

СПЕЦИФІКА КАТЕГОРІЙ "АДРЕСАНТ" І "АДРЕСАТ" У ПРОФЕСІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Колесникова Ірина Анатоліївна,

канд. філол. наук, доц.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Стаття присвячена аналізу специфіки категорій "адресант" і "адресат" у професійному дискурсі і визначенню кваліфікаційних ознак цих категорій. Пропонується характеристика типів адресантів і адресатів у цьому дискурсі, отримана в результаті вивчення спеціальних українських, англійських та російських текстів.

Ключові слова: категорія, адресант, адресат, кваліфікаційні ознаки, професійний дискурс.

Традиційно типи *адресантів* у дискурсійній практиці поділяють на *колективний* (два автори тексту або колектив авторів); *невідомий* (через значну часову віддаленість режимів породження й інтерпретації інформації); *неактуальний* (коли автор не потребує актуалізації – рекламний, юридичний, релігійний та інші типи текстів); *узагальнений* (народна творчість, автор функція якої співвідноситься з колективним носієм етнічної свідомості), *містифікований* (відчуження від реального автора) [Селіванова 2006, 512]. Таку класифікацію навряд чи можна екстраполювати на професійний дискурс, оскільки це є принципово інший дискурс як за метою, так і за результатами комунікації, тому вивчення специфіки категорій "адресант" і "адресат" у цьому дискурсі є актуальним.

Позиція мовної особистості як *адресанта* реалізується у професійному дискурсі на двох рівнях: змістовому (професійний погляд на проблему) та формальному (мовне оформлення думки), причому в останньому це віддзеркалюється в структурі тексту, стилі, у виборі мовних і позамовних засобів номінації і т. ін. Відповідно до відомого висловлювання Ж.-Л. Бюффона ("Стиль – це є сама людина"), можна припустити, що професійний ідіостиль (як мовна практика окремого індивіда-фахівця) існує так само, як й ідіостиль окремого письменника (як сукупність формальних і стилістичних ознак), тільки формується він у набагато складних умовах. У художньому дискурсі *адресант* може вільно, необмежено користуватися лексикою національної мови, будь-якими образними засобами, а при необхідності вжити й чужорідні елементи, наприклад, екзотизми чи варваризми, або створити авторські неологізми. При цьому не слід забувати, що автор художнього твору є певною мірою фахівцем–лінгвістом. У професійному дискурсі мовець нерідко змушений самотійно номінувати те, що до нього названо не було, але на відміну від письменника він не є фахівцем лінгвістом.

Адресант виступає як *колективний* за умови, коли авторами тексту виступають дві особи чи колектив авторів. *Колективним* можна вважати *адресанта* і тоді, коли аналогічні результати дослідження отримані різними вченими одночасно чи з незначним часовим інтервалом, при цьому результат дослідження фіксується у відповідних термінах.

Існує думка, що у професійному дискурсі, зокрема у його власне професійній зоні, до якої належить і наукова комунікація, адресант є відстороненим, оскільки "позаособистісний характер наукової комунікації виявляється у майже повному підпорядкуванні індивідуально-стильового нормативу функціонально-стильовому, жанровому, вида-

вничому і т. ін., колективним нормам" [Рибачок 2003, 168]. Однак таке нівелювання мовної особистості адресанта у спеціальному тексті як продукті дискурсу визнати важко, оскільки сама мова не дає можливості цього зробити: антропоцентричний аспект реалізується через вибір вставних слів, дієслівних форм, авторизованих лексем, емоційно забарвлених слів, структур речень і т. ін. Р. Барт припускає у науковому тексті можливість відсторонення адресанта не як мовної особистості, а як власне особистості з її переживаннями, біографією, однак ні в якому випадку як суб'єкта.

У будь-якому висловленні його суб'єкт явно або неявно є присутнім: "чи висловлює він себе відверто та безпосередньо, говорячи "я", чи в інший спосіб, позначаючи себе "він", або зовсім ніяк, користуючись безособовими зворотами" [Барт 1989, 380]. Схожу позицію висловлює представник критичного дискурсу-аналізу М. Фуко, який розглядає дискурс не тільки як особливий спосіб спілкування, а й спосіб світобачення: децентрованість суб'єкта, носія мови, який перебуває під впливом панівної ідеології дискурсу, приймає призначену для нього дискурсивною практикою позицію [Фуко 1996, 121].

Проте таке "демонстративне самоусування суб'єкта" (Р. Барт) нерідко відновлюється активним використанням іншостильових елементів з аксіологічними конотаціями, які ще повніше, порівняно з легалізацією особи адресанта, розкривають його мовну особистість, що примушує визнати справедливості важливої думки О. Селіванової про те, що "мова може бути виключно індивідуальною, відкидати стереотипи" [Селіванова 2000, 35]. Отже, обраний адресантом мовний знак відбиває індивідуально-диференційовану мовну поведінку адресанта. Вона яскраво простежується при порівнянні текстів з конкретної тематики, написаних різними авторами, або фрагментів однієї монографії, написаних двома чи більше адресантами.

Якщо пересічний носій мови у загальному спілкуванні користується переважно готовими одиницями (за винятком видатних письменників, ораторів, журналістів, гострословів, дітей та ін.), то у професійному дискурсі він повинен створити мовну "тканину", оскільки мова обслуговує процес виведення спеціального знання, його оформлення за допомогою вербальних і невербальних знаків, що пов'язано з її когнітивною та комунікативною функціями.

Позиція *невідомий адресант*, на відміну від художнього дискурсу, є достатньо рідкісною у професійній комунікації. Такий тип адресанта асоціюється із ситуацією, коли автор професійної назви залишається невідомим або коли важко документально довести пріоритет одного з авторів щодо певного відкриття.

Поняття *невідомий адресант*, *неактуальний адресант*, *узагальнений адресант* художнього дискурсу співвідносяться з поняттям *імперсональність*.

У професійному дискурсі, проте, вони не є тотожними. Професійний дискурс характеризується нестабільністю розвитку окремих сфер професійної діяльності, його залежністю від глобальних змін у соціумі і векторах наукового пізнання. Імперсональність мовця як адресанта (автора спеціального тексту) специфічно реалізується у кожній зоні професійного дискурсу і відповідає різним параметрам аксіологічної шкали. Так, у власне професійній зоні, зокрема у дослідницькому секторі, фактор імперсональності має негативний характер і сприймається як недемократичність умов для професійної та наукової діяльності. У перехідній зоні, зокрема у навчаль-

ному секторі, у якому мова набуває ознак адаптаційної системи, що допомагає у засвоєнні нової інформації, така позиція адресанта вважається актуальною і оцінюється позитивно. У науково-популярному секторі таке свідоме (чи примусове) усунення особи адресанта стає неможливим, оскільки за мовно-жанровими характеристиками науково-популярний текст максимально наближений до тексту художнього.

Домінантною ознакою класифікації типів *адресатів* у професійному дискурсі є фахова компетентність мовця. Можна виділити такі рівні професійної компетенції: *високий* (дослідницький сектор), *середній* (виробничий сектор), *достатній* та *нульовий* (навчальний сектор), що регламентовано характером професійної діяльності мовця, зокрема: продукує нову інформацію (дослідник, виробник-раціоналізатор); актуалізує необхідну інформацію (виробник-виконавець, технолог); використовує інформацію як інструкцію у професійній діяльності (технолог); використовує інформацію для її акумуляції і підготовки до майбутньої професійної діяльності (учень), а також детерміновано її вектором: теоретична та практична діяльність.

Професійне "я" адресанта розкривається через вибір жанру тексту, який репрезентує фахово важливу інформацію, та через вибір засобів номінації. Гармонізація формальних засобів досягається за умови збереження домінанти спеціального тексту – його змісту. Можна виділити такі рівні "присутності" мовця у спеціальному тексті, не виключаючи можливості проміжних та перехідних варіантів, зокрема: *гіперактивний, редукований, нормативний, індіферентний та нульовий*.

Гіперактивний рівень "присутності" мовця в тексті реалізується через нестандартність презентації спеціальної інформації (нове відкриття, нова гіпотеза, теорія, що започатковує новий напрям дослідження чи навіть нову науку і т. ін.) та через суб'єктивний вибір одиниць номінації, тяжіння до оригінальності, введення у текст чужостильових формальних (структурних) фрагментів, використання немотивованих лексем тощо. Оригінальність вирішення фахової проблеми нерідко супроводжується і специфічним мовним оформленням думки з використанням креативних засобів номінації.

Для номінації "незвіданого" мовець або конструює нову лексему (словосполучення), або семантично змінює одиницю рідної чи іноземної мови. Г. Винокур підкреслював, що в кожній мові "поряд зі словами, що вживаються у повсякденній практиці, існують крім того своєрідні "потенційні слова", тобто слова, яких фактично немає, але вони могли б бути, якби цього захотіла історична випадковість", а в нашому випадку – професійна необхідність. Іноді це виявляється у неможливих, здавалось би, зсувах у семантиці давно відомої лексеми, пор.: *ексцес* (у математиці) надлишок трикутника. Такі лексеми по-різному "приживаються" в тому чи іншому професійному інформаційному просторі. Вибір мовної одиниці та її семантичне насичення залежить і від статусу мовця: користувач мови, дослідник-фахівець, етимолог, дослідник-історик мови і т. ін. Роль мовної особистості у професійному дискурсі зводиться не тільки до вибору і трактування фактів об'єктивної дійсності, але й до необхідності їх номінації лексемами конкретної мови. Стикаються об'єктивні (вимоги професійного дискурсу, спеціального тексту, конкретної фахової комунікативної ситуації тощо) та суб'єктивні фактори (особистість адресанта, його мовні можливості і т. ін.). У професійному дискурсі немає того "благоговіння" перед мовою, яке є характерним для талановитих письменників, оскільки на перший план виходить інформаційний аспект.

Цим можна пояснити і відсутність "мовної екології", страху перед мовною помилкою, іноді – недотримання літературних норм. Професіонал-дослідник несе відповідальність, перш за все, за інформацію, яку він презентує.

Учасникам професійного дискурсу (зокрема у наукових дослідженнях) практично доводиться утворювати нові назви, номінувати невідоме чи по-своєму переназивати те, про що говорять інші, не погоджуючись із опонентами. Тому у цьому дискурсі помітні і елементи мовної агресії.

Нормативний, або нейтральний, рівень присутності мовця у спеціальному тексті реалізується в текстах дослідницького, виробничого секторів власне професійної зони дискурсу через вживання кодифікованих терміноодиниць, дотримання норм літературної мови і відповідних стильових параметрів, певний (незначний) ступінь імперсональності адресанта, використання адаптованих до норм мови запозичених одиниць.

Редукований рівень "присутності" мовця як різновид наближається до *нормативного*. Авторська позиція у ньому виявляється через часткове знеособлення адресанта (особовий займенник *ми*, традиційні безособові конструкції), відсутність чи незначну кількість емоційно забарвлених одиниць. Він реалізується у текстах навчального сектора, зокрема у посібниках (для студентів вищих навчальних закладів), оформлених як монографії. Цей рівень яскраво виявляється у текстах псевдопрофесійної зони цього дискурсу, зокрема художніх, у які вкраплено фрагменти спеціального тексту.

Індиферентний рівень "присутності" мовця в спеціальному тексті характеризується рецесивністю позиції адресанта та оцінки адресата, модельованістю (стандартистю) тексту, механічним перенесенням у текст іншомовних професійних назв, зокрема з порушенням норм літературної мови тощо.

Нульовий рівень "присутності" мовця у спеціальному тексті характеризується абсолютною імперсональністю адресанта (довідники, підручники для середньої школи, стереотипні видання), відсутністю креативних засобів номінації.

В узагальненому вигляді типи адресантів можна представити так: *індивідуальний, колективний, актуальний, неактуальний, невідомий, конкретний, ексклюзивний, VIP-адресант; індивідуальний, колективний, конкретний, дистанційований, віртуальний* адресати.

Отже, мовна стратегія адресанта детермінується метою його професійної діяльності як окремої особистості, що намагається виявити себе як фахівця через професійну назву чи текст, зайняти певну нішу у розв'язанні конкретної проблеми і виокремити свій шар інформації. Тактика адресанта визначається професійним і мовним статусом адресата. Вектор мовної діяльності адресанта коригується комунікативною ситуацією, яка складається у професійному спілкуванні і параметри якої залежать від структурної складової професійного дискурсу (зона, сектор).

Стаття посвячена аналізу специфіки категорій "адресант" и "адресат" в профессиональном дискурсе и определению квалификационных признаков этих категорий. Предлагается характеристика типов адресантов и адресатов в этом дискурсе, полученная в результате изучения специальных украинских, английских и русских текстов.

Ключевые слова: *категория, адресант, адресат, квалификационные признаки, профессиональный дискурс.*

The article is dedicated to the analysis of the peculiarities of "addresser" and "recipient" in the professional discourse and to detection of qualifying signs of these categories. The characteristic of types of addressers and recipients in the professional discourse is obtained in the result of investigation of Ukrainian, English and Russian texts.

Key words: *category, addresser, recipient, qualifying signs, professional discourse.*

Література:

1. Барт Р. Избранные работы. Семиотика: Поэтика / Ролан Барт. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
2. Рибачок С.М. Синтаксична когезія і авторська індивідуальність / Мова і культура. – Вип. 6. – Т. III. – Ч. 1. – К.: Вид. дім Дмитра Бураго, 2003. – С. 167–172.
3. Селиванова Е.А. Когнитивная ономазиология / Елена Александровна Селиванова. – К.: Изд-во Украинского фитосоциологического центра, 2000. – 248 с.
4. Селиванова О.О. Сучасна лінгвістика. Напрями і проблеми / Олена Олександрівна Селиванова. – Полтава: Довкілля. – К.: 2006. – 716 С.
5. Фуко М. По ту сторону знания, власти и сексуальности / М. Фуко. – М., 1996. – С. 121.