*Кузнєцова Г. В.,**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри іноземних мов**Державного університету «Житомирська політехніка»*

АДРЕСОВАНІСТЬ ТА АДРЕСАТ (НА МАТЕРІАЛІ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ)

Анотація. Метою наукової розвідки є огляд сучасного стану вивчення категорії адресата політичного дискурсу в роботах східноєвропейських лінгвістів; обґрунтовується актуальність і важливість дослідження категорії адресата. Вказується на недостатню увагу до адресатного чинника дискурсу на відміну від власне текстового чинника й чинника відправника політичного дискурсу (політичного діяча). У роботі наголошується на необхідному зв'язку вивчення категорії адресованості й чинника адресата політичного дискурсу. Стаття містить коротку історію дослідження категорії адресованості, оскільки вона становить підґрунтя для вивчення категорії адресата політичного дискурсу. Огляд розробленості питання зроблено на основі праць українських, російських, польських та сербських філологів, доведено, що попри недостатню увагу мовознавців до вказаної тематики, найбільший доробок становлять дослідження російських лінгвістів середини – кінця ХХ століття, а також роботи вітчизняних мовознавців. Показано, що увага до адресата як до категорії виникла в лінгвістиці досить давно й пов'язана передусім із роботами М. Бахтіна та Ю. Лотмана, завдяки яким інтерес до вказаної категорії поширився на інші європейські лінгвістичні школи й наукові підрозділи університетів. Незважаючи на довгу історію, категоріальні ознаки текстової й дискурсивної адресованості все ще не сформульовані досить чітко як у лінгвістичній, так і в нелінгвістичних парадигмах; однак важливість дослідження питання в мультимедійній парадигмі є визнаною.

Є небагато робіт, написаних протягом останнього десятиліття, у яких зроблено деякі спроби визначити категоріальні ознаки категорії адресата. Проте більшість цих досліджень зроблено на матеріалі інших видів дискурсу, наприклад художнього. Дослідження, що стосуються політичного дискурсу, виконані на обмеженому матеріалі, зроблені в них висновки не можуть стосуватися цього виду дискурсу загалом. Тому досліджувана категорія залишається маловивченою, і цей факт тільки підкреслює своєчасність її подальшого дослідження.

Ключові слова: адресованість, адресат, типи адресата, політичний дискурс.

Постановка проблеми. Адресованість є однією з найважливіших категорій дискурсу, адже вона відображає одну із трьох найважливіших інтенцій породження текстового складника дискурсу – рецептивну. Рецепція ж текстової інформації не повинна звужуватися до просто слухання або бачення мовця; це радше виконання текстового повідомлення «про себе», внутрішнє свідоме приговорювання, інтенційний мовленнєвий акт інтерпретації [1, с. 60–61]. Тому рецептивна функція текстового повідомлення полягає у співвіднесеності даного повідомлення з певною моделлю змісторозуміння, тобто в інтендованій

націленості повідомлення на відповідний уявний адресат, спроможний сприйняти й інтерпретувати це повідомлення, інакше кажучи, у його адресованості.

Зрозуміло, що сказане стосується будь-якого ситуативно детермінованого текстового повідомлення, тобто будь-якого виду дискурсу. У пропонованій праці представлена спроба дослідити ступінь вивчення категорії адресованості політичного дискурсу (далі – ПД) в аспекті дослідження адресата ПД.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Політичний дискурс є одним із найпопулярніших об'єктів лінгвістичних і міждисциплінарних досліджень і, можливо, найбільш досліджуваним видом інституційного дискурсу. Серед сотень вітчизняних і закордонних робіт, присвячених ПД, найбільше їх число має об'єктом аналізу перший та другий фундаментальні компоненти ПД – його адресанта, тобто політичного або громадського діяча, який виступає відправником або автором дискурсу, а також політичне повідомлення безпосередньо. Найбільший внесок до цих напрямів у вітчизняному та східноєвропейському мовознавстві зроблено В.З. Дем'яновим, В.І. Карасиком, Ю.І. Левшенко, М.Ю. Сейранян, С.Л. Славою, Ю.Ю. Сухановим, В. Фігаром, В.О. Чернявською, Є.О. Четвертак, О.П. Чудіновим, Д.В. Шапочкіним, І.С. Шевченко, О.І. Шейгал, групою польських дослідників, які працюють у напрямі критичного аналізу дискурсу, а саме У. Окульською, П. Цапом, А. Совінською та багатьма іншими дослідниками. Загалом, безсумнівний інтерес до вивчення ПД і політичного спілкування привів до появи нової окремої галузі філологічних досліджень – політичної лінгвістики й політичної дискурсології, причому названій царині присвячуються окремі семінари та друковані періодичні видання [2; 3].

Необхідно, однак, підкреслити, що третій фундаментальний компонент ПД – адресат – не здобув донині такого глибокого вивчення ні в лінгвістиці, ні в інших наукових дисциплінах, з огляду на те, що дискурс як мультимодальне явище, зокрема і ПД, потребують мультимодального підходу. Загалом адресат ПД розглядається як дещо пасивний компонент, як об'єкт і результат маніпулятивного впливу, здійснюваного адресантом або адресантами через політичне повідомлення – текст у тій чи іншій формі. Досить типовими є спостереження Є.О. Четвертак, яка стверджує, що ПД є засобом маніпулювання свідомістю великих груп людей, основною метою якого є нав'язування певної думки широким лавам виборців із подальшим розрахунком завоювати їхні голоси під час виборчої кампанії [4, с. 42–43]. Варто зазначити, що в роботах із ПД трапляються висловлення про доцільність та необхідність уважного врахування чинника адресата ПД, його аналізу та вивчення. Усе вищесказане безпосередньо свідчить про актуальність

і важливість дослідження різних аспектів адресату ПД, зокрема його лінгвістичних і когнітивних чинників.

Метою статті є аналіз досліджень адресата ПД як виразника категорії адресованості у працях лінгвістів, що репрезентують східноєвропейську наукову площину.

Виклад основного матеріалу. Насамперед варто підкреслити, що вивчення характеристик і функцій адресата ПД тісно пов'язане із проблемою адресатності загалом, особливо із проблемою вербальної адресатності. Чинник адресата мовленнєвого повідомлення неодноразово був предметом лінгвістичних досліджень, хоч аналізу вербального повідомлення в широкому розумінні присвячено на порядок більше наукових розвідок. Кореляція адресант – адресат у різних мовленнєвих жанрах аналізувалася в роботах багатьох вітчизняних та закордонних мовознавців, серед яких А.М. Баранов, Ф.С. Бацевич, В.В. Богданов, Г.І. Барташова, Т.Г. Вінокур, О.П. Воробйова, Т.А. Єщенко, Ю.А. Левіцький, О.В. Михайлова, А.В. Полонський, М.Ю. Федосюк, І.С. Черватюк, О.Й. Шейгал, Т.В. Шмельова й інші.

Зазначимо, що більшість праць названих мовознавців ґрунтуються на базових положеннях творів видатного філолога й філософа М.М. Бахтіна, який уперше розглядав концепцію адресата мовлення щодо мовленнєвих жанрів. За М.М. Бахтіним, кожне висловлення завжди має адресата (різного характеру, різного ступеня близькості до автора, конкретності, усвідомленості тощо), розуміння якого у відповідь автор мовленнєвого твору очікує й передбачає. Адресованість висловлення є його відмітною ознакою, адже кожний мовленнєвий жанр має типову концепцію адресата. Крім того, науковець зазначав, що така концепція адресата є особливою не тільки для кожної історичної доби, а й для кожного літературно-художнього жанру та стилю [5, с. 168, 279–280]. Ці базові положення вивчення адресата як дискурсивної категорії залишаються актуальними донині.

Серед найґрунтовніших робіт з питання передусім варто назвати дослідження Н.Д. Арутюнової й О.П. Воробйової. Н.Д. Арутюнова, яка підсумовує наявні на той час визначення другого учасника комунікації, який отримує інформацію, зауважує, що такий учасник називається по-різному, як-от: отримувач мови, рецептор, інтерпретатор, слухач, аудиторія, співрозмовник, декодував, і пропонує більш універсальний термін «адресат», що підкреслює свідоме спрямування висловлення на конкретну або неконкретну особу, причому така особа або особи можуть бути певним чином охарактеризовані, і комунікативний намір автора повідомлення повинен узгоджуватися із цією його характеристикою [6, с. 362]. Уже в цьому визначенні звертається увага на можливі множинність чинників, що стосуються адресата, важливість їх урахування й вивчення, висвітлення таких чинників залежно від жанру й характеристик самого повідомлення, яке розумілося мовознавцем у широкому сенсі. Роботи дослідниці, присвячені вивченню адресата повідомлення, стали класикою лінгвістики.

Неабияке значення для подальшого дослідження чинника адресата повідомлення мали також погляди професора Тартуського університету Ю.М. Лотмана, який першим розглянув питання колективного, або масового, адресата, що має велике значення для вивчення адресата ПД. Науковець уживав термін «образ аудиторії», пов'язував його з розшифруванням набору мовних культурних кодів та з поняттям загальної пам'яті,

реконструкція якої для тексту та його отримувачів дозволяє досліднику знайти в тексті прихований у ньому «образ аудиторії». За Ю.М. Лотманом, текст містить згорнуту систему всіх ланок комунікативного ланцюжка, й наскільки ми можемо вичленили з нього позицію автора тексту, настільки ж можливо реконструювати на ґрунті цього тексту і його ідеального читача. Учений уважав, що цей образ активно впливає на реальну аудиторію, перебудовує її на власний кшталт. Особистість реципієнта повідомлення, яка є семіотичною єдністю, обов'язково варіативна та здатна «настроюватися за текстом». Тому між текстом і аудиторією відбувається складна гра позиціями [7, с. 88]. Це спостереження має надзвичайне значення для дослідження сучасного ПД, оскільки політичні повідомлення різної форми, як відзначають спеціалісти з теорії комунікації, не тільки впливають на аудиторію, скільки взаємодіють із нею.

Подальший розвиток категорій адресованості й адресата знаходимо у працях вітчизняного науковця О.П. Воробйової, яка користувалася терміном «розщеплена адресація» та спиралася на такі важливі моменти, як: розмежування реальної, зображеної та відображеної комунікації; виокремлення образу читача як модусу реалізації адресованості, що втілює призупинку безпосередньої адресації; неоднорідність образу читача як наслідок множинності виявлень діалогічної взаємодії; співвіднесеність адресата й адресанта в дискурсі. Відповідно дослідниця будує типологію адресатів (для художнього тексту короткого оповідання), виокремлює три типи адресата, а саме: фіктивний адресат (тобто художній образ, включений до сфери зображеної комунікації), гіпотетичний адресат (образ адресата в уявленні адресанта, на якого орієнтовано висловлювання і який виступає посередником між автором дискурсу й адресатом) та реальний (емпіричний адресат), який безпосередньо виступає реципієнтом даного висловлювання [8, с. 138, 139].

Названа праця слугувала підґрунтям для подальшого вивчення категорій адресатності й адресата в сучасному мовознавстві. Так, дисертаційне дослідження Т.Л. Камінської присвячене висвітленню образу адресата в текстах масової комунікації [9]. Автор розглядає й аналізує адресата текстів масової комунікації (під якими розуміє тексти політичного змісту) у таких аспектах: адресат як реальна людина; адресат як категорія, представлена у структурі комунікативного акту в широкому розумінні; адресат як соціологічна категорія з його характеристиками, отриманими шляхом соціологічних досліджень; адресат як текстова категорія [9, с. 35–36]. Т.Л. Камінська представляє типологію образу адресата масової комунікації (далі – МК), виділяє такі його категоріальні ознаки, що знаходяться безпосередньо в текстовому повідомленні: елементи, які репрезентують картину світу; елементи, що слугують для характеристики стилю життя та соціального статусу; елементи, зорієнтовані на мовленнєвий досвід аудиторії. Автор робить найбільший акцент на дослідженні соціально-економічних чинників під час побудови класифікації адресатів текстів масової комунікації, пропонує певний розвиток поняття «цільова аудиторія» і відзначає, що виділення й описання типів спільностей (можливі типи цільових аудиторій) для ЗМІ й політичних діячів допомагає створити уявлення про особливості національної самосвідомості в певний історичний момент, адже без вивчення соціальних груп, на які може ділитися аудиторія, що сприймає тексти масової комунікації, передусім тексти політичного характеру, у конкретний період, важко уявити практичну

політичну діяльність, організацію рекламних та виборчих кампаній тощо [9, с. 47]. Т.Л. Камінська пропонує таку типологію адресатів текстів масової комунікації: «інтелігентна меншість»; «представники зразкового середовища»; «прості люди», зауважує, що формулювання названих типів адресатів було запозичене із самих текстів як характеристика ними своїх цільових аудиторій [9, с. 174–183, 239]. Дослідниця робить висновок про те, що система адресатів є рухливою й детермінована соціальною ситуацією, яка міняється [9, с. 238], що робить результати дослідження й запропоновану класифікацію досить відносною. Заслуговує на увагу також зроблене вказаним автором спостереження про те, що реальний чинник адресата далеко не завжди береться до уваги під час утілення видавничих проєктів, незважаючи на його важливість [9, с. 240–241].

Вітчизняні мовознавці А.В. Прокопенко та Н.С. Рева досліджують категорію адресованості на матеріалі жанру політичного інтерв'ю і називають такі особливості адресата медіаполітичного дискурсу, як: соціальна роль, вік, гендерна приналежність, психологічний стан, когнітивні здібності, життєві цінності, особливості сприйняття мовлення. Виходячи з названих чинників, автори наводять низку типологій, в основі яких є один або декілька з перелічених чинників. Так, за характером адресованості розрізняють прямі (тобто емпіричні читачі/слухачі), непрямі (ті, що мають доступ до інформації, але не беруть у ситуації участі) і адресати-ретранслятори (ті, що передають і тлумачать повідомлення). За соціально-типологічними значеннями виділяються національні й позанаціональні адресати, кожна із цих груп формується за ознаками, які властиві конкретній культурі. За професійною орієнтацією автори виокремлюють адресатів-професіоналів й адресатів-непрофесіоналів. Професіонали взаємодіють з адресантами за паритетними принципами, тоді як непрофесіонали залежать від адресантів-професіоналів та ретрансляторів. За ступенем обізнаності розрізняють епіфанів (обізнані адресати) та профанів (необізнані адресати), за принципом співвіднесеності до реального/уявного світу – реальних адресатів і текстових адресатів, які втілюють і реалізують образ читача [10, с. 160–161]. Попри всю наукову цінність зробленого огляду типів адресатів, автори не заглиблюються в аналіз кожного з типів та у процедури виділення їхніх категоріальних рис, зосереджують свій дослідницький інтерес на структурних та лінгвістичних чинниках обраного жанру політичного дискурсу з огляду на дотримання відповідних ролей його учасників. Крім того, вказана розвідка фактично стосується тільки одного жанру ПД, який був у фокусі уваги авторів. Проте зроблений ними огляд типів адресатів на основі різних чинників заслуговує на увагу й подальше опрацювання на ширшому матеріалі.

Загалом можна зауважити, що адресат ПД як дискурсивна категорія не був донині ретельно вивчений у працях східноєвропейських мовознавців, хоч необхідно відзначити окремі наробітки в цьому напрямі стосовно окремих жанрів ПД, особливо у працях українських і російських науковців. Для філологічного загалу більш характерні окремі зауваження про необхідність урахування чинника адресата в дослідженні дискурсу, як, наприклад, у роботах польського дискурсолога П. Цапа. Науковець стверджує, що у ПД мовець повинен бути переконаним в тому, що його мовленнєві тактики спроможні активувати аксіологічну чутливість адресата належною мірою та спонукати його до бажаного сприйняття політичного повідомлення [11].

Висновки. Викладене вище дає підстави для таких висновків:

- стосовно ПД, адресованість не можна назвати глибоко дослідженою категорією дискурсу у східноєвропейському мовознавстві, оскільки окресленими є тільки основні напрями дослідження цієї категорії;
- деякою мірою визначені можливі типи адресатів на обмеженому фактичному матеріалі;
- натеper невідомі спроби більш розширеного та ґрунтовного вивчення адресованості ПД та його адресатів;
- категорія адресованості ПД становить актуальну й важливу царину лінгвістичного пошуку;
- подальше дослідження зазначеної проблеми вбачається у вивченні чинника адресата стосовно жанрів ПД, включаючи також інтернет-форму цього виду дискурсу. Доцільним також уявляється застосування деяких методик когнітивно-концептуального аналізу для вивчення природи адресата ПД.

Література:

1. Тюпа В.И. Дискурсные формации: очерки по компаративной риторике. Москва : Языки славянской культуры, 2010. 320 с.
2. Плахотная Ю.И. Речевое воздействие в диалогическом дискурсе. *Политическая лингвистика*. 2011. № 4 (38). С. 121–124.
3. Чудинов А.П. Политическая лингвистика. Москва : Флинта ; Наука, 2006. 254 с.
4. Четвертак С.О. Вербалізація національної ідентичності США в англomовному політичному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2016. 237 с.
5. Бахтин М.М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках : опыт философского анализа. *Русская словесность : от теории словесности к структуре текста* : антология / под общ. ред. В.П. Нерозанка. Ин-т народов России. Москва, 1997. С. 227–244.
6. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата. *Известия Академии наук Союза Советских Социалистических Республик. Серия литературы и языка*. 1981. Т. 40. № 4. С. 356–367.
7. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров : человек – текст – семиосфера – история. Тарт. ун-т. Москва : Яз. рус. культуры, 1996. 447 с.
8. Воробьева О.П. Текстовые категории и фактор адресата : монография. Киев : Вища школа, 1993. 200 с.
9. Каминская Т.Л. Образ адресата в текстах массовой коммуникации: семантико-прагматическое исследование : дис. ... докт. филол. наук : 10.01.10. Санкт-Петербург, 2009. 284 с. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394717974_2201.pdf (дата звернення: 01.02.2021).
10. Прокопенко А.В., Рева Н.С. Актуалізація адресатності у тексті поліінтерв'ю. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2015. Вип. 13. С. 159–169. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sdzif_2015_13_28 (дата звернення: 09.12.2020).
11. Cap P., Okulska U. Analyzing Genres in Political Communication. An Introduction. 2013. URL: https://www.academia.edu/3648323/Analyzing_Genres_in_Political_Communication_Theory_and_Practice (дата звернення: 03.12.2020).

Kuznietsova H. Targeting and addressee (on the political discourse material)

Summary. The objective of the paper is to present the review of contemporary state of the study of the political discourse addressee category in the works of East-European linguists; the topicality and importance of the study of the addressee category is substantiated. Inadequate attention towards the research of the discourse addressee constituent in comparison to the text constituent and the forwarder constituent of the political discourse is pointed out.

The necessary connection with the addressness (targeting) category in the study of the political discourse addressee constituent is emphasized. The paper includes a brief history of the research of the addressness (targeting) category, as it is the basis of the study of the political discourse addressee phenomenon. The review of the problem's development is exercised on the basis of the works of Ukrainian, Russian, Polish and Serbian philologists; it is proved that the greatest contribution to the study of the given topic is observed in the papers of Russian linguists of the middle-late XX century and in the works of Ukrainian researchers. It is shown that the attention to an addressee as a category appeared in linguistics quite a while ago and can be attributed primarily to the works of M. Bakhtin and Yu. Lotman, owing to who the interest to the category in question was spread throughout other European linguistic schools and university research

departments. Notwithstanding its long history, the categorical features of text and discourse targeting are still not formulated clearly enough, either in linguistic or in non-linguistic paradigms; however, the necessity of the multi-paradigm studies is acknowledged. There exist a few papers, published within the last decade, in which certain attempts were made to outline and determine categorical features of the addressee category. However, the majority of these papers have other discourse kinds as their material, for instance the belles-lettres discourse. Papers dealing with political discourse are exercised on a limited material and their conclusions can't be referred to this discourse kind as a whole. Hence, the category in question remains poorly studied, and this fact only emphasizes the timeliness of its further research.

Key words: targeting, addressee, addressee types, political discourse.