

УДК 811.111

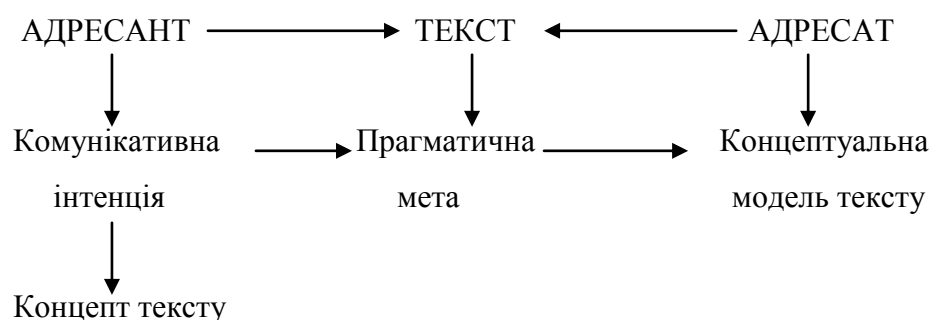
Ірина Соколова

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ АДРЕСАНТНО-АДРЕСАТНИХ ВІДНОШЕНЬ В ТЕКСТАХ-АНОНСАХ

Поширення системного підходу в лінгвістичній прагматичі призводить до актуалізації питань, пов'язаних із фактором особистості та екстралінгвістичними аспектами функціонування мовленнєвої системи. В процесі дослідження мовленнєвого спілкування відбувається залучення позамовного контексту до аналізу семантичних аспектів спілкування. Дослідження мовних явищ у їх співвідношенні до контексту і учасників спілкування ведеться в руслі прагматики.

Якщо погодитись з визначенням **прагматики** як дисципліни, що спрямована на виявлення закономірностей вибору мовних засобів в залежності від мети комунікації та її позамовного середовища [3:29], то системний підхід до мовних явищ є найбільш доцільним. Особливістю такого підходу є те, що, по-перше, мовні явища вивчаються в динаміці свого природного існування і, по-друге, у фокусі аналізу знаходиться людський фактор. Як визначає А.В.Бондарко, людський фактор міститься не тільки в функціонуванні елементів мови в мовленні і в мовленнєвому середовищі, але й у самій мовній системі [2:21].

В рамках комунікативно-прагматичного напрямку сучасного мовознавства текст визначається як серединний елемент в процесі комунікації. Схема взаємодії учасників акту комунікації має такий вигляд:

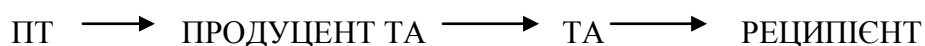


Надана вище схема відбиває “інтерактивність” адресанта та адресата (термін О.О.Селіванової) [7:17], їх потенціальну спроможність комунікації через текст. В процесі комунікативної діяльності (до якої ми включаємо також і діяльність з текстотворення) відбувається моделювання тексту в двох напрямках: адресант будує текстову модель у

напрямку позамовний зміст → мовна форма/мовна система → мовлення, адресат – у
напрямку мовлення → мовна система/мовна форма → позамовний зміст [7:17].

В даній статті надаються результати дослідження відношень учасників акту комунікації, що здійснюється через текст-анонс. Текст-анонс (ТА) ми визначаємо як прагматично обумовлену одиницю комунікації, яка являє собою завершене з точки зору смислу системне утворення і призначена сприяти орієнтуванню реципієнта в потоці інформації, а також підготовці реципієнта до сприйняття основного тексту. Тексти-анонси спрямовані на надання достовірної інформації про нові публікації в сфері науки, техніки, культури і таке інше, а також на рекламування цих публікацій.

В процесі аналізу адресантно-адресатних відношень через ТА слід враховувати вторинний характер даного типу текстів. Модель комунікативної ситуації, що здійснюється за допомогою тексту-анонсу, має такий вигляд:



Продуцент ТА, утворюючи кожен окремий текст, базується на інформації з первинного тексту (ПТ) і керується прагненням надати достовірну і скомпресовану інформацію щодо теми нової публікації. Існування текстів-анонсів як продукту обробки інформації з ПТ обумовлює вторинний характер цих текстів і особливості здійснення даного акту комунікації.

Характерною особливістю семантики ТА є експлікація категорії адресованості, що спрямовано на привернення увагу гіпотетичного адресата / реципієнта до певного тексту, з одного боку, та до ефективного здійснення прагматичної настанови адресата, з іншого. Прагматично настанова адресата ТА визначається нами як прагнення отримати найбільш актуальну для нього інформацію з каталогу нових публікацій.

Категорія адресованості, поряд з комунікативною інтенцією адресанта, вважається однією з конститутивних особливостей тексту. Під **адресованістю** розуміється текстова категорія, яка відбиває опредмечену в семантиці і структурі тексту його направленість на припустимого адресата комунікації, задає певну модель інтерпретації тексту і слугує семантичною базою текстової репрезентації [4:15].

На необхідність враховувати фактор реципієнта вказували ще античні автори. В сучасних роботах з лінгвістики тексту цьому питанню приділяється особлива увага. Так, в роботах по функціональній граматиці акцентується необхідність розмежування двох взаємоспрямованих процеси – кодування і декодування мовленнєвої інформації та відповідно “граматику для того, хто говорить” і “граматику для того, хто слухає”.

Лінгвісти розглядають принцип “орієнтованості мовлення на партнера” (“Partnerbezogenheit der Rede”) як універсальний. Цей принцип означає орієнтацію адресанта на певного адресата мовлення як у виборі мовного матеріалу, так і в побудові мовлення, інколи навіть у звуковому його оформленні [8:107].

В рамках комунікативно-прагматичних досліджень визначається, що “врахування соціальних і психологічних параметрів адресата (в тому числі гіпотетичного) та його взаємовідношення з адресантом грають значну роль в мовленнєвих актах і визначають не тільки тональність висловлення..., але й вибір мовленнєвого акту..., прямого або непрямого способу реалізації ілюкції в залежності від міжособистих відносин комунікантів” [9:37].

Різні аспекти взаємодії тексту і адресата досліджуються в рамках філологічної герменевтики, літературознавства і поетики, естетики, лінгвостилістики, психолінгвістики, лінгвосеміотики, прагматики, перекладу, аналізу дискурсу. Об’єднуючим принципом для всіх дисциплін можна вважати тезис про те, що за кожним текстом стоїть мовна особистість не тільки продуцента, а і припустимого реципієнта. Це зумовлює валідність ствердження, що “всі тексти і все в тексті експліцитно або імпліцитно адресовано” [8:11].

Таким чином, створюючи текст, продуцент стикається з низкою проблем екстралінгвістичного характеру, найбільш суттєвими з яких є такі:

1. Побудова гіпотези реципієнта в аспекті його суспільного і психолінгвістичного портрету і релевантних для даного акту комунікації якостей.
2. Моделювання відносин із реципієнтом в аспекті суспільної норми і етики, психологічного стану.
3. Прогнозування реакцій реципієнта.

Текст (як імпліцитно, так і експліцитно) містить в собі інформацію про реципієнта. Текст включає в себе звернуту систему всіх ланок комунікативного ланцюжка, і, подібно тому, як ми пізнаємо з нього позицію автора, ми можемо визначити і ідеального читача [5:58].

Чітка прагматична спрямованість текстів-анонсів дає можливість визначити їх реципієнта, особистість якого виступає як “параметризована” [1:357]. Основною ознакою адресата ТА є необхідність для нього отримання основної інформації про зміст нової публікації з мінімальною витратою часу. Лише за умов задоволення цієї пресуппозиції адресата ілюктивний акт може вважатись успішно реалізованим.

Характеристика адресата має включати такі базові елементи, як знання екстралінгвістичного і лінгвістичного плану. Знання екстралінгвістичного характеру

охоплюють комплекс набутих знань і досвіду, а також систему світогляду індивіда. Лінгвістичні / мовні знання характеризують ступінь володіння індивідом засобами і способами мовленнєвої діяльності. Крім того, припустимий реципієнт повинен мати певний об'єм тезаурусу і загальних знань, необхідний для розуміння інформації в тексті. Основною вимогою до реципієнта ТА є його компетентність в певній сфері знань і зацікавленість в темі повідомлення.

Існують певні розбіжності в характеристиках адресатів різних видів ТА. ТА науково-технічної літератури спрямовані на вузькі кола спеціалістів, в той час як адресатом ТА науково-популярної і художньої літератури виступають широкі кола читачів. Це зумовлює особливість структурно-семантичної і композиційної організації ТА.

ТА науково-технічної літератури мають **конвенціональний / колективний характер**, що проявляється в їх функціонуванні в обмеженій професійній сфері [6:91], що дає можливість використання таких засобів компресії інформації як різного роду кліше, штампи, скорочення. Характерною особливістю ТА також є те, що даний мовленнєвий акт здійснюється в інтересах колективного реципієнта. Це зумовлює певну композиційну будову ТА і застосування стереотипних засобів виразу. Належність ТА до форм масової комунікації визначає застосування таких мовних засобів, які є доступними для середнього реципієнта.

В тексті-анонсі надається перелік припустимих адресатів даного тексту. Чітка параметризація реципієнта свідчить про практичну спрямованість ТА.

Пор.: (1) *An electronic version of the Wellesley Index will be extremely useful, and widely used by students and scholars in English, History and other fields connected to Victorian studies /RLR, 2/.*

(2) *Endangered Species is a useful resource to researchers, students and anyone interested in the environment and wildlife /NVTR, 51/.*

(3) *The objective of this international fully refereed journal is to provide applied mathematicians, engineers and scientists engaged in computer-aided design and research in computational heat transfer and fluid dynamics, whether in academic institutions or industry... /SIFE, 21/.*

Експліцитне звернення до реципієнта (за допомогою займенника *you*) надає елемент експресивності ТА, здійснюючи психологічний вплив на адресата.

Пор.: (1) *Librarians, teachers, parents and community organizers will delight in the ideas, activities and assignments presented in new 2nd edition of Black History Month Resource Book. [...] Entries include everything you need to get your activities underway... /NVTR, 33/.*

(2) *You control the pace of your own of learning using...Ideal for beginners in the language, or those with a basic knowledge, Colloquial CD-ROMs provide everything you need to learn the language quickly and effectively.../RLR, 31/.*

(3) *Do your engineers have desktop access to the knowledge they need? The skills your civil engineers gained from the university or professional study are obsolete almost as soon as they are obtained [...] For decision makers engaged in academic research, consultancy and the construction industry, there are ten of thousands of situations which International Civil Engineering Database article archive from 1972 to date can prepare you for [...] Our partner, The British Library, will get the full-text articles to you /ICEA, 1/.*

Експліцитне звернення до реципієнта зумовлене рекламною функцією ТА, що сприяє справі інтимізації процесу комунікації. Повторне використання займенника *you* та його дериватів слугує утриманню уваги реципієнта, реалізації прагматичної ефективності тексту.

Наявність переліку припустимих адресатів в 98% досліджуваних текстів свідчить про тенденцію до експліцитної реалізації категорії адресованості в рамках ТА. Фактор адресата займає провідну позицію в процесі породження ТА. Визначення умов реалізації категорії адресованості в ТА, а також пошук мовних одиниць, які створюють максимальний вплив на гіпотетичного адресата, належить до актуальних проблем дослідження в рамках комунікативно-прагматичного напрямку лінгвістики.

Прагматичне навантаження ТА зумовлює низьку ступінь експлікації категорії адресанта. У нашому випадку автором ТА виступає колективний адресант – видавництво, що публікує каталог нових видань. Експлікація категорії адресанта ТА не має великого прагматичного значення, тому тексти-анонси не містять такої традиційної форми представленості адресанта як система займенникових форм першої особи (*I, we*). Навпаки, всі лексико-синтаксичні структури, семантика яких спрямована від продуцента на реципієнта, виступають в ТА максимально безособовими. В ТА широко використовуються безособові форми пасивних конструкцій, в яких не має інформації про агента дії.

Пр.: (1) *Due weight is also given to new theoretical developments which are likely to provide the foundation for future applications /PIME, 9/.*

(2) *The Encyclopedia is alphabetically organized and fully indexed across the two volumes to allow the user to access information quickly and easily, and contains a glossary /RLR, 3/.*

(3) *This book can be highly recommended to engineers from the chemical and processing, mining and aggregates, power generation, water, food and health, dredging, and oil industries /PC 1999/2000, 34/.*

Агентом дії в ТА виступає нова публікація: книга, енциклопедія, технічний журнал, що презентується в ТА.

Пор.: (1) *This 5-vol. Set makes research on Colonial America easy. Colonial America: Almanac will provide students with the in-depth information they need to write reports and class assignments /NVTR, 93/.*

(2) *This volume studies situationally appropriate responses in professional communication in face-to-face interaction and distance communication, from a socio-cognitive point of view /S 2000, 11/.*

(3) *This prestigious volume contains contributions from leading experts and opinion formers from all over the world. The papers address the future of engineering within the business and social context in terms of its likely impact on transport, energy and power... /PC 1999/2000, 40/.*

Те, що об'єкт комунікативної ситуації водночас виступає агентом дії, зумовлене настановою текстів-анонсів на встановлення контакту з реципієнтом в умовах існування екстралінгвістичних перешкод, на чітке надання інформації.

На передній план в ТА виступає особа автора ПТ, презентація інформації про якого є стереотипним засобом в рамках ТА і використовується в 100% всіх аналізованих текстів. Надання інформації про автора / редактора ПТ в рамках ТА спрямоване на створення позитивної атмосфери навколо тексту і виконує рекламну функцію.

Інформація про автора / редактора ПТ надається на початку тексту відразу ж після заголовку і виділяється графічно. В окремих текстах адресант ПТ згадується в основному К-блоку, що слугує засобом інтимізації процесу комунікації. Особистість автора ПТ слугує гарантом якості нової публікації.

Пор.: (1) *The highly regarded second edition of the Lexikon der Sprachwissenschaft by Hadumond Bussman has been specifically adapted by a team of over thirty specialist linguist to form the most comprehensive and up-to-date work of its kind in the English language /RLR, 32/.*

(2) ***Advances in Vehicle Design***

By John Fenton

[...] Academic papers, industry reports, technical press releases, R&D information from industry all presents a wide variety of source material for those working in the automotive field.

John Fenton distils and presents the best of this research and industry practice into an easily digestible, highly illustrated, and accessible form. Drawing on the available

information, the author provides a well-structured, practical and vital reference source for all automotive engineers /PC 1999/2000, 42/.

(3) ***Kant and the Problem of God***

Gordon E. Michalson

[...]

Michalson locates major themes in Kant's philosophy that are more continuous with nineteenth-century atheism than with constructive theology [...]

Finally, Michalson suggests that, in his effort to develop a theory of human freedom consistent with his Enlightenment ideals, Kant produces a philosophical vision that ultimately absorbs heaven into earth /Ph 2000, 31/.

Специфіка реалізації адресантско-адресатних відношень зумовлюється прагматичною настановою ТА на надання інформації про нову публікацію та на рекламування цієї публікації. Експлікація категорії адресованості сприяє реалізації інформативної та рекламної функцій ТА, оскільки чітко параметризує реципієнта публікації. Особливість реалізації категорії адресанта в рамках ТА полягає у вживанні безособових лексико-синтаксичних конструкцій, семантика яких спрямована від продуцента ТА, та в експліцитній представленості особи продуцента первинного тексту. Вживання цих засобів в комплексі веде до інтимізації процесу комунікації і збільшення інформативності ТА, що є основою ефективності акту комунікації через досліджуваний тип текстів.

SUMMARY

The article presents results of analysis of the author - addressee / recipient relations. It is pointed out that the category of addressee takes one of the principal positions in the process of creation of texts-announcements. Explicit representation of the addressee's position promotes realization of informative and advertising functions of TA.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1981. – Т.40, №4. – С. 356-367.
2. Бондарко А.В. Опыт лингвистической интерпретации соотношения системы и среды // Вопросы языкознания. – 1985. - №1. – С. 13-23.
3. Волоснова Ю.А. Прагматическая целеустановка как критерий типологизации научно-технических текстов (на материале отраслевых журналов) // Текст в функционально-стилевом аспекте. – М.:МГПИИЯ им. М. Горького, 1988. – С. 29-37.

4. Воробьева О.П. Текстовые категории и фактор адресата. – К.: Выща школа, 1993. – 200 с.
5. Лотман Ю.М. Текст и структура аудитории // Труды по знаковым системам. – Тарту: Тартуский гос. ун-т. – 1977. – Вып. IX. – С. 55-61.
6. Найдов Б.П. К проблеме прагматики научно-технического текста // Прагматические аспекты изучения предложения и текста. – К.: Выща школа. – 1983. – С. 87-92.
7. Селиванова Е.А. Когнитивная ономазиология (монография). – К.: Фитосоциоцентр, 2000. – 248 с.
8. Сотникова А.Л. Фактор реципиента и способы его экспликации в различных типах текстов // Языковые единицы в речевой коммуникации: Сб. научн. тр. – Л. Ленингр. гос. ун-т, 1991. – С. 105-116.
9. Ямчинская Т.И. Лингвистические особенности текстов рекламных аннотаций художественных произведений современной английской прозы: Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1997. – 197с.

СПИСОК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

1. ICEA - International Civil Engineering Abstracts. – England: Anbar Electronic Intelligence, 1998. – 4p.
2. NVTR - A New Vision Takes Root: International Catalogue. – UK: The Gale Group, 1999. – 112p.
3. PC - Publications Catalogue 1999/2000. – UK: Professional Engineering Publishing Limited, 1999. – 112 p.
4. Ph 2000 - Philosophy 2000: books and journals. – UK: Blackwell Publishers, 2000. – 60p.
5. PIME - Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers. – UK: Professional Engineering Publishing Limited, 1999. – 12p.
6. RLR - Routledge Library Reference, 1999/2000. – UK: Routledge, 1999. – 48p.
7. S 2000 - Spring 2000: New Titles. – UK: John Benjamins Publishing Company, 2000. – 40p.
8. SIFE - Specialist Information in the Field of Engineering, Material Science and Technology. – MCB University Press Limited, 1999. – 32p.