

## ДО ПИТАННЯ ПРО ДИФЕРЕНЦІАЦІЮ ПОНЯТЬ „СЛУХАЧ” ТА „АДРЕСАТ”

*О.В. Ємельянова*

Становлення дискурсивної парадигми у мовознавстві призвело до поглиблення уявлень про закономірності організації мовленнєвих дій комунікантів, які протягом останньої чверті ХХ століття аналізувалися у межах теорії мовленнєвих актів. В руслі антропоцентричного та системного підходу, характерного для сучасної лінгвістичної науки, комплексний аналіз вербальних, невербальних та екстралінгвальних компонентів комунікативної взаємодії передбачає урахування важливого антропокомпонента акту комунікації – адресата. У зв'язку з цим, дослідження питання диференціації понять „слухач” та „адресат” видається актуальним та необхідним.

Матеріалом даного дослідження послуговують наукові публікації з прагма- та соціолінгвістики, в яких центральню чи маргінальню розглядаються поняття „слухач”, „адресат”.

Як зазначає Н.Д. Арутюнова, будь-який мовленнєвий акт розрахований на певну модель адресата [1, 358], однак така модель у теорії мовленнєвих актів представлена недостатньо. Відповідно до визначення мовленнєвого акту, запропонованого Дж. Аллен та Р. Перро, мовленнєвий акт – це умисна дія, що має в якості параметрів мовця (тобто діючу особу), слухача та пропозиційний зміст, виконання якого приводить до продукування висловлювання [2, 334]. Аналізуючи дане визначення, слід зазначити, що науковці фокусують увагу на ініціаторі спілкування (мовці), в той час як позиція адресата (слухача) характеризується пасивністю.

У теорії мовленнєвих актів слухачу як компоненту комунікативного акту притаманна двоїста позиція. З одного боку, саме існування мовленнєвого акту неможливе і не має сенсу без слухача. Вимовляючи речення у ситуації спілкування ми здійснюємо певні дії: приводимо у роботу артикуляційний апарат, згадуємо людей, місця, об'єкти, повідомляємо щось співрозмовнику, розважаємо чи драгуємо його/її, просимо, обіцяємо, наказуємо, вибачаємося, засуджуємо; причому ці дії обумовлені намірами та інтенціями мовця [3, 163].

Значення висловлювання має безпосередній зв'язок з мовцем та його інтенцією, а розпізнання інтенції залежить від слухача. “*S* висловлює суб'єктивне значення за допомогою висловлювання *x*, якщо *S* має намір (*i*) вимовлянням *x* викликати певну реакцію *r* у слухача *A* та має на увазі (*ii*), що *A* розпізнає його намір (*i*), та має на увазі (*iii*), що це розпізнання його наміру (*i*) з боку *A* буде підґрунтям (чи частковим підґрунтям) для реалізації *r*” [4, 137]. Таким чином, саме фактор співрозмовника визначає комунікативність мовленнєвого акту.

З іншого боку, в межах теорії мовленнєвих актів фігура слухача відрізняється пасивністю, тому що він не бере активної участі у мовленнєвому акті, він лише сторона, що сприймає інформацію, обов'язковий, хоча нерідко і неконкретизований його учасник.

Фактор адресата (слухача) входить до поняття іллокутивної сили висловлювання як один зі складових її компонентів, поряд з іллокутивною метою, подійним змістом, концепцією автора і факторами комунікативного минулого і комунікативного майбутнього [5, 108]. І.С.Шевченко [6, 36], пропонуючи модель мовленнєвого акту, виокремлює в ньому наступні провідні аспекти: (1) адресантний, (2) адресатний (інтерперсональний), (3) інтенціональний, які формують антропоцентричний блок у мовленнєвому акті та описують комунікантів та цілі їх комунікації; (4) контекстний, (5) ситуативний, (6) метакомунікативний, які віддзеркалюють умови та засоби реалізації мовленнєвого акту; (7) денотативний, (8) локутивний, (9) іллокутивний аспекти, що описують висловлювання: його зміст, форму та силу впливу, що відповідає плану змісту, плану вираження та актуалізації висловлювання в мовленні.

Адресатний аспект є невід'ємним компонентом моделі мовленнєвого акту. На думку дослідниці даний аспект включає слухача в сукупності його соціальних та ситуативних ролей, знань про світ, мотивів та цілей і т.ін. Соціально-ситуативні характеристики слухача є важливими для визначення інтерперсональної лінії адресант – адресат у мовленнєвому акті [6, 36]. Уточнюючи місце перлокутивного аспекту у запропонованій моделі мовленнєвого акту, І.С.Шевченко розташовує аспект перлокуції за рамками моделі мовленнєвого акту, вважаючи, що у мовленнєвій реалізації він являє собою самостійний мовленнєвий акт, який має власну структуру та перлокуцію [6, 43].

Для теорії мовленнєвих актів характерним є оперування термінами “слухач/слухачі” (а не “адресат/адресати”), що є досить логічним, оскільки висловлювання співрозмовника (інших учасників комунікації) залишаються поза межами аналізу. Як відмітили Т.Г. Кларк та Т.Б. Карлсон, незважаючи на те, що слухачі відіграють досить суттєву роль у мовленнєвих актах, ця роль ніколи особливо не досліджувалася [7, 270].

Г.Г. Почепцов, досліджуючи „фігуру слухача” [8, 26], визначає його як можливу у ситуації комунікативного акту третю особу, яка може прийняти повідомлення мовця, призначене для адресата. Науковець зазначає, що „фігура слухача у комунікативних актах складна та суперечна... Слухач – це *він*, що протистоїть *я* та *ти*. А з іншого боку, він як слухач знаходиться *тут* під час мовленнєвої інтеракції *я* та *ти*, безпосередньо впливаючи на мовленнєву діяльність комунікантів” [8, 37].

Традиційна модель комунікації “відправник – повідомлення – одержувач”, де останній компонент виступає у якості адресата, є підґрунтям для виокремлення категорії адресата.

На думку А.В. Полонського, категоріальний адресат реалізується у трьох основних типах: об'єкт-адресаті, суб'єкт-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 поєднує 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 “переадресат” (являє собою сутність, що потенційно містить у собі суб'єкта-адресата), який ще не реалізував притаманні йому властивості респондента.

На текстовому рівні суб'єкт-адресат реалізується у творчій сутності автора, тобто перетворюється у автора-адресата [9, 63-64].

Характерною рисою адресата як комунікативної категорії, є подвійність змісту, оскільки він включає у себе одночасно як суб'єкта, так і об'єкта мовленнєвої взаємодії.

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. 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 [7, 316].

Слід зазначити, що питання диференціації термінів, що позначають осіб, з якими спілкується мовець, розглядається у роботах авторитетних лінгвістів [11; 8; 10]. В.В. Красних вважає, що 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 [11, 87].

Пропонуючи термінологічне визначення поняття „адресат”, Ф.С.Бачевич зазначає, що „адресат є кінцевим „споживачем” повідомлення, створеного адресантом; у міжособистісному спілкуванні – особа, яка сприймає повідомлення і відповідно до своїх когнітивних стратегій і конкретних контекстних і ситуативних умов інтерпретує повідомлення адресанта. Адресат – це не пасивний споживач інформації, а активна особистість, від якої значною мірою залежить успіх спілкування” [12, 106].

Науковці підкреслюють, що у мові знаходить відбиття як образ мовця, так і образ слухача. На думку І.В. Труфанової [13], проблема представленості образу слухача в мові має декілька аспектів.

Перший – метатекстовий передбачає урахування того факту, що текст, висловлювання будується мовцем таким чином, щоб сприяти їх адекватному сприйняттю слухачем. Як вважає дослідниця, 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 [14]. Він полягає в тому, що необхідним елементом упорядкованості кожного висловлювання виступає концепція слухача, яка є взаємопов'язаною із жанром висловлювання, диктує форму висловлювання 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 [13].

Адресація складає внутрішню природу будь-якого мовленнєвого твору. Як зазначає М.М. Бахтін, зверненість, адресованість висловлювання є його конститутивною особливістю, без якої не існує і не може існувати висловлювання [14, 279].

О.П. Воробйова розглядає адресованість як категорію 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 [15, 15].

Адресованість мовлення характерна як для діалогічних, так і монологічних форм дискурсу [15; 16]. 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, кінесичні, проксемічні. Зокрема, науковці акцентують увагу на важливості системи звертань [18, 197; 19, 84-108]. Так, Л.В. Солощук вважає, що зовнішній вигляд, одяг, його колір, ціна, відповідність моді відіграють важливу роль у створення образу комуніканта. Партнери по комунікації мають можливість “зчитувати” інформацію про співрозмовника ще до початку спілкування на вербальному рівні [20, 210].

До семантичних категорій, орієнтованих на адресата, відносяться:

1 Інформативність, тому що головна мета висловлювання – 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 [1, 360-361]. Мовленнєві акти, які передбачають миттєву вербальну реакцію адресата (наприклад, питання) або розраховані на подальший перлокутивний ефект (наприклад, спонукальні висловлювання), є найбільш “жорстко адресованими” [1, 360-361]. 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 [1, 360-361].

Адресатними є всі висловлювання, що належать до соціального етикету та регулюють міжособистісні взаємодії. Це пояснюється приналежністю їх до сфери інтерперсональних відносин. Маніфестація адресованості в таких мовленнєвих актах, як зауваження, догана, повчання, що приймають форму комунікативно немаркованих висловлювань, віддзеркалюється як залежність мовця від синхронного слухача, тому що вони (акти) не можуть мати місце за відсутності адресата (слухача) [1, 361].

Адресованість притаманна також і оцінним висловлюванням: у діалозі оцінні висловлювання 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 слід відмітити, що не всі висловлювання апелюють до синхронного слухача. Егоцентричне мовлення, спрямоване не на партнера по спілкуванню, а на себе, також не передбачає відповідної реакції адресата. Н.І. Романишин, досліджуючи процес інтрасуб'єктної комунікації, зазначає, що особливість антропокомпонентної моделі інтрасуб'єктного мовленнєвого акту полягає у різноплановості категорії рецепції 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 [22, 3].

Адресованість проявляється також і як мовне явище. Ю.Д. Апресян [23] вважає, що 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. Слід відмітити дієслова впливу за допомогою мовлення, які орієнтовані на іншу особу – адресата мовленнєвого акту [24, 129-130]. З точки зору граматики, адресат, поряд з мовцем та об'єктом, виступає як актант дієслів мовлення [25, 7]. Е. Бенвеніст розглядав вплив реального та уявного партнера по акту висловлювання на появу деяких класів знаків, таких як, наприклад, спонукальні форми [26, 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) [9, 175].

Окремим поняттям адресованості вважають апелятивність [27]. Цей термін означає звертання до слухача та спонування його до сприйняття мовлення або, в концепції Т.О.Петрової спонування, як планування мовцем для адресата мовленнєвих, акційних або емоційних дій [27, 93].

Отже, дослідження категорії адресата є перспективною багатоаспектною проблемою, розв'язання якої потребує залучення результатів наукових досліджень прагмалінгвістики, соціолінгвістики, комунікативної лінгвістики, граматики, лінгвістики тексту та інших дисциплін.

## SUMMARY

*The article focuses on the differentiation of the terms "hearer" and "addressee". The analysis is performed on the basis of scientific papers on pragma- and sociolinguistics.*

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата // Изв. АН СССР. Сер. Лит. и яз. – 1981. – Т.40. – № 4. – С.356-367.
2. Аллен Дж. Ф., Перро Р. Выявление коммуникативного намерения, содержащегося в высказывании // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 322-362.
3. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК "Гнозис", 2003. – 278 с.
4. Стросон П.Ф. Намерение и конвенция в речевых актах // Новое в зарубежной лингвистике. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 130-150.
5. Федосюк М.Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкознания. – 1997. – № 5. – С. 102-120.
6. Шевченко И.С. Историческая динамика прагматики предложения: английское вопросительное предложение 16-20 вв. – Харьков: Константа, 1998. – 167 с.
7. Кларк К.К., Карлсон Т.Б. Слушающие и речевой акт // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 270-321.
8. Почепцов 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.
9. 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.
10. Почепцов Г.Г. О коммуникативной типологии адресата // Речевые акты в лингвистике и методике. – Пятигорск: ПГПИИЯ. – 1986. – С. 10-17.
11. Красных В.В. "Свой" среди "чужих": миф или реальность?. – М.: ИТДГК "Гнозис", 2003. – 375 с.
12. Бацевич Ф.С. Основы комунікативної лінгвістики. – К.: Видавничий центр "Академія", 2004. – 344 с.
13. Труфанова И.В. Образ слушающего в языке // Филологические науки. – 1997. – № 2. – С. 98-104.
14. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 421 с.
15. Воробьева О.П. Лингвистические аспекты адресованности художественного текста (одноязычная и межъязычная коммуникация): Дис... д-ра филол. наук. – М., 1993. – 382 с.
16. Карпчук Н.П. Адресованість у законодавчому дискурсі // Науковий вісник ВДУ. – 2001. – № 13. – С. 168-172.
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 поход. – М.: Рус. яз., 2002. – 216 с.
20. Солощук Л.В. Невербальные компоненты коммуникации и дискурс // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В.Н.Каразіна. – 2002. – № 567. – С. 209-212.
21. Гак В.Г. Прагматика, узус и грамматика речи // Иностранные языки в школе. – 1982. – № 5. – С.11-17.
22. Романишин Н.І. Структурні, семантичні та комунікативно-прагматичні особливості інтрасуб'єктних мовленнєвих актів (на матеріалі англійської мови): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Львівськ. нац. ун-т ім. І.Франка. – Львів, 2003. – 22 с.
23. Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1. – С. 37-67.
24. Крысин Л.П. Социальный компонент в семантике языковых единиц // Влияние социальных факторов на функционирование и развитие языка. – М.: Наука. – 1988. – С. 124-143.
25. Гак В.Г. Речевые рефлексы с речевыми словами // Логический анализ языка. Язык речевых действий. – М.: Наука. – 1994. – С. 6-10.
26. Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М.: Прогресс, 1974. – 447 с.
27. Петрова Т.А. Апеллятивность как тип коммуникативной номинации // Типология номинаций современного английского языка. – Уфа: БашГУ, 1985. – С. 92-95.