

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ АДРЕСАТОМ ТА АДРЕСАНТОМ ЯК ВИЯВ ТЕКСТОВОЇ РІВНОВАГИ У ФАРМАЦЕВТИНОМУ ТЕКСТІ-ІНСТРУКЦІЇ ДО ЛІКАРСЬКОГО ПРЕПАРАТУ

Стаття присвячена дослідженню взаємозв'язку між адресатом та адресантом у фармацевтичному тексті-інструкції до лікарського препарату. З'ясовано особливості вияву текстової рівноваги при відтворенні та зіставленні образів адресантів та адресатів.

Ключові слова: фармацевтичний текст-інструкція, інтертекстуальність, адресант, адресат, текстовий корпус, текстова рівновага.

Фармацевтичні тексти-інструкції, які додають до лікарських препаратів, до цього часу залишаються найменш дослідженими серед різних типів текстів медико-фармацевтичного дискурсу. Як і будь-які інші тексти, вони мають свого адресанта і призначені для певного адресата. Тому актуальним на сьогодні залишається з'ясування взаємозв'язку між адресатом і адресантом як вияву текстової рівноваги у фармацевтичному тексті-інструкції. Об'єктом дослідження є відтворення образів адресата і адресанта у фармацевтичному тексті інструкції, а предметом – зв'язок між ними.

Фармацевтичні тексти призначені переважно для кваліфікованих адресатів, представлених або фахівцями у галузі медицини, або ж фахівцями у суміжних з медициною галузях. Адресатами фармацевтичних текстів, зокрема окремих текстових фрагментів, можуть бути і некваліфіковані користувачі – пацієнти (хворі). Площиною, яка відмежовує адресантів від адресатів, слугує текстовий корпус. У цій площині відбувається заломлення, фіксація та репрезентація необхідної інформації, яка базується на інтенціях адресанта (адресантів): адресант визначає структуру тексту, його компоненти, характер сегментації та послідовність викладу інформації. Адресант заздалегідь враховує фактор адресата. Текст, особливо такий специфічний як фармацевтичний, не може бути створений для абстрактного споживача, адже він призначений для конкретного адресата.

Визначення автора (адресанта) фармацевтичних текстів становить певні труднощі. Проблема авторства не нова. В останні десятиліття триває пошук і виявлення характерних структур авторської мови. Авторство можна віднести до системотвірних категорій. Системотвірними вважаються найбільш загальні, обов'язкові ознаки, за якими ми визначаємо текст. Окрім авторства, до таких категорій належать адресатність, інформативність, а також інтертекстуальність. У «Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка» (за редакцією М. Кожіної) інтертекстуальність визначено як текстову категорію, яка «відображає співвіднесеність одного тексту з іншими, діалогічну взаємодію текстів у процесі їх функціонування і забезпечує прирощення смислу твору» [6, 104]. Кожен текст обов'язково пов'язаний з уже наявними текстами, а, отже, не може виникнути на порожньому місці. Вчений-лінгвіст Ю. С. Степанов визначає інтертекст як явище схрещування, контамінації текстів двох або більше авторів (а також таких, що не мають власного автора) [7, 3], при цьому інтертекстуальність витлумачують як зв'язок між двома художніми текстами, що належать різним авторам, а у часовому відношенні визначені як попередній та наступний (або «той, що створено раніше» і «той, що створено пізніше» [5, 51]. Інтертекстуальність – це різнобічний зв'язок тексту з іншими текстами за змістом, жанрово-стилістичними особливостями, структурою, формально-знаковим вираженням. Усе, що було вже сказано, написано, є підґрунтям, необхідною передумовою й умовою існування для знову створюваних вербальних текстів, а отже, є системотвірним чинником мовотворчості.

Відповідно до останніх лінгвістичних досліджень, інтертекстуальність властива кожному тексту і кожен текст є інтертекстом. Інтертекстуальність може виявлятися у використанні прецедентних текстів – потенційно автономних смислових блоків мовленнєвого твору, які актуалізують значущу для автора фонову інформацію і апелюють до «культурної пам'яті» читача. Прецедентний текст характеризується ознаками автосемантичності, дейктичності до реінтерпретованості, тобто багаторазової повторюваності в інтертекстуальному ряду.

У випадку художньої комунікації асоціативна природа художнього тексту сприяє реалізації авторської інтенційної інтертекстуальності в процесі взаємодії двох мовних картин світу – письменника й читача. В художній комунікації інтертекстуальність не має певних обмежень (притаманних взаємодії наукових текстів), бо дуже часто форма художнього тексту стає вираженням його змісту.

Комунікативно-прагматична специфіка наукової мови зумовлює інший характер мовного вираження міжтекстової взаємодії. У науковій комунікації неможливе існування прихованих, завуальованих натяків і має бути повна визначеність і однозначність у розрізненні свого й чужого знання. Тому в науковому викладі представлені тільки експліцитні та квазіекспліцитні маркери інтертекстуальності (цитати, виділені лапками

або додатковими графічними засобами, непряма мова, фонові покликання, бібліографічний апарат, примітки, додатки і таке інше). У науковій комунікації інтертекстуальність виступає як універсальний принцип побудови тексту на рівні змісту, оскільки всякий твір ретроспективно й проспективно пов'язаний з іншими дослідженнями й виступає як своєрідний мікротекст у загальнонауковому макротексті. Згідно з законом наступності знань кожен новий науковий текст включений у складний механізм, який здійснює як збереження знання, так і спілкування людей, які створили це знання. Як уважає Л. Славгородська, науковий текст «лежить на перетині двох комунікативних ланцюгів: від одного вченого до іншого й від одного етапу в розвитку галузі знань – до наступного» [6, 107]. Звертаючись до фонду вже створених текстів, суб'єкт пізнання знаходить у ньому імпульс для власної творчості, для створення нових текстів. Отже, інтертекстуальність, авторство та адресатність є системотвірними категоріями, які тісно пов'язані між собою.

Фармацевтичні тексти не містять прямих вказівок стосовно авторства. Наявні лише назви фармацевтичних компаній, фірм, які здійснюють випуск відповідних препаратів, наприклад: ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я»; ЗАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»; ЗАТ «Технолог»; «Пліва Краків» Фармацевтичний Завод АТ; Берінгер Інгельхайм Еллас АЕ; КУСУМ ХЕЛТХКЕР ПБТ ЛТД; ВАТ «Фармак»; ЗАТ НВЦ «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод» та інші. Можна припустити, що авторство таких текстів є колективним, а образ автора візуалізується у зв'язку з категорією інтертекстуальності на підставі різних текстів суміжних галузей науки.

При дослідженні дискурсивних форм з'ясовано, що фармацевтичні тексти мають науковий характер, а також ознаки підстилів експериментально-природничих наук, зокрема медицини та фармації. Одночасно простежуються чіткі ознаки біохімії, біофізики, мікробіології. Пошук адресантів фармацевтичних текстів спирається на результати дослідження дискурсивних форм у плані їх підстильових характеристик. Фізіологічні особливості, метаболізм (анаболізм та катаболізм) нових речовин в організмі вивчають біохіміки, залучаючи окремі методи біофізики. Клінічні дослідження ефективності нового препарату, який розглядається як перспективний для запровадження у медичній практиці, є досить тривалими та багатоступеневими і передбачають численні дослідження на лабораторних тваринах. Все це репрезентовано в науковому стилі, підстилі фармакології.

Фармацевтичні тексти, визначені переважно як наукові, створюються фахівцями для використання такими ж фахівцями у клінічній повсякденній практиці. Тому між адресантом і адресатом фармацевтичних текстів існує умовна тотожність. І адресат, і адресант зазвичай є фахівцями тієї самої або суміжних галузей медицини. Проте адресанти – це переважно науковці, експериментатори, дослідники. Адресати ж представлені здебільшого практиками-клініцистами, які користуються науковим надбанням для здійснення практичного лікування в амбулаторних, клінічних умовах.

Імплицитний зв'язок автора тексту з адресатом впливає з відмінностей у ситуаціях, в яких перебувають обидва учасники писемного спілкування. У процесі створення тексту автор повинен обов'язково передбачити, чи буде думка, на яку він спирається, та форма її втілення зрозумілими адресатові, чи містить вона достатню кількість нової інформації, чи відповідає його запитам (професійним, естетичним тощо). Позиція адресанта щодо тексту виявляє подвійні ознаки. З одного боку, і автор, і реципієнт перебувають поза текстом, не ототожнюються з ним і належать до позатекстового предметного світу, а з другого – тією чи іншою мірою представлені в тексті [4, 48–49].

Необхідно звернути увагу на те, що текст, створений колективом авторів, у більшості випадків сприймається адресатом як текст одного автора [4, 50]. Варто застерегти від можливої помилки сприймати фармацевтичний текст як моноавторський. Процес формування фармацевтичного тексту фактично віддзеркалює основні етапи експериментальних, лабораторних, клінічних досліджень, які здійснюються за участю багатьох фахівців з різних галузей.

Якщо спробувати простежити процес створення фармацевтичного тексту, то на початковому, дотекстовому, етапі експериментальних досліджень задіяні лабораторні тварини, які є первинним **джерелом** інформації щодо фізіологічної активності нової речовини. Отримана на цьому етапі інформація екстраполюється на людину – хворого, який є джерелом необхідної інформації під час клінічних випробувань. Набута інформація обробляється та інтерпретується дослідниками (мікробіологами, біофізиками та біохіміками). Але остаточна обробка та інтерпретація здійснюються фармацевтами й лікарями. Інтерпретована інформація слугує будівельним матеріалом для створення текстового корпусу, що схематично можна зобразити у вигляді площини, яка відмежовує адресантів від адресатів.

Джерела інформації:

- Лабораторні тварини (первинне джерело інформації)
- Пацієнти (вторинне джерело інформації клінічних випробувань)

↑

<p><u>Адресанти</u></p> <p>Дослідники, науковці, експериментатори: (мікробіологи, біофізики, біохіміки) →</p> <p>↓</p> <p>Фармацевти Лікарі</p>	<p><u>Площина текстового корпусу</u></p> <p>→</p>	<p><u>Адресати</u></p> <p>Практики-клініцисти</p> <p>Фармацевти Лікарі</p> <p>Пацієнти (хворі)</p>
---	---	--

При порівнянні адресантів та адресатів, які розділені площиною тексту, простежується деяка асиметрія, яка викликана тим, що пацієнт (хворий, що застосовує препарат) є у певному наближенні адресатом, але не є адресантом (він може бути лише джерелом інформації).

Отже, наведені вище погляди на текст як на вісь (площину) симетрії дозволяють відтворити модель (або образ) адресанта, який виступає творцем тексту. При відтворенні образів адресантів та адресатів у наукових текстах загалом можна зробити припущення про існування певної текстової рівноваги, яка зумовлена симетрією між адресантами та адресатами. Вісню, а точніше площиною симетрії слугує текстовий корпус, який віддзеркалює у собі як адресантів, так і адресатів. Абсолютна симетрія спостерігається тоді, коли має місце тотожність між адресатами у межах одного тексту.

Отже, система адресатів фармацевтичних текстів-інструкцій (практики-клініцисти, фармацевти, лікарі, пацієнти-хворі) дозволяє відтворити адресантів (дослідники, науковці, експериментатори, фармацевти, лікарі). В результаті відтворення системи адресантів є можливість дослідити текстову рівновагу фармацевтичних текстів, яка зумовлена взаємозв'язком між адресантом та адресатом. Фармацевтичні тексти характеризуються несиметричною рівновагою, оскільки адресат-пацієнт (хворий) не має свого відповідника серед адресантів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Боцман А. В. Структурно-семантичні та прагматичні особливості фармацевтичних текстів (на матеріалі англомовних інструкцій до вживання лікарських препаратів) : автореф. дис. ... канд. філол. наук / А. В. Боцман. – К., 2006. – 10 с.
2. Левицкий А. Э. Функциональные подходы к классификации единиц современного английского языка : монография / Левицкий А. Э. – К. : Изд-во Киевского гос. лингвистического ун-та, 1998. – 362 с.
3. Минский М. А. Фреймы для представления знаний : монография / Минский М. А. – М. : Энергия, 1979. – 152 с.
4. Пазинич О. М. Фактор адресата у дипломатичному листуванні / Пазинич О. М. // Мовознавство. – 2001. – №2. – С. 48–53.
5. Солодуб Ю. П. Интертекстуальность как лингвистическая проблема / Солодуб Ю. П. // Филологические науки. – 2000. – №2. – С. 51–57.
6. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной; члены редколлегии: Е. А. Баженова, М. П. Котюрова, А. П. Сковородников. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 696 с.
7. Степанов Ю. С. “Интертекст”, “интернет”, “интерсубъект” (К основам сравнительной концептологии) / Степанов Ю. С. // Изв. АН. Сер. лит.-ры и языка. – 2001. – Т. 60. – №1. – С. 3–11.
8. Хмелев Д. В. Распознавание автора текста с использованием цепей А. А. Маркова / Хмелев Д. В. // Вестник Московского ун-та. Серия 9 : Филология. – 2000. – №2. – С. 115–126.

Статья посвящена исследованию взаимосвязи между адресатом и адресантом фармацевтического текста-инструкции к медицинскому препарату. Определены особенности выявления текстового равновесия при обозначении и сопоставлении образов адресантов и адресатов.

Ключевые слова: фармацевтический текст-инструкция, адресант, адресат, интертекстуальность, текстовый корпус, текстовое равновесие.

An article is devoted to researching of correlation between addressee and receiver in pharmaceutical text-instruction to the medical preparation. There are found out peculiarities of text balance expression at reproducing and collation of addressees and receivers forms.

The main words pharmaceutical text instruction, receiver, addressee, text trunk, text balance.