

4. Дубова О. А. Типологічна еволюція морфологічних систем української і російської мов / Олена Анатоліївна Дубова. – К.: Видавничий центр КНЛУ, 2002. – 302 с.
5. Жлуктенко Ю. О. Порівняльна граматики англійської та української мов / Ю. О. Жлуктенко. – К.: Наукова думка, 1960. – 160 с.
6. Ильиш Б. А. О частях речи в английском языке // Вопросы теории частей речи (на материале языков различных типов): сб. науч. трудов / Б. А. Ильиш. – Л.: Наука, 1960. – С. 151–169.
7. Конюшкевич М. И. Синтаксемообразующая функция предлога и механизмы опредложивания знаменательной лексики // Вопросы функциональной грамматики: сб. науч. тр. – Вып. 5 / Отв. ред. М. И. Конюшкевич. – Гродно: ГрГУ, 2005. – С. 3–19.
8. Конюшкевич М. И. Способы выражения лексического компонента синтаксемы (синтаксической позиции), маркированной предлогом (на материале белорусского языка) // Е. Ф. Карский и современное языкознание: матер. X междунар. Карских чтений, 16 – 17 мая 2005 г. Гродно: В 2-х ч. Ч. 1. / М. И. Конюшкевич. – Гродно: ГрГУ, 2005. – С. 104–116.
9. Плунгян В. А. По поводу “локалистской” концепции значения: предлог *под* // Исследования по семантике предлогов: сб. статей / В. А. Плунгян, Е. В. Рахилина: под ред. Д. Пайара, О. Н. Селиверстовой. – М.: Русские словари, 2000. – С. 115–134.
10. Смирницкий А. И. Сравнительно-исторический метод и определение языкового родства: материалы к курсам языкознания / А. И. Смирницкий, Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, В. А. Звегинцев (общ. ред.). – М.: Изд-во Московск. ун-та, 1955. – 256 с.
11. Шаранда К. К. Сравнительная типология категории предлога / К. К. Шаранда. – Минск: Наука и техника, 1981. – 230 с.

Романюк В. Л.
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова

ФАКТОР АДРЕСОВАНОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОМУ ДИСКУРСІ

Сучасні уявлення про дискурс віддзеркалюють увесь хід лінгвістичної науки. У першій половині ХХ ст. мовознавство протягом досить тривалого періоду було зосереджене на вивченні однієї з двох діалектично пов'язаних сторін мови – мовній системі, але починаючи з другої половини 60-х років, центр уваги лінгвістів переноситься на іншу сторону цієї діалектичної єдності – мовленнєву діяльність та її продукт – дискурс.

Мета статті полягає у виявленні особливостей адресованості в офіційно-діловому дискурсі.

Завдання:

- виявити характерні риси англомовного офіційно-ділового дискурсу;
- встановити характерні прагматичні особливості адресованості;
- визначити роль адресанта в англомовному офіційно-діловому дискурсі.

“Будь-яке мовлення обов'язково має свого адресата як і свого виробника, навіть якщо б цим адресатом був абсолютно невідомий та невидимий автору співрозмовник, якого можна досягнути лише розумом” [8, 11–12].

Суттєвою (конститутивною) ознакою комунікації взагалі є спрямованість на адресата, який є обов'язковим структурним компонентом комунікативного акту і являє собою один із основних факторів текстотворення. “Будь-яке висловлювання завжди має адресата (різного характеру, різних ступенів близькості, конкретності, усвідомленості тощо), адекватне розуміння якого автор мовленнєвого повідомлення шукає і передбачає” [4, 305]. У широкому розумінні спрямованість на адресата є невід'ємною

умовою комунікації [3, 305; 7, 12]. Ми користуємось терміном “адресат”, підкреслюючи свідому направленість мовленнєвого висловлювання до особи (конкретної чи неконкретної), яка може бути охарактеризована, при чому комунікативний намір автора мовлення має узгоджуватись із цією характеристикою [2, 358].

Адресованість, за О. П. Воробйовою, розуміємо як категорію дискурсу, яка за допомогою семантики та структури дискурсу відображає спрямованість на передбачуваного адресата комунікації [7, 15]; орієнтація на гіпотетичного адресата задає конкретну модель інтерпретації дискурсу та є семантичною базою текстової репрезентації.

Адресованість реалізується через наявну в дискурсі програму [5, 9] його інтерпретації, яка виражається сукупністю лінгвістичних засобів та прийомів і може відрізнятися певною специфікою в дискурсах різних типів.

“Будь-який мовленнєвий жанр у будь-якій сфері спілкування має свою концепцію адресата. Усі ці види і концепції адресата визначаються наступними видами факторів: цільовою установкою комунікативного акту, умовами та ситуацією спілкування, соціальним статусом комунікантів, специфікою “культурного контексту” [1, 12].

Адресат – кінцева ланка процесу формування та інтерпретації інформації. Адресант – особа, яка ініціює комунікативний процес, прагматичні установки, що втілюються в дискурсі. Саме адресант моделює гіпотетичного адресата, визначає комунікативні ролі, враховуючи комунікативну компетенцію останнього, його тезаурус. Адресант обирає комунікативні стратегії (продукційні та стилістичні), які забезпечують реалізацію в дискурсі прагматичної установки автора, його аргументацію та здійснення бажаного впливу на адресата.

Адресант офіційно-ділового дискурсу намагається здійснити інтелектуальний, раціональний вплив на адресата шляхом передачі спеціальної інформації. Комунікативна спрямованість та прагматична установка офіційно-ділового дискурсу полягає в передачі спеціальної інформації з метою її засвоєння, збереження адресатом та використання на практиці, а для цього сутєвими є процеси впорядкування щойно отриманих знань. Динаміка інформації спрямована від відомого до невідомого. Для досягнення адекватного прагматичного ефекту адресант орієнтується, з одного боку на запас спеціальних знань адресата, тобто на його когнітивний простір як сукупність усіх відомих його свідомості фактів, а з іншого, – на ту суму інформації, яка стає відомою адресатові в процесі власне комунікації, що й складає контекст, на фоні якого розвивається англomовне офіційно-ділове спілкування.

Референтним простором англomовного офіційно-ділового дискурсу є об’єктивна дійсність у (матеріальному та ідеальному своєму втіленні). З урахуванням цього текстотворча діяльність адресата спрямована на об’єктивне та несуперечливе відображення референтного простору повідомлення, а також на переконання адресата в істинності авторської концепції.

Роль адресанта англomовного офіційно-ділового дискурсу базується на особистісному потенціалі при домінуючій функції інтелекту, а також передбачає, що адресат володіє комунікативною нормою, тобто сукупністю усталених у конкретному суспільстві мовних звичок та правил суспільного використання мови в певній комунікативній ситуації.

Щодо фактора адресанта, то в англomовному офіційно-діловому дискурсі ним може бути колективний суб’єкт: як гіпотетичний автор виступає якась імперсональна

сила – держава, закон, партія, той чи інший соціальний інститут. Може бути й одна особа, але її особистісні характеристики виражені нечітко: конкретний автор виступає, так би мовити “від особи науки”, виражаючи погляди ідеї певного кола спеціалістів. Офіційно-ділові дискурси – прояв групової мовленнєвої діяльності.

Відправляючи своє повідомлення, адресант ставить певну мету, тобто виражає конкретну комунікативну інтенцію.

За І. О. Москальською, розрізняємо дві цілі комунікативної інтенції:

- 1) інформувати адресата;
- 2) активізувати адресата, викликати реакцію-відповідь.

Офіційно-діловий дискурс передбачає відношення адресанта до повідомлюваного. Інакше кажучи, в будь-якому дискурсі спостерігається протиставлення фактичного змісту (диктум) та індивідуальної оцінки адресатом запропонованих фактів (модусу) [12].

В офіційно-діловому дискурсі адресант предусім актуалізує об'єктивний зміст, тобто “прив'язує” його до ситуації, а потім наповнює дискурс суб'єктивним значенням.

У межах комунікації діяльність адресанта спрямована, по-перше, на об'єктивне та несуперечливе відображення референтного простору повідомлення: деяку множину фактів і закономірностей, а також суму чужих думок та власну точку зору стосовно викладених положень. По-друге, діяльність адресанта направлена на переконання адресата в істинності авторської концепції обговорюваної проблеми. Для досягнення адекватного прагматичного ефекту суб'єкт мовлення обов'язково має орієнтуватись, з одного боку, на запас спеціальних фахових знань, а з іншого, – на ту суму інформації, яка стає відомою адресату власне у процесі комунікації, що й створює контекст, на фоні якого розвивається спілкування. В акті комунікації адресант виступає як авторитет у відповідній галузі знань, і його прагматична установка полягає не лише в передачі інформації, а й у переконанні чи, навпаки, в доведенні безпідставності того чи іншого положення, особливо, коли мова йде про зміну дисциплінарного знання адресата. Функція комуніканта передбачає, що адресат декодує повідомлення на тих умовах і з тою ж метою, які є інтенційно заданими адресантом цього повідомлення і визначаються даним типом дискурсу.

У якості сигналів адресованості можуть виступати різнорівневі елементи, котрі складають рецептивні труднощі для передбачуваного адресата або окреслюють можливу програму сприйняття й інтерпретації інформації. Враховуючи спосіб актуалізації, засоби, що вказують на характер передбачуваної інтерпретації, можна поділити на експліцитні (прямі та непрямі) та імпліцитні [6, 61].

Розглянемо спочатку перший тип маркерів – експліцитні. До прямих експліцитних маркерів адресованості належать безпосередні звертання до співрозмовника, факти висловлені мовцем на підтвердження своєї думки. Окрім прямих експліцитних маркерів, існують ще й непрямі. Цитати та посилання допомагають адресату зіставити власні докази, власний досвід роботи у галузі із попередніми дослідженнями. І цитати, і посилання передбачають, що отримувач повідомлення із пасивного реципієнта перетворюється на активного діяча. Виходячи за межі запропонованого повідомлення в дисциплінарну комунікацію, адресант залучає (хоча б і подумки) текст-першоджерело і зіставляє його з інкорпорованим текстом, в результаті чого адресат іноді приходиться до висновків, які не впливають безпосередньо із самого повідомлення.

Іншим поширеним засобом вираження адресованості є таблиці, які виконують роль пояснення, конкретизації чи узагальнення інформації загального тексту, графіки, функції, діаграми, формули та інші графічно-схематичні засоби. Виклад фактів шляхом їх протиставлення і зіставлення дозволяє підкреслити ті їх властивості, які адресант вважає суттєвими чи на які хоче звернути увагу адресата. Адресант, який прагне якомога повнішого розуміння адресатом запропонованого дискурсу, намагається структурно так організувати своє повідомлення, щоб увесь процес оформлення авторської думки адекватно декодувався реципієнтом. Сприйняття полегшуватиметься, якщо думка логічно, структурно і графічно представлена таким чином, що надходження інформації до адресата оптимально організоване, і останній отримує її як функціонально і формально завершену. Звернімося до наступного типу маркерів, так званих імпліцитних засобів вираження. Вони вказують на “точки контакту” адресата і адресанта і створюють у дискурсі “проблемні ситуації” [10, 27], які спрямовані на активізацію мовної і комунікативної компетенції адресата, його вміння переструктуризувати і/або перефокусувати свої фонові знання у зв’язку з інформацією, що інтерпретується.

Мегатекстова структура офіційно-ділового повідомлення сприяє такій комунікативній діяльності адресата.

Існують різні точки зору на те, чия роль домінуюча в дискурсі – адресанта чи адресата [11, 12-20; 7, 91]. Загалом ми дотримуємось теоретичних положень Г. В. Степанова про єдність автора та адресата і релятивність їх відносин [13, 106]. Ця єдність не результат інтенції адресата чи адресанта, а властивість дискурсу, яка проявляється в тому, що адресат та адресант виступають як відносні величини, роеалізація яких регулюється певною загальною функцією, що задається дискурсом [9, 355].

Думка про єдність адресанта та адресата видається нам більш імовірною, бо адресант завжди творить дискурс, орієнтуючись на гіпотетичного адресата. Адресат, у свою чергу, поринає у світ авторського сприйняття реальності, а, з іншого боку, використовує свій власний життєвий досвід. Це означає, що адресат є активним елементом при створенні дискурсу автором. Навіть, якщо адресат повністю відмовиться від власного “Я” та беззастережно підтримає всі точки зору адресанта, слід визнати, що подібний акт самозречення теж є проявом активності адресата.

Для адресанта дискурс – це завжди засіб впливу на аудиторію, для адресата – матеріал, на основі якого може бути прийняте рішення. Для адресанта дискурс є результатом знакової діяльності, продуктом його розумової праці; для адресата він стає лише сировиною, проміжним матеріалом, який буде використаний для досягнення мети. У рамках офіційно-ділової комунікації провідна роль належить індивідуально-особистісному потенціалу реципієнта, його тезаурусу. Адресату не слід обмежуватися викладом наявних у нього фактів і спостережень, які з часом можуть застаріти і виявитися “поза межами застосування”, але у першу чергу слід зробити на їх основі теоретичні узагальнення, які з часом можуть пояснити нові факти.

Висновки. Очевидно, що аудиторія в офіційно-діловій комунікації загалом однорідна, бо інтенційно заданими адресатами офіційно-ділових дискурсів є носії певних спеціальних, професійних, наукових знань, які об’єднують всіх отримувачів повідомлення у певну спільноту професійно параметризованих комунікантів, до якої входить і адресант. Вважаємо перспективним дослідження багатоаспектних факторів ефективності адресованості в англomовному офіційно-діловому дискурсі.

Л і т е р а т у р а :

1. Азнаурова Э. С. Прагматика текстов различных функциональных стилей / Э. С. Азнаурова // Общественно-политический и научный текст как предмет обучения иностранным языкам. – М.: Наука, 1987. – 200 с.
2. Арутюнова Н. Д. Фактор адресата / Н. Д. Арутюнова // Изв АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1981. – Т.40. – №4. – С. 356–357.
3. Бахтин М. М. Этика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М.: Искусство, 1979. – 423 с.
4. Бахтин М. М. К эстетике слова / М. М. Бахтин. – М.: Наука, 1974.
5. Воробьева О. П. Лингвистические аспекты адресованности художественного текста (одноязычная и межъязычная коммуникация): дис. на соиск. учен. степ. д-ра филол. наук: 10.02.19 “Теория языка” / О. П. Воробьева. – М., 1997. – 382 с.
6. Воробьева О. П. Реализация фактора адресата в аспекте лингвокультурной традиции / О. П. Воробьева // Филолог. науки – 1992. – № 1.
7. Воробьева О. П. Текстовые категории и фактор адресата / О. П. Воробьева. – К.: Вища шк., 1993. – 200 с.
8. Влияние социальных факторов на функционирование и развитие языка. – М.: Наука, 1998. – 200с.
9. Золян С. Т. Семантические аспекты поэтики адресата / С. Т. Золян // Res Philologica: Сб. ст. / [под ред. Д. С. Лихачева]. – Л.: Наука, 1999. – С. 351–356.
10. Кондаков И. В. К поэтике адресата (в контексте идей академика Г. В. Степанова) / И. В. Кондаков // Res Philologica: Сб. ст. / [под ред. Д. С. Лихачева]. – С. 18–29.
11. Кох В. А. Предварительный набросок дискурсивного анализа семантического типа / В. А. Кох // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1978. – Вып. VII. – С. 149–172.
12. Лингвистический энциклопедический словарь / [Гл. ред. В. Н. Ярцева]. – М.: Сов. Энциклопедия, 1990. – 608 с.
13. Степанов Г. В. Язык. Литература. Поэтика: Сб. работ / Г. В. Степанов – М.: Наука, 1998. – С. 106–123.

Сапрыкина В. И.

Российская академия государственной службы при Президенте РФ

**ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ “МУЗЫКА”
В СЕМАНТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА**

Одной из гипотез происхождения музыки является гипотеза Г. Спенсера, согласно которой истоками музыки были интонации эмоционально возбуждённой речи. Древние мифы многих народов описывают акт сотворения мира богами с помощью пения. Многообразные этнографические данные, мифология разных народов отражают роль музыки в древности – культ и откровение, проявление жизни, магия, мощь и власть, существенная человечески-общественная деятельность. Одно из древнейших философских учений – музыкально-математически-философская концепция пифагорейцев – видело в музыке сущность бытия – “музыку сфер” или “гармонию сфер”. Платон отмечал дисциплинирующую силу музыки и поэтому был убеждён, что государство должно строиться на её законах. Так, греческая культура связывала музыку с этосом, со специфически человеческой, духовной стороной его бытия.

В средние века её связывали с духовным общением человека с богом, позднее сформировалась теория аффектов (“Компендиум музыки” Р. Декарта). П. Флоренский назвал музыку самым диалогичным искусством (музыка даёт некую общую тему, наполнение зависит от слушателя). Такое понимание приводит к вопросу: как чувство выражается в звуке и передаётся слушателю? Эта проблема была и остаётся дискуссионной: может ли музыка иметь статус языка или она только “языкоподобна” (Т. Адорно).