

9. Словарь современного русского литературного языка: в 17 т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; под ред. В.И. Чернышёва. – М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1950–1960. – Т. 8: О, 1959. – 1840 с.

10. Толковый словарь русского языка: в 4 т. / под ред. Д.Н. Ушакова. – М.: Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935–1940. – Т. 2. – 1040 с.

11. Эпштейн М.Н. От гуманитарных наук к гуманитарным технологиям [Электронный ре-

сурс]. – Режим доступа: <http://rutv.ru/brand/show/episode/156591/viewtype/tag> (дата обращения 23.03.2014)

12. Якимов А.Е. Особенности употребления некоторых топонимов и культура русской речи // Электронный научно-образовательный журнал ВГПУ «Грани познания». – 2011. – №4 (14). – Декабрь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.grani.vspu.ru

УДК 81

Красикова Екатерина Николаевна

кандидат педагогических наук

Соцкая Евгения Викторовна

кандидат филологических наук

Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь
katenika1@rambler.ru; zecya@mail.ru

ФУНКЦИИ ВОКАТИВА В КОММУНИКАЦИИ

В статье по-новому рассматривается проблема определения функций вокатива в коммуникации. Доказывается, что основной коммуникативной функцией вокатива является идентификация адресата речи, наряду с которой он выполняет и другие, не менее важные функции – эмотивную и социально-регулятивную.

Ключевые слова: вокатив, коммуникация, вербальное средство, обращение, функции вокатива.

Вокативы как предмет изучения привлекали многих исследователей. В 50-е гг. XX века они рассматривались только как единицы коммуникации. Но, уже начиная с работ В.П. Проничева [2], в вокативах стали выделять не только коммуникативный, но и номинативный аспект. Позже появилась теория апеллятивации, находящаяся на грани номинации и коммуникации. В данной работе под вокативом понимается «организованное по законам данного языка название реального или предполагаемого адресата речи, используемое в речевом общении с целью привлечь внимание того, к кому речь направлена, вызвать у него определенную реакцию на последовавшее или последующее сообщение или вынудить его к совершению действия, диктуемого коммуникативной ситуацией» [2].

В исследованиях, посвященных обращению, так или иначе подчеркивается его соотносительность с адресатом речи, как номинантом, референтом номинации. На это указывает, например, О. Есперсен, понимая под обращением языковую единицу, называющую того, к кому обращаются с речью. По мнению В.Е. Гольдина, вокатив является главным средством явного выделения адресата, поскольку он специализирован в данной функции. А.В. Велтистова видит основную цель данного языкового явления в обозначении в качестве адресата того, к кому обращена речь, выделяя адресата речи, говорящий называет его по имени или какому-либо другому закреплённому за ним признаку. Обращение позволяет адресату идентифицировать себя как получателя речи. Это дает возможность определить одну из коммуникативных функций вокативов как номинативную [1].

Вокативы также являются важным контактоустанавливающим вербальным средством в различных ситуативных реализациях, которые направлены на привлечение внимания адресата и служат сигналом, символизирующим установление контакта между участниками говорения на начальном этапе коммуникативного акта. При уже установленном взаимодействии между участниками коммуникации, они выступают в роли средств поддержания внимания адресата, а также выполняют контакто-размыкающую функцию на завершающем этапе акта непосредственного общения.

Опираясь на коммуникативные функции вокативов, Б.П. Ардентов определяет их как контактирующее слова, которые выражают «направленность мысли к общению у говорящего и готовность ответить на вопрос собеседника у слушающего» [1, с. 23]. Д. Вундерлих, рассматривая обращение как самостоятельный речевой акт, определял его основную цель как привлечение, поддержание внимания адресата. Этим объясняется, по его мнению, тот факт, что в основе своей обращения инициативны. Той же точки зрения придерживаются В.И. Карасик, В.И. Супрун, Т.Д. Чхетиани и др., указывая, что назначение вокативов в языке – это выполнение «регулятивно-апеллятивной функции», т.е. «коммуникативной установки на контакт» [3, с. 45]. Л.П. Рыжова называет функцию привлечения внимания «вокативной», Н.И. Формановская – «фатической». Кроме того, эту функцию иногда называют «сигнальной» или «контактоустанавливающей» [6].

Неотъемлемой функцией вокативов является не только идентификация адресата речи, им свой-

ственно передача эмоционального состояния говорящего, оценивание адресата речи с точки зрения адресанта. Предметно-логический компонент значения в данном случае оттесняется эмоциональным, оценочным. У эмоциональных вокативов номинативная функция часто оказывается утраченной, они лишь сигнализируют о личностном отношении говорящего к слушающему. Эта функция обращения хорошо видна в следующем примере: мать обращается к своему сыну: «Tom, darling, will you pass me the salt, please». Если первое обращение – имя собственное – служит для идентификации адресата сообщения, то второе «darling» выражает личностное отношение говорящего к собеседнику, но не его характеристику [6].

Определенный интерес представляет исследование Л.М. Карацевой, затрагивающее вопросы специфичности и неоднородности вокативов. Данным автором разработана целая шкала оттенков значений обращений от «Я-высказывания» до обращений-вокативов, не связанных с каким-либо модальным значением, т.е. не выражающих эмоций говорящего. В подобных вокативах прослеживается переход от экспрессии к речи, ориентированной на слушателя. Поэтому стоит также отметить, что разграничение экспрессивной и апеллятивной функций может быть сопряжено с трудностями, так как функциональный статус вокатива зачастую соотносится с ситуацией, в которой разворачивается речь, и идентифицирующие компоненты сочетаются с элементами эмоциональной оценки партнера. В частности Н.Д. Арутюнова указывает на двойственный характер вокатива, который «с одной стороны, позволяет адресату идентифицировать себя как получателя речи. С другой стороны, в апеллятиве часто выражается отношение к адресату говорящего».

Особый лингвистический интерес представляют собой эмоционально насыщенные вокативы «God! My God! Heavens!», которые в современном языке уже не ассоциируются с вокативной функцией для большинства говорящих. Эмоциональная составляющая подобных вокативов выступает значительно четче в сочетании с обращением ко 2-му лицу, как реакции говорящего на слова или действия собеседника, например: «Oh, my lordy, lordy! John? Could it be you? So many years have passed». Однако в устах верующих вокативы данной группы напрямую выполняют апеллятивную функцию, связанную с прямым обращением к Богу, небу, к потусторонним мистическим силам.

Очень интересна позиция Д.А. Штелинга по отношению к разграничению коммуникативных функций вокативов, который отмечает, что, хотя речевая деятельность является совместной актом говорящего и слушающего, естественным центром речевой ситуации является говорящий. В лингвистике уже давно замечено, что отношение гово-

рящего к самому себе незримо присутствует во всех указательных словах. Говорящее лицо в таких словах выражено имплицитно, оно присутствует, становясь той естественной точкой, отправляясь от которой мы уточняем содержание высказывания [8]. Данные особенности делают возможным рассмотрение вокативов как «эгоцентрических» единиц речи. По сути «субъектом» высказывания является только 1-е лицо, причем, в зависимости от цели высказывания, от того, для чего говорящий использует язык, он сам выражает свои чувства, эмоции, что является самовыражением [8]. Следовательно, любой акт говорящего является, прежде всего, выражением его мыслей и эмоций, а значит, выполняют рефлексивную функцию.

В процессе коммуникации вокативы выступают в качестве регулятивных действий между партнерами с целью достижения определенных результатов. Однако они не только идентифицируют адресата речи, но также выступают в процессе общения как индикатор социальных и межличностных отношений между коммуникантами. Чаще всего данная функция определяется как социально-регулятивная. Основное назначение данного средства общения заключается в том, что, называя адресата речи, они маркируют социальные отношения, устанавливаемые в рамках коммуникативного акта. Вокатив используется с целью установления соответствий между представлениями адресата и адресанта о характере отношений между ними, при этом семантическая функция адресации, идентификации адресата речи как бы отходит на второй план [6]. Так выражается равенство или неравенство общественного положения участников речи (Mr, Mrs, sir), соотношение их возраста, пола, степень знакомства, официальность или неофициальность отношений (colonel, father, professor), особенности канала связи, отражается противопоставление или, наоборот, сближение точек зрения адресата и адресанта. Выбор вокативов регулируется в зависимости от осознания отношений равенства / неравенства между партнерами по общению. В случае равенства партнеров наблюдается симметричное употребление обращений, в случае неравенства – асимметричное. Асимметрия языковых средств есть отражение асимметрии в правах и обязанностях.

Одним из аспектов социально-регулятивной функции вокативов выступает национально-культурная обусловленность, которая отражает исторические и национально-специфические формы обращения, сложившиеся в определенном этносе на протяжении длительного периода времени и закрепленные в этикете. Этикет не может существовать вне времени и пространства – это всегда этикет какого-либо народа (этноэтикет), общества, класса, социальной группы на определенной ступени их исторического развития. Следовательно,

в терминах этноэтикета вокативы носят системно-ритуализованный характер в типичных, изо дня в день повторяющихся ситуациях взаимодействия, отражая этно-культурные исторические традиции, обуславливающие выбор форм обращения. Традиционно в Британии принято обращаться к полицейскому «officer», к аудитории – «Ladies and Gentlemen», к королеве – «Your Majesty». Подобная культурно-отражательная способность прослеживается не во всех вокативах, поэтому ее можно по праву считать их особенностью.

Следует отметить точку зрения Л.И. Шаповаловой, которая указывает на еще один признак вокативов – побудительность. При этом оговаривается, что данная функция присуща не всем вокативам и, следовательно, она является сопутствующим признаком зачастую выраженным имплицитно [7, с. 24]. Поэтому данная функция вокатива может быть определена только в контексте определенного коммуникативного акта.

Таким образом, основной коммуникативной функцией вокатива является идентификация адресата речи, наряду с которой он выполняет и другие, не менее важные функции – эмотивную и социально-регулятивную. Однако их четкого разграничения

не существует, а широкий спектр названий данных функций дает возможность лингвистам различных подходов к освящению данной проблемы.

Библиографический список

1. Ардентов Б.П. Основы русской грамматики. – Кишинев: Картя Молдовеняскэ, 1962. – 79 с.
2. Есперсон О. Философия грамматики / перевод с англ. – М., 1958. – 400 с.
3. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ин-т, 1992. – 330 с.
4. Карасик В.И. Оценочная мотивировка, статус лица и словарная личность // Филологические науки. – 1994. – №3. – С. 87–93.
5. Кронгауз М.А. Семантика. – М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2001. – 322 с.
6. Проничев В.П. Синтаксис обращения. – Л.: Ленингр. ун-т, 1971. – 89 с.
7. Шаповалова Л.И. Формы и функции обращения в современном русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Минск, 1979. – 24 с.
8. Штелинг Д.А. Грамматическая семантика английского языка. Фактор человека в языке. – М.: ЧеРо, 1996. – 254 с.

УДК 81'42

Первухина Светлана Владимировна

кандидат филологических наук
Ростовский государственный университет путей сообщения
s_pervuhina@mail.ru

КАТЕГОРИЯ АДРЕСАТА В АДАПТИРОВАННОМ ТЕКСТЕ

В статье описывается проявление категории адресата в адаптированном тексте, выделяются языковые, композиционные и коммуникативные аспекты категории адресата. Учет категории адресата сказывается на прагматической эффективности адаптированного текста.

Ключевые слова: адаптация текста, адаптированный текст, адресат, юридический дискурс, медицинский дискурс.

Адаптация текстов для определенного круга читателей приобретает все большую значимость в области просветительской и специализированной литературы. Это объясняется тем, что, во-первых, специальные знания востребованы среди широких кругов неспециалистов, а во-вторых, авторы специализированных текстов заинтересованы в донесении их информации до широких слоев населения, особенно если имеется в виду информация об особых товарах, и необходимо рассказать о них потенциальным покупателям.

Адаптация текста может касаться его формы выражения (терминологии, мало употребительных слов, грамматических форм, длины и т.д.) или информации, которая в нем заложена. Результатом адаптации является адаптированный текст. Под адаптированным текстом мы понимаем вторичный текст, созданный для читателей, не способных по каким-то причинам понять текст-источник. Неко-

торые из этих причин находят отражение в особенностях адресата адаптированного текста. Категория адресата проявляет себя неодинаково в различных типах дискурса.

Адаптированные тексты находят применение в разных сферах, например, медицине и юриспруденции. Для потенциальных пациентов составляются упрощенные инструкции к медицинским препаратам без рецептурного отпуска, памятки, разного рода сопроводительные материалы. Адаптированные медицинские тексты учитывают отсутствие профессиональных знаний, а также навыков чтения узкоспециализированной литературы у пациентов. Адаптированные тексты дают возможность пациентам разобраться в особенностях их заболевания, понять, как и когда принимать препараты, дают ответы на важные для них вопросы о здоровье. Преобразование формы текста также воздействует на адресата, побуждая к приобретению определенного препарата.