

Катерина ІВАНЧУК,
orcid.org/0000-0002-1260-6347
аспірантка кафедри східної філології
Київського національного лінгвістичного університету
(Київ, Україна) k.ivanchuk@yahoo.com

ВЗАЄМОДІЯ АДРЕСАНТА Й АДРЕСАТА У ТРАНСМЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Стаття присвячена питанню взаємодії адресанта й адресата у трансмедійному середовищі. Структури нових медіа – різні соціальні мережі та різноманітні сервіси інтернету вирішують цілий спектр невідкладних завдань, що обов'язково впливає на розвиток політики, бізнесу, журналістики, освіти, питань захисту інформаційного простору від маніпулятивних впливів. Одним із наслідків впливу на сучасний світ процесів глобалізації й інформатизації є формування сучасного інформаційного суспільства, у якому знання й інформація стають ключовими ресурсами державного і суспільного розвитку.

У процесі дослідження особливостей спілкування, що відтворюються між джерелом інформації та її отримувачем, розкрито визначення постачальника інформації та її одержувача. Розглянуто суть інтерактивності та її значення для Мережі як базової складової частини інтернету та найважливішого компонента мультимедіа.

Розкрито такі поняття: джерело інформації, або адресант – той, хто надсилає листа, телеграму, бандероль; отримувач інформації, або адресат – той, кому надсилають листа, телеграму, бандероль.

Акцентовано, що комунікативно-мовні процеси набувають особливо вагомого значення в підготовці фахівців з інформаційної безпеки держави. Зазначено, що дискурс-аналіз із його націленістю на фіксацію різнопланових комунікативних дій, передусім чинників адресанта й адресата, та до мовних засобів дає можливість визначити та виконати опис великої кількості категорій та сценаріїв як фіксованих співвідношень між суб'єктами мови в типових, що повторюються, ситуаціях спілкування.

Вказано, що мовна поведінка адресанта може виходити за межі мовної особистості та наближатись до мовної особистості адресата. Створюється своєрідна об'єднана мовна особистість, яку можна кваліфікувати як неподільну адресант-адресатну особистість.

У письмовому тексті адресант і адресат є психологічними складовими частинами вербальної комунікації. Виходячи із свого задуму, адресант кодує змістове наповнення.

Успішність комунікації залежить від знань особистостей, що спілкуються, від предмета спілкування, від ілюктивних настанов адресанта, від того, як ці настанови декодуються адресатом.

Зроблено висновок, що адресатно-орієнтований розрахунок – основний комунікативний принцип сучасного масмедійного дискурсу, а наукові пошуки в напрямі подальшого лінгвістичного вивчення інтернет-комунікації мають значні дослідницькі перспективи.

Ключові слова: адресат, адресант, медіасередовище, інтерактивність, дискурс, мовна поведінка.

Kateryna IVANCHUK,
orcid.org/0000-0002-1260-6347
Postgraduate Student at the Department of Oriental Philology
Kyiv National Linguistic University
(Kyiv, Ukraine) k.ivanchuk@yahoo.com

INTERACTION OF THE SENDER AND THE ADDRESSEE IN THE TRANSMEDIA SPACE

The article focuses on the sender and the addressee interaction in the transmedia environment. The structures of new media – various social networks and various Internet services solve a range of non-media problems, which inevitably affects the development of politics, business, journalism, education, issues of protection of the information space from manipulative influences. One of the consequences of the impact on the modern world of globalization and informatization is the formation of a modern information society in which knowledge and information become key resources of state and social development.

In the process of studying the features of communication that are reproduced between the source of information and its recipient, the definition of the supplier of information and its recipient is given. The essence of interactivity and its significance for the Web is revealed as a basic component of the Internet and the most important component of multimedia.

The following concepts are revealed: the source of information or sender – the one who sends a letter, telegram or parcel; recipient of information – the one who receives a letter, telegram or parcel.

The paper emphasizes that communicative-linguistic processes become especially important in the training of specialists in cyber security of the state. The discourse analysis with its focus on fixing various communicative actions, primarily to

.....

the factors of the addressee and the sender, and to the linguistic means, allows to identify and describe a large number of categories and scenarios as fixed relationships between language subjects in typical repetitive communicative situations.

The research states that the language behavior of the sender can go beyond the language personality and approach the language personality of the addressee. A kind of unified linguistic personality is created, which can be qualified as an indivisible addressee-sender personality.

In the written text, the addressee and the sender are the psychological components of verbal communication. Based on the plan, the addressee encodes the content.

The success of communication depends on the knowledge of the individuals who take part in communication, on the subject of communication, on the illocutionary attitudes of the addressee, and on how these attitudes are decoded by the addressee.

The paper concludes that destination-oriented calculation is the main communicative principle of modern mass media discourse, and scientific research in the direction of further linguistic studies of Internet communication has significant research perspectives.

Key words: addressee, sender, media environment, interactivity, discourse, language behavior.

Постановка проблеми. Трансмедійний простір (трансмедійне середовище) – нові медіа, до яких відносять різні соціальні мережі та різноманітні сервіси блогосфери інтернету. Ресурси трансмедіа вирішують цілий спектр немедійних завдань. Це, наприклад, пряма участь соціальних мереж у політиці, освіті, бізнесі й інших сферах життя. Не тільки журналістику, але й медіа взагалі трансмедіа виводять за свої професійні межі. Інтенсивний розвиток трансмедіа характеризується активним проникненням у повсякденне життя кожного члена суспільства. Вебреальність представлена особливими віртуальними світами, мережевими спільнотами, інтернаціональною дистанційною інтернет-культурою, а також специфічною мовою, що ігнорує одні правила і створює інші (Воробей, 2016).

Аналіз досліджень. Теоретичні питання лінгвістичного вивчення інтернету розроблялися у працях як закордонних, так і вітчизняних мовознавців. Ф. Бацевич (Бацевич, 2004) розглянув найактуальніші проблеми комунікативної лінгвістики, розкрив її предмет та категорію, розробив методологію, загальні закони спілкування та комунікативні стратегії. Проблеми лінгвістичного статусу, знакові засоби, жанровий простір, дискурсивні формули, нові комунікативні технології та їхній вплив на мовну свідомість вивчали Є. Галічкіна (Галічкіна, 2019) і О. Горошко (Горошко, 2009). Л. Компанцева (Компанцева, 2015) дослідила комунікативні процеси в мережі Інтернет, а саме когнітивно-прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти комунікації. Тематикою досліджень М. Макарова (Макаров, 2003) став комп'ютерний дискурс, його інтерпретативний аналіз, а також проблеми спілкування у віртуальному комунікативному середовищі. Мовні рефлексії в медіадискурсі, проблеми інтерактивної мови та стереотипи у віртуальному комунікативному просторі розкрив у своїх наукових працях П. Сергієнко (Сергієнко, 2019). Однак є спектр

наукових проблем, що потребують подальшого дослідження.

Медіасередовищу властиве таке комунікативне поняття, як *інтерактивність* мережі Інтернет, мультимедіа й інших інформаційно-комунікативних технологій (далі – ІКТ). Термін «інтерактивний» утворений об'єднанням двох слів англійського походження, а саме *inter* (укр. – між) і *active* (укр. – активність, діяльність), що означає активну співпрацю між джерелом інформації та її користувачем.

Мета статті – дослідити особливості спілкування, що відтворюються між джерелом інформації та її отримувачем. Для досягнення цієї мети поставлено такі завдання: навести визначення постачальника інформації та її одержувача, розкрити суть інтерактивності та її значення для Мережі, з'ясувати поняття «дискурс», визначити його комунікативні принципи.

Виклад основного матеріалу. Загальне мовознавство дає такі визначення: джерело інформації, або адресант – той, хто надсилає листа, телеграму, бандероль, тобто відправник; отримувач інформації або адресат – той, кому надсилають листа, телеграму, бандероль, тобто одержувач.

У праці українського мовознавця Ф. Бацевича подано визначення інтерактивності – це категорія дискурсу, комунікації взагалі, яка полягає у взаємодії адресата й адресанта в кожній конкретній комунікативній ситуації за допомогою мовного коду, його вербальних та невербальних засобів (Бацевич, 2004). Тобто учасники спілкування у процесі комунікації не тільки відправляють інформацію, але й регулярно її отримують, таким чином реалізується зворотний зв'язок. Ця реакція адресата на інформаційне повідомлення допомагає адресантові переконатись у досягненні комунікативної мети або впевнитись у її недосягненні. Також зворотний зв'язок дозволяє адресантові визначити ступінь дієвості своїх аргументів. Порозуміння у процесі комунікації залежить від тривалості зворотного зв'язку.

Якщо адресант виявляє активність під час зворотного зв'язку, тобто ставить запитання, робить коментарі, наводить контраргументи, формулює уточнення, то ефект комунікації значно зростає (Бацевич, 2004: 67).

Отже, *інтерактивність* – це базова складова частина інтернету, найважливіший компонент мультимедіа, панівний елемент в усіх видах телекомунікацій. Розвиток мережі Інтернет, волоконно-оптичних кабельних комунікацій, супутникового зв'язку створив нові можливості для інтерактивного спілкування. З'явилися такі нові телепрограми, як реаліті-шоу та нові форми телемовлення (телебачення в інтернеті).

У зв'язку із цим актуалізується значення понять адресата й адресанта, зростає важливість питання метакомунікації. Так, у своїх працях А. Кожінова (Кожінова, 2012: 22) стверджує, що позиції адресанта й адресата відіграють особливу роль у тому специфічному виді комунікації, яким є контакт між засобом масової інформації (далі – ЗМІ), що надає інформацію (газета, журнал, телеканал, радіостанція, інтернет-джерело) і отримувачем цієї інформації – читачем, слухачем або глядачем. Наприклад, у ЗМІ адресант неоднорідний. До підпису під репортажем, крім імені кореспондента, необхідно додати автора візуального ряду ілюстрацій або фотографій у друкованому виданні, телеоператора – у телевізійному репортажі, вебдизайнера – в інтернет-виданні (Кожінова, 2012: 23).

В іншому дослідженні «Специфіка адресант-адресатних відносин у мас-медійному дискурсі» Л. Синельникова відзначає, що успішність комунікації залежить від знань особистостей, що спілкуються, від предмета спілкування, від ілюкативних настанов адресанта, від того, як ці настанови декодуються адресатом (Синельникова, 2008: 143).

Наша сучасність становить епоху нової інформаційної (комунікативної) культури. Це зумовлено високим рівнем цифровізації комунікативних процесів. Поняття «комунікація» (лат. *communicatio*, від *communico* – «роблю спільним», «пов'язую», «спілкуюся»), під яким розуміють «спілкування, обмін думками, відомостями, ідеями», є «специфічною формою взаємодії людей у процесі їхньої пізнавально-трудова діяльності» (Ярцева, 2002). Революційні зміни в комунікативній сфері почали відбуватися з появою «Мережі мереж» – глобальної комп'ютерної мережі, яка охоплює весь світ (Синельникова, 2008: 144).

Інтернет розглядають як мегачинник соціалізації, культурний феномен, наділений семіотичними, психологічними та соціально-педагогічними особливостями.

Досвід розвитку ІКТ показує, що особливо вагомого значення набувають мовно-комунікативні процеси. Медіа посідають значне місце у процесі підготовки фахівців з інформаційної безпеки держави, і це змушує дослідників звертатися до поняття «медіа». Адаже чимала кількість визначень, понять, термінів, тобто мовних одиниць, які раніше вживались лише вузькопрофільними фахівцями, тепер стають загальноновживаними в різних сферах суспільства, зокрема в галузі інформаційної безпеки.

Дискурсивний підхід до сучасного масмедійного публіцистичного тексту передбачає увагу до його прагматичних характеристик, насамперед до чинників адресанта й адресата, до мовних засобів, що забезпечують контроль над розумінням мовлення та його сприйняття.

Дискурс – це комунікативна подія, що проявляє природу інтерактивності через сукупність мовних складових частин, які тим або іншим способом співвіднесені з когнітивними процесами у відомостях комунікантів, на які здійснює вплив позамовна інформація – знання про всесвіт. Дискурс-аналіз із його націленістю на фіксацію різнопланових комунікативних дій дає можливість визначити та виконати опис великої кількості категорій та сценаріїв як фіксованих співвідношень між суб'єктами мови в типових, що повторюються, ситуаціях спілкування. Толерантний, інтолерантний, конфліктний, агресивний, агональний дискурси, дискурс компліменту, дискурс дискредитації включають суттєво значущий для комунікації етичний компонент, на основі якого вибудовується парадигма ознак аксіологічної лінгвістики, яка проявляє себе передусім у системі «адресант – адресат». Аксіологічна лінгвістика реалізовується за умови розгляду-глу-мачення тексту як події. У письмовому тексті адресант і адресат є психологічними складовими частинами вербальної комунікації. Виходячи зі свого задуму, адресант кодує змістове наповнення. Мета адресата – розкрити і зрозуміти це наповнення через декодування вербальних знаків. Адресант прогнозує процес і результат розуміння, включає цей прогноз у текст у вигляді особливих структур: передбачень знань, думок та інших елементів, оформлених у відповідній модельності й за допомогою множини мовних засобів, що регулюють розуміння і забезпечують адекватність (Синельникова, 2008: 147–150).

Усі медійні жанри мають когнітивну настанову на наближення до адресата, пошук можливості сумісності з ним, що відображається в організації медіатексту, у його вербальній побудові. Комунікативна роль адресата активізується через діалогізацію публіцистичного монологу. Водночас адресант-

значущі категорії репрезентуються як і адресат-значущі за принципом аплікативності. Мотиваційно-поведінчастий та мовний «зріз» адресата активно «наближається» до мовного образу адресанта. Створюється своєрідна об'єднана мовна особистість, яку в багатьох видах і жанрах масмедійного дискурсу можна кваліфікувати як неподільну адресант-адресатну особистість. Мовна поведінка адресанта може виходити за межі мовної особистості та наближатись до мовної особистості адресата, його лінгвокультурним нахилам, психології, мотивам та сподіванням (Синельникова, 2008: 148).

Висновки. В описі події, в її інтерпретації адресант намагається йти «від особи». Мовний матеріал відбирається та компонується з розрахунком на адекватне сприйняття, осмислення й усвідомлення мовлення. Важливо враховувати комунікативну потребу як адресантність, спрямованість на комунікативні умови, учасників спілкування, певний мовний колектив (Голубовська, 2011).

Адресатно-орієнтований розрахунок – основний комунікативний принцип сучасного масмедійного дискурсу. Урахування адресантом багатьох складових частин статусу адресата, вікових, професійних, гендерних, освітньо-культурних, правових та інших, суттєво доповнює і конкретизує термін «фактор адресата» та настільки ж суттєво змінює зміст поняття «фактор адресанта».

З адресатом пов'язана й така сучасна властивість масмедійних текстів, як інтертекстуальність, тобто посилення до іншого тексту. Це один із засобів реалізації ілюкутивних настанов адресанта, але водночас видно його орієнтацію на рівень знань адресата, його інтелектуальний та культурний рівні (Синельникова, 2008: 150).

Наукові пошуки в напрямі подальшого вивчення інтернет-комунікації мають значні дослідницькі перспективи, зважаючи на його розвиток та залучення все більшої кількості індивідів до цього типу спілкування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацивич Ф. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2004. 342 с.
2. Воробей Ю. Лінгвопрагматична специфіка інтернет-комунікації. *Science and Education a New Dimension. Philology*. 2016. № IV (18). Issue 80. P. 107–110. URL: <http://www.seanewdim.com> (дата звернення: 15.04.2021).
3. Голубовська І., Корольов І. Актуальні проблеми сучасної лінгвістики : курс лекцій. Київ : Київський університет, 2011. 223 с.
4. Горошко Е. К определению понятия «компьютерно-опосредованная коммуникация». *Социальные коммуникации современного мира*. Запорожжя, 2009. С. 168–173.
5. Кожина А. К вопросу о метакоммуникации в СМИ: позиция адресата и адресанта в структуре коммуникативного акта. Минск : Изд. центр БГУ, 2012. С. 20–24. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/42696> (дата звернення: 12.04.2021).
6. Галичкина Е. Компьютерная коммуникация: лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство : монография. 4-е изд., стер. Москва : Флинта, 2019. 332 с.
7. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Ярцева. 2-е изд., доп. Москва : Большая рос. энцикл., 2002. 709 с.
8. Макаров М. Основы теории дискурса. Москва : ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.
9. Методологія досліджень та використання інтернет-ресурсів (для науковців сектору безпеки та оборони) : підручник / О. Акульшин та ін. ; за заг. ред. Л. Компанцевої. Київ : Нац. акад. СБУ, 2015. 344 с.
10. Сергиенко П. И. Особенности перевода лексических единиц в текстах политического дискурса. *Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики*. 2019. Т. 5. № 3. С. 71–81. URL: <http://rllinguistics.ru/journal/annotation/1775> (дата звернення: 15.02.2021).
11. Синельникова Л. Специфика адресант – адресатных отношений в масс-медийном дискурсе. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальная коммуникация»*. 2008. Т. 21 (60), № 1. С. 140–153. URL: <http://www.science.crimea.edu/zapiski/2008/filologiya/uch.../sinelnikova.pdf> (дата звернення: 15.04.2021).
12. Уроки державної мови (з газети «Хрещатик»). URL: <http://slovopedia.org.ua/30/53392/26123.html> (дата звернення: 10.04.2021).

REFERENCES

1. Batsevych F. S. *Osnovy komunikativnoyi linhvistyky*. [Fundamentals of communicative linguistics]. Kyiv : Academy, 2004. 342 p. [in Ukrainian].
2. Vorobey Y. V. *Linhvoprahmatychna spetsyfika Internet-komunikatsiyi*. [Linguopragmatic specifics of Internet communication]. *Science and Education a New Dimension. Philology*, IV (18), Issue : 80, 2016, pp. 107–110. Access: <http://www.seanewdim.com> (Last accessed: 15.04.2021) [in Ukrainian].
3. Holubovs'ka I. O. *Aktual'ni problemy suchasnoyi linhvistyky*. [Actual problems of modern linguistics] a course of lectures / I. O. Holubovs'ka, I. R. Korol'ov. Kyiv : Kyuyivs'kyu universytet, 2011. 223 s. [in Ukrainian].
4. Horoshko E. Y. *K opredeleniyu ponyatyua "Komp'yuterno-oposredovannaya kommunykatsyya"*. *Sotsial'ni komunikatsiyi suchasnoho svitu*. Zaporizhzhya, 2009. S. 168–173. [in Russian].

5. Kozhinova A. A. K voprosu o metakommunikatsii v SMI: pozitsiya adresata i adresanta v strukture kommunikativnogo akta. [On the issue of metacommunication in the media: the position of the sender and addressee in the structure of the communicative act]. Minsk : Izd. Tsentr BGU. Access: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/42696> (Last accessed: 12.04.2021) [in Russian].
6. Komp'yuternaya kommunikatsiya: lingvisticheskiy status, znakovyye sredstva, zhanrovoye prostranstvo [Computer communication: linguistic status, symbolic means, genre space]: monografiya / Ye. N. Galichkina. 4-ye izd., ster. Moskva : FLINTA, 2019. 332 s. [in Russian].
7. Linguistic Encyclopedic Dictionary / Ch. ed. V. N. Yartseva. 2'nd ed., Add. Moskva : Bolshaya ros. enycl., 2002. 709 s. [in Russian].
8. Makarov M. L. Osnovy teorii diskursa. [Foundations of Discourse Theory]. Moskva : ITDGK "Gnozis", 2003. 280 s. [in Russian].
9. Metodolohiya doslidzhen' ta vykorystannya internet-resursiv (dlya naukovtsiv sektoru bezpeky ta oborony): pidruchnyk / O. V. Akul'shyn ta in.; za zah. red. L. F. Kompantsevoyi. Kyiv : Nats. akad. SBU, 2015. 344 s. [in Ukrainian].
10. Sergiyenko P. I. Osobennosti perevoda leksicheskikh yedinit v tekstakh politicheskogo diskursa. [Features of the translation of lexical units in the texts of political discourse]. *Nauchnyy rezul'tat. Voprosy teoreticheskoy i prikladnoy lingvistiki*. 2019. T. 5. № 3. S. 71–81. URL: <http://rllinguistics.ru/journal/annotation/1775> (Last accessed: 15.02.2021) [in Russian].
11. Sinel'nikova L. N. Spetsifika adresant – adresatnykh otnosheniy v mass-mediynom diskurse. [Specificity of the sender-addressee relations in the mass media discourse]. *Uchenyye zapiski Tavricheskogo natsional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. Seriya "Filologiya. Sotsial'naya kommunikatsiya"*. 2008 T. 21(60), № 1. S. 140–153. [in Russian].
12. Uroky derzhavnoyi movy (z hazety "Khreshchatyk"). [State language lessons]. Access: <http://slovopedia.org.ua/30/53392/26123.html> (Last accessed: 10.04.2021) [in Ukrainian].