

Мартинюк О. М.,

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

ВИРАЖЕННЯ АКТАНТА-АДРЕСАТА У ФРАНЦУЗЬКОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ МОВЛЕННІ

Статтю присвячено дослідженню мовленнєвих особливостей вираження актантів, які позначають адресата комунікації.

Ключові слова: *актант-адресат, діалог, адресант, процес комунікації.*

Статья посвящена исследованию речевых особенностей выражения актантов, обозначающих адресата коммуникации.

Ключевые слова: *актант-адресат, диалог, адресант, процесс коммуникации.*

The article deals with the speech features of the actants expression designating the addressee of communication.

Keywords: *actant-addressee, dialogue, sender, the communication process.*

Однією з найважливіших проблем сучасної лінгвістики виступає дослідження комунікативної взаємодії індивідів, орієнтоване на їхнє діалогічне взаєморозуміння у співвідношенні з параметрами мови, середовища і культури. У зв'язку з цим дослідження фактору адресата, як одного із головних антропокомпонентів комунікативного акту, набуває особливої актуальності [1; 5; 6; 11].

Під адресатом мовлення ми розуміємо активного суб'єкта комунікації, здатного сприйняти, інтерпретувати певне повідомлення та відреагувати на нього, відповідно до особистих прагнень та ціленастанов. Характерною рисою діалогічного дискурсу як способу міжособистісної взаємодії є постійна зміна комунікативних ролей адресанта та адресата [6; 14], що віддзеркалює динаміку плану відносин двох головних антропокомпонентів акту комунікації.

Прагматичний підхід у вивченні ролі фактору адресата в мовленнєвому спілкуванні зв'язується з поняттям "інтерпретатор". При побудові висловлювання мовець враховує здатність адресата інтерпретувати це висловлювання. Адресат – це не просто комунікант, якому безпосередньо спрямований вислів, це – інтерпретатор повідомлення, що застосовує правила ведення розмови і спирається на співвіднесення знаків, що використовує мовець, зі своїм "Я" і на семантику висловлювання. У процесі спілкування здійснюється інтерпретація обставин спілкування, ситуації (включаючи інтерпретацію висловлювання) і перетворення ситуації ("хід" спілкування мовця). Інтерпретація здійснюється на тлі інформаційного запасу, включаючи комунікативні знання, в результаті чого виявляються схеми прагматичних видів інтерпретації та можливості їх заповнення. Адекватне розуміння адресатом сенсу висловлювання – це не розшифровка задуму, а його інтерпретація на основі знань інтерпретатора.

На думку прихильників соціолінгвістичного підходу [2; 5] незаперечним є факт впливу культури, вірувань, звичаїв, екстралінгвістичної ситуації на розподіл комунікативних ролей між учасниками інтеракцій та їх взаємовплив. Однак той факт, що мовець і адресат не просто відображають і передають мови спілкування у висловлюваннях, а творчо інтерпретують їх, спираючись на свої знання, є відсутньою ланкою в трактуванні чинників адресата і мовця прихильниками соціолінгвістичного підходу.

Спосіб представлення сенсу оцінки адресата в лексико-граматичній структурі речення, а також вибір типу комунікативного акту визначаються не тільки мовцем, ситуацією спілкування, але й адресатом: його соціальним статусом, статтю, віком. Оціночна пропозиція може не називати ці фактори, вона лише передає уявлення про них мовцю при оцінці адресата. Від фактору адресата значною мірою залежить, яким чином учасники комунікації будуть впливати один на одного, здійснювати свою комунікативну та ілюктивну мету, виражати експліцитно чи імпліцитно свої наміри. Невіддільність адресата від мовного твору зумовлена трьома чинниками: 1) зв'язком адресата з перлюктивним ефектом; 2) ігровим принципом мовлення, постійно змінює місцями співрозмовників і створює інвертованого адресата; 3) приналежністю мовного акту до сфери міжособистісних відносин [2, с. 361].

Якщо обидва комуніканти стоять на одному щаблі соціальної драбини або хоча б на поруч розташованих щаблях, то можливість успішного комунікативного акту підвищується. Якщо соціальна дистанція значна, тоді ймовірність успішного комунікативного акту зводиться до мінімуму. Виняток можуть скласти випадки пресконференцій або виходу влади в народ. Різниця в соціальному становищі потенційних комунікантів визначає і комунікативну дистанцію між ними. В умовах сучасного суспільства формалізація спілкування між представниками різних соціальних верств носить особливо виражений характер. Соціальна дистанція є динамічною, проте нівелювання дистанціювання, як правило, є прерогативою вищого учасника комунікації.

Безперечно, процес комунікації, що має місце в певному суспільстві, підпорядковується етнічним і соціокультурним нормам спілкування, які виступають загальноприйнятими в одному культурному середовищі і абсолютно не позначені в іншому. Вони сприяють встановленню міжособистісних контактів і управлінню рівнем відносин комунікантів в процесі будь-якої комунікації.

Звертання не тільки називає адресата мовлення, але є також індикатором міжособистісних відносин, позначаючи типове відносно положення адресанта і адресата відносно один одного і соціальної групи в цілому. Тобто, звертання відображає рольові функції комунікантів, висловлюючи рівність чи нерівність суспільного становища учасників мовлення, співвідношення їх віку, статі, ступінь їх знайомства, що доводить залежність

вибору звертання від сфери спілкування комунікантів: від підкреслено офіційного до фамільярного чи інтимного. Згідно з використаними в соціолінгвістиці прийомами аналізу відправною точкою розгляду досліджень служить соціальна група. Наслідком зміни соціальної ролі є варіювання тих чи інших форм комунікації, що відбиваються у виборі різної тональності (підвищеної, нейтральної, повсякденної, фамільярної) і ступеня емоційної забарвленості спілкування. Наприклад, у розмові двох закоханих домінує спокійний тон та позитивне ставлення один до одного: *Devant la chambre de Bénédicte, il retint un instant sa main dans la sienne:*

– *Heureuse, petite amie?*

– *Est-ce que cela ne se voit pas ?*

– *Si, votre bonheur vous rend encore plus jolie* (Jaunière; p. 326).

Висловлювання з позначенням емоційного стану адресата в діалогічній взаємодії мають природу прагматичну і значущу з точки зору організації діяльничої інтеракції в діалозі. Іншими словами, позначення емоційного стану адресата в діалогічній комунікації отримують певне оформлення і входять в систему семантики діалогу не тому, що вони якимось абстрактним від мовної діяльності способом відображаються як об'єктивна реальність, а тому, що їх номінація інтерактивно необхідна для організації діалогу як оптимально координаційної взаємодії.

Аналіз діалогічного матеріалу показує, що мотивом вживання висловлювання розглянутого типу є не просто констатувати (з невизначеною психологічною мотивацією) дійсне або передбачити емоційний стан партнера, але й спонукати партнера до певної дії, а також прийняти певне уявлення про дії та властивості особистості мовця, усвідомити їх відповідність певним нормам і правилам.

Висловлювання діалогічного дискурсу з позначенням емоційного стану адресата є засобом такого логічного та емоційно-оцінного впливу на партнера по діалогу, яке спрямоване на досягнення комунікативних та позакомунікативних цілей діалогу як системи координаційної інтеракції діяльностей його учасників.

Оскільки будь-яка комунікація маніпулятивна [3, с. 14], вербальна агресія з боку адресата має на меті змінити емоційно-інтенційний стан адресанта шляхом невизнання його точки зору. Така реакція-неприйняття може бути представлена директивно:

– *Tu as honte de moi, c'est ça?*

– *Honte de toi !*

– *T'aimerais mieux ne pas me montrer. Tu trouves que je ne sais pas m'habiller !*

– *Voyons ! Calme-toi.*

– *Tu oses me demander de me calmer !* (Pratte; p. 210).

Як зазначає В. Г. Байков, вербальна агресія компенсує слабкість аргументації шляхом "нападу", що, як правило, призводить до респонсивного "акту агресії" [3, с. 11].

Емоційний стан комунікантів може призвести до того, що адресант не цілком послідовно і логічно викладе свої думки, через що семантична та формально-граматична структура пропозиції виявляється порушеною. Для інтерактивного акту, який реалізується в діалозі, характерна деяка еліптичність, відсутність синтаксичних компонентів як у питанні, так і у відповіді. Це пояснюється, тим, що пропозиційний зміст і попередня умова відомі в тій чи іншій мірі обом комунікантам, і немає необхідності в додаткових обґрунтуванні та моделюванні цих пропозицій і умов. Позамовний контекст сам відбирає учасників мовного акту, сам розміщує їх у мовну ситуацію, сам створює пропозиційні умови. Адресанту та адресату залишається тільки відібрати необхідний набір мовних і немовних засобів та реалізувати їх.

Особливу роль у поповненні вербального еліпсису відіграють паралінгвістичні засоби, зміст яких зрозумілий кожному учаснику мовного акту і які легко розшифровуються на основі конвенціональних значень, зафіксованих у соціумі за цим знаком. У цьому плані всі паралінгвістичні засоби необхідно розглядати як спосіб компенсації еліптичних елементів мовної структури.

Таким чином, успішна реалізація діалогу залежить не тільки від бажання адресанта дізнатися про щось необхідне, але і від бажання адресата дати відповідь на поставлене запитання, а також від конкретної комунікативної ситуації, обумовленої такими екстралінгвістичними факторами, як соціальне становище комунікантів, характер їх ставлення один до одного, рівень розвитку, особливості національного менталітету, місце і час комунікативного акту.

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) [8, с. 12].

Проте комунікаційний процес не завжди буває ефективним, оскільки інформація при її передачі може викривлятися або втрачатися, що спричинятиме її неправильне розуміння і, як наслідок, прийняття неправильного рішення.

На сприйняття інформації актантом-адресатом впливає багато чинників, які залежать як від його власних характеристик (рівень знань, емоційно-психологічний стан, вік), так і від стану середовища передачі інформації (організаційні, технічні перешкоди тощо). Тому мовець (відправник інформації) мусить впевнитися у тому, що повідомлення сприйнято і осмислено адресатом саме так, як передбачалося. Для цього невід'ємним елементом комунікаційного процесу має бути зворотний зв'язок. Він значно зменшує чи усуває можливе спотворення інформації внаслідок так званого "шуму" ("шумом" вважається і неухважність співрозмовника, і наявність інших джерел інформації, і поганий технічний стан каналів зв'язку і специфіка стосунків "керівник-підлеглий" тощо), наприклад: *J'ai su par la suite que Béatrice avait appelé les gendarmes.*

– *Quel âge a donc votre fils ?*

– *Mais il s'agit de mon mari !*

– *Et alors quoi, ça ne vous est jamais arrivé qu'il ne soit rentré qu'au petit matin, votre mari ?* (Borgo; p. 163).

Вербальна комунікація вимагає щонайменше двох учасників: мовця та співрозмовника, якому особа, щось говорить, адресує мовлення. В значній кількості мовленнєвих проявів є спеціальні засоби формального вираження адресата мовлення. Серед найчастіше згадуваних необхідно назвати: форми звертання, виражені власними іменами чи займенниками, та форми дієслів – у наказовому способі (2-а особи однини та 2-а та 1-а особи множини): *Jetez-les dans le cendrier* (Caurot, p. 48); *Va te passer un peu d'eau* (Caurot, p. 48).

Адресованість виявляється також і як мовне явище. Ю. Д. Апресян [1] вважає, що образ адресата (слухача) здійснює значний вплив на певні елементи мови, наприклад, у значеннях дієслів знаходять 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 [10, с. 129-130]. З точки зору граматики, адресат, поряд з мовцем та об'єктом, виступає як октант дієслів мовлення [9].

Традиційна модель комунікації *адресант – повідомлення – адресат* віддзеркалює суттєвість фактору адресата. Фактор адресата (слухача) входить до поняття іллокутивної сили висловлювання. Він визначає комунікативність мовленнєвого акту. Аналіз теорії мовленнєвих актів стосовно позиції адресата в діалозі засвідчує, що іллокутивний ефект передбачає присутність слухача, який адекватно розуміє повідомлення, а перлокутивний ефект – реагуючого адресата. Реагування може експлікуватися у вербальній, невербальній та комбінованій формах.

Аналізуючи участь кожного із членів опозиції “мовець – адресат” у комунікативному аспекті, ми можемо висловити думку про нерівновагу цих комунікативних опозицій. У мовленнєвому акті мовець представлений завжди, а адресат не завжди. Присутність / відсутність адресата є відмінною ознакою визначення монологічного / діалогічного мовлення.

Розбіжність між слухачем та реагуючим адресатом відіграє важливу роль при співвіднесенні вербального явища до мови та мовлення. Як відмічає М. М. Бахтін, ті відношення, які існують між репліками діалогу, – відношення питання-відповіді, ствердження-заперечення, ствердження-згоди, пропонування-прийняття, наказу-виконання і т. п. – неможливі між одиницями мови. Ці відношення можливі лише між висловлюваннями різних мовленнєвих суб'єктів та передбачають інших членів мовленнєвого спілкування [4, с. 264].

Н. Д. Арутюнова, стверджуючи, що перехід до мовленнєвого реагування перетворює одержувача мовлення у мовця та підкреслюючи розбіжності між мовцем-привідником та мовцем-відповідачем, виділяє два типи мовленнєвих тактик: наступальну та захисну. Дослідниця вважає, що захисні реакції невід'ємні від позиції адресата. Згідно з точкою зору науковця, вивчення захисних реакцій виявляє розбіжності у відношенні прагматичної ситуації до мовленнєвої діяльності та інтересів мовця і адресата [2, с. 359].

Адресат постає як сприймаючий об'єкт та реагуючий суб'єкт комунікації, мовленнєвий акт якого залежить від мовленнєвого акту мовця, хоча адресат не є пасивним об'єктом мовленнєвої взаємодії. Його висловлювання значною мірою впливають на вибір мовленнєвих засобів, які будуть ужиті мовцем. Наприклад: ... *il dit, ironique: -Belle Edmée, votre état est bien difficile. Entre vos deux cavaliers, saurez-vous choisir celui qui vous sauvera de l'autre ? Elle reprit un peu d'aplomb pour répliquer en riant : -Je me garderai bien de choisir. On m'a trop répété que les garçons de bussières portaient malheur aux filles de Beautertre. Ce soir, je vous prends tous les deux pour me protéger* (Jaunière ; p. 110).

Ефективність комунікації визначається тим, наскільки вона допомагає вплинути на поведінку адресата у бажаному напрямку. Це досягається завдяки здійсненню комунікацій з урахуванням деяких аспектів психології людини. Жодна людина в ролі отримувача не відчуває і не сприймає зміст повідомлення точно так, як його замислив відправник, навіть якщо він і виражається гранично ясно. Через систему зворотного зв'язку варто переконатися, що співрозмовник сприйняв інформацію саме так, як її передавали. Зворотний зв'язок може бути як вербальним (підтвердження розуміння інформації через обмін репліками), так і невербальним (вираз очей, жести тощо). Він дає змогу встановити міру розуміння співрозмовником повідомлення, довіру до нього і згоди з ним, а отже, зменшує ризик прийняття ним неправильних рішень щодо наступних дій.

Таким чином, 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.

Література:

1. Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания / Ю. Д. Апресян // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1. – С. 37-67.
2. Арутюнова Н. Д. Фактор адресата / Н. Д. Арутюнова // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1981. – Т. 40. – № 4. – С. 356-367.
3. Байков В. Г. “Агрессия” и “толерантность”: две стороны речевого воздействия / В. Г. Байков // Актуальні проблеми вивчення мови та мовлення, міжособової та міжкультурної комунікації : Зб. наук. праць. – Харків : Константа, 1996. – С. 11-14.
4. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М. : Искусство, 1979. – 423 с.
5. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики / Ф. С. Бацевич. – К. : Видавничий центр “Академія”, 2004. – 344 с.
6. Богданов В. В. Функции вербальных и невербальных компонентов в речевом общении / В. В. Богданов // Языковое общение: единицы и регулятивы : Межвуз. сб. научн. тр. – Калинин: Калининск. гос. ун-т. – 1987. – С. 18-25.

7. Воробьева О. П. Текстовые категории и фактор адресата / О. П. Воробьева. – К. : Вища школа, 1993. – 200 с.
8. Гак В. Г. Прагматика, узус и граматика речи / В. Г. Гак // Иностранные языки в школе. – 1982. – № 5. – С.11-17.
9. Гак В. Г. Речевые рефлексы с речевыми словами / В. Г. Гак // Логический анализ языка. Язык речевых действий. – М. : Наука. – 1994. – С. 6-10.
10. Крысин Л. П. Социальный компонент в семантике языковых единиц / Л. П. Крысин // Влияние социальных факторов на функционирование и развитие языка. – М. : Наука. – 1988. – С. 124-143.
11. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – С. 602-616.
12. Труфанова И. В. Образ слушающего в языке / И. В. Труфанова // Филологические науки. – 1997. – № 2. – С. 98-104.
13. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н. И. Формановская. – М. : Рус. яз., 2002. – 216 с.
14. Feuillard C. A propos des fonctions syntaxique / Colette Feuillard // La linguistique. – 2009. – Vol. 45/2. – P. 158-167.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Borgo Ph. P. Le second souffle / Ph. P. di Borgo. – P. : Bayard, 2011. – 283 p.
2. Cayrol J. L'espace d'une nuit / Jean Cayrol. – P. : Editions du Seuil, 1954. – 173 p.
3. Pratte J. Les persiennes / Josette Pratte. – P. : Ed. Robert Lafont, 1985. – 315 p.
4. Jaunière Cl. La sixième fenêtre / Cl. Jaunière. – P. : Tallandier, 1972. – 316 p.