєвого акту [25; 26]. З точки зору граматики, адресат, поряд з мовцем та об'єктом, виступає як актант дієслів мовлення [27, 7]. Е. Бенвеніст розглядав вплив реального та уявного партнера по акту висловлення на появу деяких класів знаків, таких як, наприклад, спонукальні форми [28, 315-316].

Найбільш наочним для демонстрації фактору адресатності будь-якого мовленнєвого твору є його представленість на синтаксичному рівні, де адресат виражений окремою мовною синтаксичною формулою, що іменується у традиційному синтаксисі звертанням. Адресатність розглядається як наскрізна граматична (морфологічна) категорія, що має специфічні засоби вираження – лексико-граматичні розряди (адресатно-особові займенники, субстантивні та ад'єктивні вокативи, адресатні субститутиви), особливі граматичні показники (адресатно-особові дієслівні форми, форми наказового способу дієслова, кличний відмінок) [1, 175].

Окремим поняттям адресованості вважають апелятивність. Цей термін означає звертання до слухача та

спонування його до сприйняття мовлення або, спонування, як планування мовцем мовленнєвих, актуальних або емоційних дій, що має виконати адресат [29, 93].

Отже, дослідження категорії адресата є багатоаспектною проблемою, розв'язання якої потребує залучення результатів наукових досліджень прагмалінгвістики, соціолінгвістики, комунікативної лінгвістики, граматики, лінгвістики тексту та інших дисциплін, що, в свою чергу, окреслює перспективи подальших наукових пошуків.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Полонский А.В.* Категориальная и функциональная сущность адресатности (на материале русского языка в сопоставлении с польским): Дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01, 10.02.03. – Белгород, 1999. – 451 с.
2. *Тарасов Е.Ф.* К построению теории речевой коммуникации // Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. – М.: Наука, – 1979. – С. 5-147.
3. *Якобсон Р.* Лингвистика и поэтика // Структурализм "за" и "против". – М.: Прогресс, 1975. – С. 193-230.
4. *Кларк К.К., Карасон Т.Б.* Слушающие и речевой акт // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс. – 1986. – Вып. 17. – С. 270-321.
5. *Почетцов Г.Г.* Слушатель и его роль в актах речевого общения // Языковое общение: единицы и регулятивы. Межвузовский сборник научн. трудов. – Калинин: Калининск. гос. ун-т. – 1987. – С. 26-38.
6. *Красных В.В.* "Свой" среди "чужих": миф или реальность?. – М.: ИТДГК "Гнозис", 2003. – 375 с.
7. *Труфанова И.В.* Образ слушающего в языке // Филологические науки. – 1997. – № 2. – С. 98-104.
8. *Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 421 с.
9. *Норман Ю.Б.* Грамматика говорящего. – СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 1994. – 228 с.
10. *Михайленко В.В.* Моделі дійсних перспектив дискурсу // Треті Каразинські читання: методика і лінгвістика – на шляху до інтеграції: матеріали Міжнародної науково-методичної конференції. – Харків. – 2003. – С. 115-116.
11. *Гак В.Г.* Типология лингвистических номинаций // Языковые преобразования. – М.: Школа "Языки русской культуры", – 1998. – С. 310-366.
12. *Junker A.H.* Discourse analysis and relevance // Future Perspectives of Dialogues Analysis. – Tubingen. – 1995. – P. 121-146.
13. *Кифер Ф.* О роли прагматики в лингвистическом описании // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, – 1985. – Вып. 16. – С. 233-348.
14. *Леонтьев А.А.* Психология общения. – 3-е изд. – М.: Смысл, 1997. – 365 с.
15. *Общение и оптимизация совместной деятельности.* – М.: Изд-во МГУ, 1987. – 301 с.
16. *Воробьева О.П.* Лингвистические аспекты адресованности художественного текста (одноязычная и межязычная коммуникация): "Дис. ... д-ра филол. наук. – М., 1993. – 382 с.
17. *Орлов Г.А.* Современная английская речь. – М.: Высшая школа, 1991. – 240 с.
18. *Олікова М.О.* Інформативність форм звертання та особового посилання в англomовному художньому дискурсі // Філологічні студії: наук. часопис. – Луцьк. – 2004. – № 4 (28). – С. 196-200.
19. *Формановская Н.И.* Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. – М.: Рус. яз., 2002. – 216 с.
20. *Солощук Л.В.* Невербальные компоненты коммуникации и дискурсе // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В.Н.Каразіна. – 2002. – № 567. – С. 209-212.
21. *Гак В.Г.* Прагматика, узус и граматика речи // Иностранные языки в школе. – 1982. – № 5. – С.11-17.
22. *Арутюнова Н.Д.* Фактор адресата // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1981. – Т.40. – № 4. – С.356-367.
23. *Гончарова Н.В.* Аксиологічна структура англomовного діалогічного дискурсу (на матеріалі художньої прози): Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. нац. лінгв. ун-т. – К., 2002. – 19 с.
24. *Немов Р.С.* Психология. Ч.1. – М.: "Владос", 1997. – 687 с.
25. *Апресян Ю.Д.* Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1. – С. 37-67.
26. *Крысин Л.П.* Социальный компонент в семантике языковых единиц // Влияние социальных факторов на функционирование и развитие языка. – М.: Наука. – 1988. – С. 124-143.
27. *Гак В.Г.* Речевые рефлексы с речевыми словами // Логический анализ языка. Язык речевых действий. – М.: Наука. – 1994. – С. 6-10.
28. *Бенвенист Э.* Общая лингвистика. – М.: Прогресс, 1974. – 447 с.
29. *Петрова Т.А.* Аппелятивность как тип коммуникативной номинации // Типология номинаций современного английского языка. – Уфа: БашГУ, 1985. – С. 92-95.

СТИЛІСТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ ПОЕТИЧНИХ ТЕКСТІВ

Ємець О.В. (Хмельницький)

Художній переклад відіграє важливу роль у розвитку національної літератури і культури, сприяє об'єднанню культур, інтелектуальному і духовному розвитку народу. За висловом Віталія Радчука, переклад (особливо художній переклад) "уможливує новий і особливий тип інтертекстуальності, забезпечуючи перегук і взаємодію різнорідних контекстів" [1, 150]. Художній переклад збагачує національну літературу і культуру новими образами, стилістичними прийомами, оригінальними тропами, які стають елементами нашої культури.

Важлива роль у художньому перекладі належить перекладу поетичних творів. Перекладач поезії має володіти не тільки мистецтвом версифікації, але й інтерпретації тексту, його складних стилістичних явищ. Разом з тим, на наш погляд, існує певний розрив між лінгвостилістикою і перекладознавством, оскільки проблеми перекладу таких стилістичних явищ, як розгорнута метафора, стилістична конвергенція, недостатньо досліджені у теорії перекладу.

Мета нашої роботи – визначити етапи стилістичного аналізу і перекладу поетичного тексту, виявити взаємодію інтерпретації та перекладу поезії.