

КАТЕГОРІЯ АДРЕСАТА МОВЛЕННЯ В АНГЛОМОВНОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

CATEGORY OF ADDRESSEE OF SPEECH IN ENGLISH DIALOGUE DISCUSSION

Лук'янець М.Г.,

кандидат філологічних наук,

старший викладач кафедри іноземних мов

Київського національного лінгвістичного університету

У статті на матеріалі сучасної англomовної художньої літератури досліджено категорію адресата мовлення у діалогічному дискурсі. Розглянуто типи реагування адресата мовлення в англomовному діалогічному дискурсі. Проведено термінологічне розмежування понять «реактивність» і «респонсивність».

Ключові слова: адресат мовлення, реактивність, респонсивність, діалогічний дискурс.

В статье на материале англоязычной художественной литературы проведено исследование категории адресата речи в диалогическом дискурсе. Рассмотрены типы реагирования адресата речи в англоязычном диалогическом дискурсе. Проведено терминологическое разграничение понятий «реактивность» и «респонсивность».

Ключевые слова: адресат речи, реактивность, респонсивность, диалогический дискурс.

The article deals with the category of the addressee of the speech in the dialogic discourse on the material of contemporary English-language fiction. The types of responses of the addressee in the English-language dialogic discourse are considered. The terminological delineation of the concepts of "reactivity" and "reflexivity" is carried out.

Key words: speech addressee, reactivity, responsiveness, dialogue discourse.

Постановка проблеми. Проблема визначення категорії адресата мовлення у діалогічному дискурсі зумовлена загальною спрямованістю сучасної лінгвістики на дослідження різних аспектів функціонування мови як засобу міжособистісної взаємодії в діалогічному дискурсі. Своєчасність дослідження проблеми визначається необхідністю визначити сутність понять «респонсивні стратегії» та «респонсивні тактики» як компонентів мовленнєвої взаємодії. Актуальність проблеми полягає у виокремленні респонсивних і реактивних реплік адресата в англomовному діалогічному дискурсі та встановленні критеріїв їх розмежування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних лінгвістичних дослідженнях зустрічається велика кількість термінів на позначення адресата мовлення: реципієнт, слухач, співрозмовник, партнер комунікації, інтерактант. Розгляд проблеми визначення категорії адресата мовлення у діалогічному дискурсі знаходимо в працях таких учених світового рівня, як Н.Д. Арутюнова, Г.Г. Почепцов, О.О. Селіванова, Р. Якобсон, Н. Bowles, С. Lee, J. Searle, F. Kiefer, M. Bierwisch та ін. Це є свідченням важливої ролі категорії адресата мовлення та багатомірності цього поняття.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у вивченні категорії адресата мовлення у діалогічному дискурсі у сучасному англomовному діалогічному дискурсі. Досягнення мети потребує виконання ряду завдань: 1) встановити теоретичні засади вивчення категорії адресата мовлення у ді-

алогічному дискурсі; 2) визначити сутність понять «реактивність» і «респонсивність» як компонентів мовленнєвої взаємодії; 3) виокремити респонсивні та реактивні репліки адресата в англomовному діалогічному дискурсі та встановити критеріїв їх розмежування. Основою для виділення категорії адресата мовлення служить базова модель мовленнєвої комунікації: «адресант – повідомлення – адресат» [9, с. 241], де під адресатом мовлення розуміють одержувача повідомлення, та діалогічна модель комунікації, яка дозволяє виділити особу адресата мовлення, що реагує на повідомлення.

Виклад основного матеріалу. Категорія адресата мовлення характеризується подвійністю її змісту, оскільки включає в себе одночасно й об'єкт, і суб'єкт мовленнєвої взаємодії. У цьому полягає специфіка категорії адресата мовлення порівняно з категорією адресанта мовлення, який виступає як ініціатор комунікації, тобто лише як суб'єкт мовленнєвої взаємодії. Подвійна природа категорії адресата мовлення є основою для виокремлення двох комунікативних функцій адресата мовлення: 1) отримання повідомлення від адресанта та 2) реагування на неї.

Перша функція адресата мовлення є обов'язковою умовою комунікації і передбачає сприйняття й інтерпретацію ним почутого повідомлення. Відповідно, адресат мовлення тут виступає як реципієнт, тобто особа, яка отримує інформацію. Це об'єкт-адресат, т. зв. структурно-семантичний адресат, який сприймає й осмислює дію, що здійсню-

ється суб'єктом. Адресат мовлення у цьому разі не наділений властивостями респондента [7, с. 63–64]. Залежно від комунікативної ролі адресата мовлення в діалогічному дискурсі Г.Г. Почепцов виокремлює власне адресата, до якого звернено висловлення; квазіадресата, уявну особу чи предмет, до якого звертаються; непрямого адресата, слухача, який є присутнім під час акту комунікації [6, с. 11–15]. Функція отримання інформації адресатом мовлення від адресанта мовлення вписується у модель комунікації за Р. Якобсоном [9, с. 11–15], де адресат мовлення є власне отримувачем повідомлення.

Друга функція адресата мовлення є закономірною умовою діалогічної комунікації, яка потребує зворотного зв'язку для протікання діалогічної взаємодії. Відтак адресат мовлення є інерактантом, який не лише сприймає, але й реагує на отримане повідомлення. Він є суб'єктом-адресатом, тобто прагмасемантичним адресатом, який об'єднує в собі характеристики реципієнта (його здатність сприймати репліки співрозмовника) та респондента (його здатність реагувати й відповідати на почуті репліки). Він виявляється у структурі діалогічної взаємодії як функціонально рівний адресанту комунікант, т. зв. другий суб'єкт мовлення, який корелює з першим. Окремим типом мовця є інтенціональний адресат як функціональний різновид суб'єкта-адресата, що потенційно містить у собі респонсивні наміри, але ще не здійснив властиві йому якості респондента [5, с. 63–64].

У класифікації Г.Г. Почепцова функція реагування не виділена у діалозі, однак у ній присутня позиція адресата-ретранслятора, який взаємодіє з адресантом задля передачі інформації дійсному адресату [6, с. 11–15]. Таким чином, функція реагування адресата на репліки адресанта відповідає моделі діалогічної комунікації, яка зображає зворотній зв'язок учасників взаємодії.

У визначенні Ф.С. Бацевича категорія адресата поєднує у собі вищезазначені функції. Адресат мовлення є кінцевим отримувачем повідомлення, відправленого адресантом. У міжособистісній взаємодії – це людина, яка сприймає інформацію й інтерпретує її відповідно до власних когнітивно-прагматичних стратегій і певних контекстних і ситуативних умов [2, с. 106]. Відповідно, адресат мовлення не є пасивним споживачем повідомлення, навпаки, активною особистістю, від якої значною мірою залежить успішність комунікації.

Розглянуті функції адресата мовлення у діалогічному дискурсі дозволяють простежити особливості реагування залежно від комунікативної ролі, яку обирає для себе адресат мовлення у взаємодії з адресантом мовлення, й обставин інтеракції.

У діалогічному мовленні ступінь залежності адресата мовлення від адресанта мовлення і, навпаки, адресанта мовлення від адресата мовлення певним чином варіюється. Крім того, дискурсивний характер мовлення свідчить про рівність комунікативних позицій адресанта мовлення й адресата мовлення, тому що коли адресат мовлення починає вербально реагувати, він стає мовцем, тобто лише одним із комунікантів у діалогічному дискурсі, і його подальша поведінка залежить від співрозмовника.

Таким чином, основною рисою адресата мовлення як комунікативної категорії є подвійність його ролі, оскільки адресат мовлення поєднує одночасно як суб'єкта, так і об'єкта мовленнєвої взаємодії. Позиція адресата мовлення у діалогічному дискурсі характеризується нестабільністю, оскільки під адресатом мовлення розуміють того учасника комунікації, який займає позицію реагуючого комуніканта.

Дослідження мовленнєвої діяльності адресата мовлення у діалогічному дискурсі потребує розмежування понять «реактивність» і «респонсивність», які розрізняють на основі психологічної природи продукування зворотного зв'язку у міжособистісній взаємодії.

Поняття «реактивність» запозичене у дискурсологію із психології, де воно позначає особливості реакції людини на зовнішні та внутрішні подразники чи стимули завдяки наявним безумовним рефлексам (див. рис. 1). Реакція індивіда виявляється у силі, темпі та формі його відповіді, а також у його емоційній вразливості та відображається у ставленні особистості до об'єктів і явищ навколишнього світу та власних переживань [11, с. 37–38].

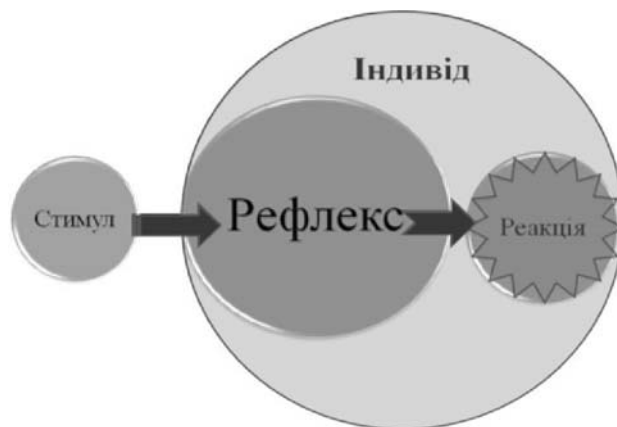


Рис. 1. Поняття «реакція» у психології

Термін «реактивність» не є широко дослідженим у лінгвістиці. У діалогічному дискурсі його

розуміють як несвідомий, мимовільний, миттєвий відгук адресата мовлення на дії адресанта, виражений вербально чи невербально [12, с. 224]. Реактивність – це не завжди усвідомлена та часто неконтрольована відповідь на фізичні умови спілкування (хронотоп, поведінку співрозмовника) або власне на репліки адресанта (його слова). Зазвичай вона експресивна й основана на емоційній реакції адресата мовлення, яка не потребує самоаналізу чи критичного аналізу ситуації. Як наслідок, такі репліки можуть мати непередбачуваний характер для обох комунікантів.

На протигагу реактивності, термін «респонсивність» походить із соціології, де його розуміють як продуману поведінкову реакцію людини на зовнішні чи внутрішні стимули (див. рис. 2). Респонсивність залежить, з одного боку, від системи цінностей індивіда (культурних норм і виховання, прийнятих у певному соціумі), а з іншого – від індивідуальних цілей [11, с. 37–38]. Відтак респонсивність впливає на результат міжособистісної взаємодії через здатність індивіда сприймати й аналізувати позицію опонента чи партнера й адекватним чином враховувати її у своїй діяльності [10, с. 108]. Попри обдуманий характер респонсивності адресата мовлення, його мовлення не позбавлене емоційності, що виникає внаслідок втілення прагматичних цілей комунікації.

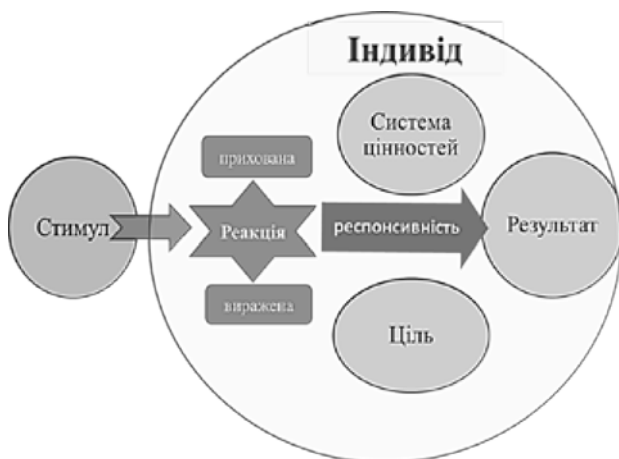


Рис. 2. Поняття «респонсивність»

У дискурс-аналізі термін «респонсивність» розуміють як свідому мовленнєву реакцію адресата мовлення на репліки адресанта мовлення. Зазвичай, це обдумана відповідь, яка узгоджується з прагматичними намірами мовця та враховує як умови конкретної розмови, так і суспільно прийняті норми комунікації, а також соціальні ролі комунікантів. Респонсивність – це завжди усвідомлена і про-

думана відповідь адресата мовлення [13, с. 157]. Відтак тут рівень емоційності та щирості, порівняно з реактивними репліками, є нижчим.

Розрізнення реактивності та респонсивності відбувається на основі двох критеріїв: 1) комунікативної ситуації перебігу діалогічної взаємодії та 2) мовленнєвої поведінки адресата мовлення.

З огляду на комунікативну ситуацію реактивні репліки адресата мовлення найчастіше виявляються у стресових умовах як прояв темпераменту мовця, тобто є його афективно-шочковими реакціями, які можуть бути позитивними, негативними чи нейтральними. Реактивні репліки представляють неусвідомлену, інстинктивну мовленнєву поведінку адресата мовлення, що реалізується за допомогою вигуків, коротких реплік чи фраз, які мають рефлексивний характер, наприклад:

(1) *Ernie suddenly shouted at Padgitt.*

“What did you do with the knife?” The question startled everyone, especially the witness who jerked backward and quickly said,

“I, uh,” – then went silent.

“You what! Come on, Mr. Padgitt, tell us what you did with the knife, the murder weapon”.

Danny shook his head fiercely and looked too scared to speak.

“What knife?” he managed to say. He could not have looked guiltier if the knife had dropped out of his pocket onto the floor.

“The knife you used on Rhoda Kassellaw”.

“It wasn’t me” (1, p. 209).

Цей фрагмент демонструє реактивну поведінку адресата-обвинуваченого Денні Педжита у стресовій ситуації судового допиту. Питання прокурора-адресанта *What did you do with the knife?* вводить Денні у стан шоку, тому спочатку він несвідомо реагує реплікою *I, uh*, яка має спонтанний та емоційний характер. Однак подальше протікання діалогічної взаємодії, у ході якого адресант реалізує прагматичний намір отримати зізнання у вбивстві, змушує адресата мовлення змінити тип мовленнєвої поведінки з реактивності на респонсивність, що виражається його непереконаливою реплікою-перепитуванням *What knife?* та наступною реплікою-запереченням *It wasn’t me*.

Додатковим підтвердженням реактивного характеру репліки в діалогічній взаємодії є подальше протікання діалогу, оскільки адресант, зазвичай, не задовольняється простим реактивом, а продовжує свої спроби отримати респонсивну відповідь.

На відміну від реактивності, респонсивність у діалогічному дискурсі передбачає наявність контрольованої ситуації спілкування: знайо-

мого співрозмовника, теми, часопростору й умов перебігу розмови. Адресат мовлення продумує можливі варіанти розвитку діалогу й обирає респонсивні стратегії і тактики відповідно до своїх прагматичних цілей, що становлять основу його мовленнєвої поведінки. Респонсивні репліки характеризуються більшою тривалістю, ніж реактивні, та частіше виявляють думки та погляди адресата мовлення, ніж його емоційні реакції. Наведемо приклад:

(2) “*Every school is like that, I’m afraid,*” she replied.

“*But I’ll be able to come home in the evenings and you can teach me the things I need to know,*” said Endill.

“*Unfortunately it’s not the village school you’re going to*” sighed his mother. “*You’re too old. I kept you here for as long as I could but I can’t do that anymore*” (2, p. 9).

У вищенаведеному прикладі респонсивні репліки матері до свого сина є продуманими та виражають її думку про нову школу. Її респонсивна стратегія – переконати сина в необхідності навчання – реалізується тактиками співчуття та підтримки та представлена такими вербальними

засобами, як *I’m afraid; unfortunately; as long as I could*. У проаналізованому фрагменті діалогу спостерігаємо, що респонсивність передбачає планування адресатом мовлення відповіді та використання відповідних респонсивних стратегій і тактик.

Висновки. Реактивність є спонтанною психофізіологічною реакцією адресата мовлення на мовленнєву поведінку адресанта, тоді як респонсивність є продуманою відповіддю. Вона є результатом мисленнєвих процесів, що дозволяє дослідити когнітивну природу мовленнєвого реагування адресата мовлення, прагматичну спрямованість його відповідей, комунікативний аспект ведення діалогу. Відтак психологічно навантажені репліки у стресових ситуаціях співвідносяться з реактивністю, тоді як усвідомлення адресатом мовлення своєї соціальної позиції визначає респонсивний характер його реплік. З огляду на те, що за реактивністю у діалогічному потоці йде респонсивність, підпорядкована респонсивним стратегіям і тактикам, вважаємо за доцільне проаналізувати явище респонсивності детальніше та з’ясувати особливості її реалізації у діалогічному дискурсі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата. *Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка*. М.: Наука, 1981. Т. 40. С. 356–367.
2. Бацевич Ф.С. Основы коммуникативной лингвистики. К.: Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
3. Кларк К.К., Карлсон Т.Б. Слушающие и речевой акт. *Новое в зарубежной лингвистике*. М.: Прогресс, 1986. Вып. 17. С. 270–321.
4. Кравченко Н.К. Методика анализа разговорного дискурса в ракурсе конверсационного анализа. *Мова і культура*. К., 2010. Т. 138. С. 20–27.
5. Полонский А.В. Категориальная и функциональная сущность адресатности (на материале русского языка в сопоставлении с польским): дисс. ... док. филол. наук: 10.02.01, 10.02.03. Белгород, 1999. 451 с.
6. Почепцов Г.Г. О коммуникативной типологии адресата. *Речевые акты в лингвистике и методике*: сб. науч. тр. Пятигорск: Изд-во ПГПИИЯ, 1986. С. 10–17.
7. Почепцов Г.Г. О коммуникативной типологии адресата. *Избранные труды по лингвистике*. Харьков: ХНУ имени В.Н. Каразина, 2009. С. 450–455.
8. Селіванова О.О. Основы теории мовної комунікації: підручник. Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. 350 с.
9. Якобсон Р. Избранные работы. М.: Прогресс, 1985. 460 с.
10. Bach K., Harnish M. *Linguistic Communication and Speech Acts*. Cambridge: MA: MIT Press, 1979. 327 p.
11. Bloomfield L. *Language*. New York: Holt and Co., 1933. 564 p.
12. *Encyclopedia of Communication Theory* / ed. by S.W. Littlejohn, K.A. Foss. London: Sage, 2009. 1105 p.
13. Fill Ch. *Marketing Communications: Interactivity, Communities and Content*. Oxford: Pearson Education, 2009. 958 p.
14. Haslett B.B. *Communication: Strategic Action in Context*. London: Routledge, 2013. 304 p.
15. Herman V. *Dramatic Discourse: Dialogue as Interaction in Plays*. London: Routledge, 2005. 344 p.
16. Jacobs S., Jackson D. Strategy and structure in conversational influence attempts. *Communication Monographs*. 1992. Vol. 50. P. 285–304.
17. Lakoff R. *Language and Woman’s Place*. New York: Harper, 1975. P. 174.
18. Lee C. Language Output, Communication Strategies and Communicative Tasks: In the Chinese Context. Thread: University Press of America, 2004. 154 p.

19. Searle J., Kiefer F., Bierwisch M. *Speech Act Theory and Pragmatics*. California: University of California, Berkeley Springer Netherlands: Copyright Holder, 1980. 336 p.
 20. Searle J.R. *Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press, 1969. 98 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

1. Grisham J. *The Last Juror*. New York: Bantam Dell. 488 p.
2. McDowell S.A *Woman of Style*. London: Rowan (Arrow), 1991. 133 p.

УДК 811.112'2

ПОНЯТТЯ НАПРУЖЕНОСТІ ТА ЇЇ ПРОЯВИ В ТЕКСТІ РЕКЛАМИ

THE NOTION OF TENSION AND ITS MANIFESTATION IN ADVERTISEMENT TEXTS

Машенко А.-М.А.,

*аспірант кафедри германської та фіно-угорської філології
імені Г.Г. Почепцова*

Київського національного лінгвістичного університету

Стаття присвячена розкриттю поняття «напруженість», яке австрійський лінгвіст А. Філл вважає одним із базових понять життя й важливим способом інтерпретації текстів будь-якого характеру, а також спробі аналізу засобів напруженості в рекламних текстах журналу «Brigitte» (№ 19 за 2018 р.). Розгляд цих текстів показав, що напруженість у рекламі може створюватися засобами всіх мовних рівнів.

Ключові слова: напруженість, лінгвістика напруженості, катафоричні семантичні моменти, ретардуючі конструкції, бажана напруженість, небажана напруженість.

Статья посвящена раскрытию понятия «напряженность», которое австрийский лингвист А. Филл считает одним из базовых понятий жизни и важным способом интерпретации текстов любого характера, а также попытке анализа средств напряженности в рекламных текстах журнала «Brigitte» (№ 19 за 2018 г.). Рассмотрение этих текстов показало, что напряженность в рекламе могут создавать средства всех языковых уровней.

Ключевые слова: напряженность, лингвистика напряженности, катафорические семантические моменты, ретардирующие конструкции, желательная напряженность, нежелательная напряженность.

The article is dedicated to characteristic of the notion “tension” which is considered by Austrian linguist A. Fill to be one of the life bases and the important means of interpretation of any type of texts. An attempt is made to analyze means of tension in the advertisement texts of “Brigitte” magazine (№ 19, 2018). The analysis of these texts showed that tension in advertisements may be created by means of all levels of the language.

Key words: tension, linguistics of tension, cataphoric semantic features, retarding constructions, desirable tension, undesirable tension.

Постановка проблеми. З раннього дитинства ми пізнаємо навколишній світ, не залишаючи поза увагою оточуючі нас предмети та явища. Увага як форма організації свідомості й умова успішного протікання психічних процесів і станів зумовлює успішну орієнтацію у світі та забезпечує його більш чи менш повне відображення у психіці людини. Увага не є самостійною формою психічної діяльності, вона притаманна різним видам останньої. Ми можемо щось уважно чи не уважно слухати, споглядати, щось робити чи про щось думати. Наша увага може бути мимовільною (пасивною), довільною чи післядовільною. Мимовільна увага, яка виникає і підтримується

незалежно від свідомих намірів і вольових зусиль людини, може бути викликана певними особливостями подразника, які вражають спостерігача (новизною, силою впливу, актуальністю, відповідністю уподобанням і прагненням індивіда і т. п.). Головною функцією мимовільної уваги можна вважати можливість швидкої та правильної орієнтації в нових умовах, виділення найбільш важливих об'єктів тощо. Довільна увага, головною функцією якої є активне регулювання ходу психічних процесів, керується вольовими зусиллями людини і свідомо спрямовується нею на потрібний предмет. Слід зауважити, що довгочасна концентрація уваги призводить до втоми. Але якщо