

## **КОМУНІКАТИВНА РОЛЬ ОБРАЗУ АДРЕСАТА У РЕГІОНАЛЬНИХ МАС-МЕДІА**

**Більовська Наталія Богданівна,**  
асистент кафедри мови засобів масової інформації  
Львівський національний університет  
імені Івана Франка

Зорієнтованість на адресата з конкретними соціальними характеристиками є однією з найважливіших категорією будь-якого медіатексту, зокрема й регіонального. На сучасному етапі для матеріалів засобів масової інформації властивим є актуалізація фактора адресата. Спрямованість автора на свого читача перетворила цей чинник на важливу текстоутворювальну категорію, яка визначає вибір мовних ресурсів і прийомів.

Ефективність журналістських текстів спершу досліджували з погляду вивчення образу автора, читач же залишався пасивним отримувачем інформації. Однак з часом реципієнт стає активною частиною двостороннього процесу і впливає на відтворення у ЗМІ. Адресованість медіатексту є установкою на певну цільову аудиторію, «спрямованість на передбачуваного адресата та орієнтацію на гіпотетичного сприймача, задає модель інтерпретації тексту й слугує базою для його сприйняття» [1, с. 212].

Фактор адресата відіграє дуже важливу роль у створенні журналістських текстів, визначає і зміст, і стилістичні особливості медіапродукту. Зумовлює це і тематику повідомлень, адже якщо видання хоче заявити як про серйозний ЗМК, щоб привернути інформація має бути близькою до потенційного реципієнта.

Локальні мас-медіа, за твердженням І. Терещенко, є «інструментом формування й підтримання локальної ідентичності» [4]. Притому, як слушно зауважує А. Левченко, регіональні ЗМІ «залишаються єдиним джерелом отримання місцевої інформації» [3]. Незважаючи на це, вони мусять шукати нові форми для зацікавлення нових та утримання своїх постійних читачів. Тому журналісти мусять використовувати зокрема і цікавий мовний арсенал.

Моделювання образу адресата і вибір відповідних мовних елементів спонукає до наближення між автором та читачем, підсилює переконливість журналістського матеріалу, сприяє ефективності авторського впливу. На наше переконання, образ адресата слід розглядати в аспекті діалогічної взаємодії автора та читача як категорію певного дискурсу. Ця співпраця за допомогою семантики та структури медіатексту відображає авторську спрямованість на передбачуваного реципієнта та орієнтацію на гіпотетичного сприймача, задає модель інтерпретації тексту й слугує базою для його сприйняття.

Комплекс засобів усіх мовних рівнів дозволяє створити довірливий тон, що дає змогу встановити, а надалі й закріпити діалог з читачем. Оскільки мета адресанта – націленість на формування максимального задоволення інформаційних потреб реципієнта, то використання спеціальних мовних засобів приводить до позитивної реакції на регіональний медіапродукт. За словами дослідниці Л. Козуб, «оформлення дискурсу з урахуванням соціально-психологічної моделі адресата сприяє тому, що інформація адекватно сприймається адресатом, а це означає, що дискурс виконує своє комунікативне завдання» [2]. Образ адресата відіграє важливу роль у створенні журналістських повідомлень та визначає і змістовні, і стилістичні особливості побудови тексту регіонального видання.

Комунікативна роль адресата активізується через діалогізацію монологу, зокрема його мовних форм, які імітують діалог з адресатом. Актуальні для адресанта категорії і сенси стають такими ж значимими для адресата. Мотиваційно-поведінкові і мовні особливості автора накладаються на образ читача, і, як наслідок, утворюється єдина мовна особистість, яку можна назвати цілісній авторсько-читацький організм.

### Література

1. Більовська Н. Категорії «автор-адресант» як знакові характеристики досягнення ефективності сучасних медіатекстів. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. Випуск 43. Львів, 2018. С. 212–217.

2. Козуб Л. Мовні засоби впливу у сучасному англomовному політичному дискурсі. URL: <http://dspace.tnpu.edu.ua/handle/123456789/2995>.

3. Левченко А. Роль регіональних ЗМІ у соціокультурній, економічній та політичній системах суспільства. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1381> (дата звернення: 30.03.2021).

4. Терещенко І. Регіональні ЗМІ: проблеми та перспективи. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILEA=&2\\_S21STR=npnbuimviv\\_2010\\_27\\_20](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILEA=&2_S21STR=npnbuimviv_2010_27_20) (дата звернення: 30.03.2021).