

Засоби вираження ритуальної та інклюзивної адресантності в українській публіцистиці

У статті прояснено специфіку різних типів адресантності. Особливу увагу приділено таким її субкатегорійним підтипам, як ритуальна та інклюзивна адресантність. Проаналізовано основні засоби вираження ритуальної та інклюзивної адресантності в українській публіцистиці.

Ключові слова: адресант, ритуальна адресантність, інклюзивна адресантність, публіцистичний текст.

Проблема специфіки мовностилістичних рис публіцистичного мовлення є актуальним лінгвальним питанням у межах сучасного медіадискурсу. Як відомо, спілкування тут є розірваним у просторі та часі, а тому зв'язок між комунікантами є дистантним. Характерною особливістю для публіцистичного мовлення виступає односпрямованість комунікації, яка зобов'язує мовця робити мовлення більш продуманим, нормативним.

Мета нашого дослідження – виявити та проаналізувати основні засоби вираження ритуальної та інклюзивної адресантності в українській публіцистиці. Заявлена мета передбачає розв'язання таких завдань: з'ясувати специфіку різних типів адресантності; проаналізувати основні засоби вираження ритуальної та інклюзивної адресантності в українській публіцистиці.

Проблему адресантно-адресатних відношень порушували у своїх дослідженнях такі відомі мовознавці, як О. Бондарко [1], А. Загнітко [2, 3], М. Скаб [4], В. Карасик [5], К. Майтинська [6], М. Плющ [8], М. Телеки [8], В. Шинкарук [8], В. Хімік [9] тощо.

Однак питання про засоби вираження типів адресантності в українській публіцистиці є на сьогодні недостатньо вивченою проблемою. Значення дослідження зумовлене тим, що в ньому продовжено теоретичне та практичне вивчення різних типів адресантності.

У вираженні адресантних значень в українській мові активно використовуються центральні елементи функційно-семантичного поля персональності, а також засоби, що належать до периферії поля. За формою вираження публіцистичні тексти є переважно монологійними, тому автор прагне привернути увагу адресата та заохочує до участі в спільному розумовому процесі.



Автор публіцистичного тексту – це зазвичай особа авторитетна, соціально типізована та суспільно орієнтована. Найвизначніше адресант представлений у контекстах, де чітко заявляється власна позиція, описуються емоції та враження мовця, що є прикладом відкритого характеру репрезентації «я» автора-публіциста. Характер комунікації у сфері публіцистики великою мірою визначає і способи вираження адресантності в цих текстах.

Аналізуючи функційну семантику персональності, В. Хімік виокремлює чотири субкатегорійні типи адресантності за способом самоподання мовця як суб'єкта повідомлюваного: а) абсолютна адресантність; б) інклюзивна адресантність (я+ти, я+ви, я+він тощо), в) ритуальна адресантність (авторське, царське, просторічно-представницьке «ми»); г) експресивна адресантність [9, 107].

Серед засобів найменування осіб важливе місце посідають найменування особи «я»-номінації з лексемою «ми» (займенниковий іменник у формі 1-ї особи множини).

Інклюзивна адресантність безпосередньо пов'язана із ситуацією, коли адресант включає себе до складу сукупного суб'єкта дії. О. Грищенко зазначає, що «прагнення ототожнити адресанта з адресатом, висловити солідарність з ним – важливий психологічний чинник, що впливає на успішність комунікації» [10, 80].

Дослідниця О. Кितिця наголошує, що у випадку інклюзивної адресантності, «використовуючи форми 1-ої особи множини (в основному значенні), адресант об'єднує себе з іншою особою чи особами. Отже, прямому значенню займенника *ми* відповідає формула $ми = я + x$, де змінний семантичний компонент x може означати як партнера (партнерів) мовця у спілкуванні, так і неучасників комунікативного акту» [11, 5].

Інклюзивна адресантність наявна в таких ситуаціях:

1) автор матеріалу акцентує на тому, що до певних роздумів чи дій він вдається не самостійно, а наче разом зі своїми читачами, – тут дієслівна або займенникова форма 1 ос. мн. має значення «я+ви» (читачі): **Відмітимо, що увага ЗМІ до цих подій була гіпертрофованою** (Слово Просвіти. – № 14. – 2008); **Ми констатуємо: у підходах держави до розв'язання названих проблем нічого не змінилося** (Дзеркало тижня. – № 3. – 2012).

Тут має значення семантика спільної дії, до якої автор журналістського матеріалу залучає своїх читачів, адже, якщо вони читають матеріал, то мають разом з автором щось «зазначати, констатувати, зауважувати» і под.;

2) адресант підкреслює, що він є представником цілої групи людей, організації, країни тощо: **Ми готові допомогти Україні в модерні-**

зації газотранспортної системи і очікуємо, що правила, за якими працює Україна, будуть відповідати правилам Енергетичного співтовариства», – сказав президент Єврокомісії Жозе Мануель Баррозу на саміті Україна – ЄС у грудні 2011 року (Дзеркало тижня. – № 4. – 2012); **Ми усвідомлюємо всю міру відповідальності та розуміємо, що нам потрібно робити** (Дзеркало тижня. – № 5. – 2012).

Зазвичай подібні заяви роблять керівники найвищого рівня, причому вони беруть на себе відповідальність говорити від імені великої групи людей, навіть цілої країни.

У журналістських матеріалах займенникові та дієслівні форми з такою семантикою характерні для інтерв'ю із впливовими людьми або для статті, в якій безпосередньо цитується певне висловлювання авторитетної особи.

У мові самого журналіста, звичайно, висловлень з подібною семантикою немає;

3) адресант хоче наголосити на тому, що предмет, про який він говорить, є об'єктом власності великої групи людей або всіх громадян: **Маємо найбільше в Європі лікарняних ліжок на 10 тисяч населення** (Слово Просвіти. – № 14. – 2008).

До дієслівної форми в такому разі можемо додати не один займенник «ми» (якщо він відсутній), а два займенники «ми з вами», що принципово ніяк не вплине на зміст висловлення. Пор. **Ми з вами маємо найбільше в Європі лікарняних ліжок на 10 тисяч населення;**

4) адресант звертає особливу увагу на те, що результат певної дії є важливим не тільки для нього як члена певної групи, а й для інших людей: **Переконали, що ми отримаємо позитивний відгук у Бухаресті, знайдемо аргументи для тих держав, які ще формують свої позиції з цього питання, – сказав Віктор Ющенко** (Слово Просвіти. – № 14. – 2008); **Із другим тендером у неї не склалося, тож ми з нетерпінням очікували появи в Британському реєстрі свіжої фінансової звітності Highway, щоб спробувати зрозуміти, скільки ж «британські латвійці» заробили на Україні** (Дзеркало тижня. – № 2. – 2012).

Ситуація ритуальної адресантності пов'язана з певними нормами самоподання особи мовця в цій сфері спілкування.

Використання форм множини («авторське ми») за фактичної одиничності адресанта стало традиційним стилістичним прийомом створення публіцистичних текстів: **Як ми вже зазначали в попередньому номері DT.UA, наявного на сьогодні запасу в ПСГ України достатньо, щоб спокійно перезимувати. Чому ми говоримо про спотовий ринок газу?** (Дзеркало тижня. – № 3. – 2012); **Ми неодноразово привер-**



тали увагу читачів до особливостей інвестицій у коштовні метали в нашій країні (Дзеркало тижня. – № 4. – 2012).

Крім займенникових та дієслівних форм 1-ої особи множини, у вираженні названого різновиду адресантності беруть участь і лексичні засоби, які вказують на особу мовця: власне-автор, автор цих слів, автор цієї статті, автор цього матеріалу і под.: *Влітку 1987 року автор цієї статті на два місяці приїхав до Варни як командир студентського будівельного загону Київської політехніки (Дзеркало тижня. – № 4. – 2012); Зокрема, автору цих рядків доводилося бачити публікації під назвою «Кінець журналістським розслідуванням», заяви народних депутатів України про те, що, наприклад, тепер не мають ніякої доказової сили, записи грабежу, зняті камерою відеоспостереження магазину, про неминучий розвал доказової бази низки резонансних справ, зокрема «справи Ландіка», про те, що рішення КСУ забороняє фіксувати на відео дії співробітників міліції тощо (Дзеркало тижня. – № 2. – 2012).*

Отже, у сучасному публіцистичному тексті авторське *я* динамічно корелює з читацьким *ти* та *ви*. Доволі часто спостерігаємо, що авторське *я* прагне трансформуватися в *ми*. Під час переходу від *я* до *ми* відбувається не просто зміна суб'єкта, а перетворення *ми* на повнозначне слово з лексичним значенням нероздільної сумісності. Мовними засобами вираження інклюзивної адресантності є займенникові та дієслівні форми 1-ої особи множини, принципова відмінність від ритуальної адресантності полягає в тому, що тут адресант включає себе до складу сукупного суб'єкта дії. Ритуальна адресантність передбачає використання займенникових і дієслівних форм 1-ої особи множини («авторське ми») за фактичної одиничності адресанта і лексичних засобів, що містять у своєму значенні вказівку на особу мовця.

1. Бондарко А. В. Семантика лица // Теория функциональной грамматики: Персональность. Залоговость. – С.Пб. : Наука, 1991. – С. 5–40.

2. Загнітко А. П. Теоретична граматики української мови: Синтаксис : монографія / А. П. Загнітко. – Донецьк : ДонНУ, 2001. – 662 с.

3. Загнітко А. П. Категорія особи: статус, структура і семантика // Гуманітарний вісник Переяслав-Хмельницького держ. пед. ун-ту ім. Г. Сковороди: Спец. вип. Філологія : матер. Всеукр. наук. конф. «Актуальні проблеми категорійної граматики». – Переяслав-Хмельницький, 2003. – С. 16–27.

4. Скаб М. С. Граматика апеляції в українській мові : монографія / М. С. Скаб. – Чернівці : Місто, 2002. – 272 с.

5. Карасик В. И. Язык социального статуса. Социолингвистический аспект. Прагмалингвистический аспект. Лингвосемантический аспект / В. И. Карасик – М. : Гнозис, 2002. – 333 с.

6. Майтинская К. Е. Местоимения в языках разных систем / К. Е. Майтинская. – М. : Наука, 1969. – 309 с.

7. Плющ М. Я. Категорії суб'єкта і об'єкта в структурі простого речення / М. Я. Плющ. – К. : Вища школа, 1986. – 175 с.

8. Соціальні категорії модусу в текстах епістолярного жанру : монографія / М. М. Телеки, В. Д. Шинкарук. – Миколаїв : МДГУ, 2007. – 174 с

9. Химик В. В. Категория субъективности и её выражение в русском языке / В. В. Химик. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1990. – 184 с.

10. Грищенко Е. В. Некоторые особенности современного рекламного мы-дискурса (на материале рекламы СМИ) // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філол. науки. / Луган. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – 2010. – № 2 (189). – С. 79–83.

11. Кितिця О. В. Категорія персональності та засоби її вираження в публіцистичному стилі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / О. В. Кितिця ; Дніпропетров. нац. ун-т. – Д., 2001. – 19 с.

Подано до редакції 23. 04. 2012 р.

Drobotenko Valentyna.

Means of expression of ritual and inclusive addressness in Ukrainian journalism.

In the article the specificity of different types of addressness is analyzed. Special attention is given to such subcategorical types as ritual and inclusive addressness. The basic means of expression of ritual and inclusive addressness in the Ukrainian publicism are analysed.

Keywords: addressant, ritual addressness, inclusive addressness, publicistic text.

Дроботенко В. Ю.

Средства выражения ритуальной и инклюзивной адресантности в украинской публицистике.

В статье прояснена специфика различных типов адресантности. Особое внимание уделено таким ее субкатегориальным подтипам, как ритуальная и инклюзивная адресантность. Проанализированы основные средства выражения ритуальной и инклюзивной адресантности в украинской публицистике.

Ключевые слова: адресант, ритуальная адресантность, инклюзивная адресантность, публицистический текст.

