

На правах рукописи

БУДАРАГИНА Елена Ивановна

**СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА АДРЕСАТА
В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ**

Специальность 10.02.01 – русский язык

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук**

Москва – 2006

Работа выполнена на кафедре русского языка филологического факультета
Московского педагогического государственного университета

Научный руководитель:

кандидат филологических наук, профессор
НИКОЛИНА Наталия Анатольевна

Официальные оппоненты:

доктор филологических наук, профессор
ФЕДОСЮК Михаил Юрьевич

кандидат филологических наук, доцент
ВАЛЬКОВА Елена Анатольевна

Ведущая организация:

Московский государственный открытый педагогический университет

Защита диссертации состоится « 19 июня 2006г.
в 16 часов на заседании Диссертационного совета Д 212.154.07 при Мо-
сковском педагогическом государственном университете по адресу: 119992,
Москва, ул. Малая Пироговская, д.1, ауд. № 305

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Московского педагогиче-
ского государственного университета по адресу: 119992, Москва, ул. Малая
Пироговская, д.1.

Автореферат разослан « 11 » июня 2006 года

Ученый секретарь
Диссертационного совета



М.В. Сарапас

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Наша работа посвящена проблеме средств создания образа адресата в художественном тексте.

Актуальность настоящего исследования определяется необходимостью, во-первых, анализа нарративной структуры текста с учетом не только субъекта речи (автора, адресанта), но и адресата произведения; во-вторых, выявления системы языковых средств, которые участвуют в создании образа адресата в прозаическом тексте.

Философское осмысление проблемы адресации и тесно связанной с ней проблемы диалога началось еще в Античности и продолжается до сих пор (Аристотель, авторы средневековья, Н. Буало, Г.- Э. Лессинг, Новалис, Гегель, Э. Гуссерль, М. Бубер, М.М. Бахтин, Ю.М. Лотман)

Проблема адресации текста в последние десятилетия активно изучается и в лингвистике: Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, Д.Н. Шмелев, Г.Я. Солганик, Л.В.Славгородская, Э.В.Чепкина, Г.В.Степанов и мн. др.).

Сегодня теория адресованности активно разрабатывается на пересечении таких актуальных направлений современного языкознания, как: прагмалингвистика (Т.В.Бульгина, П.А. Лекант, Ю.С. Степанов, А.Н.Баранов, В.В. Богданов, И.М. Кобозева, Т.М. Николаева, Н.И.Формановская), лингвопоэтика (Н.А. Николина, Н.К. Онипенко), нарратология (В. Шмид, Е.В. Падучева); кроме того, привлекаются данные таких смежных дисциплин, как: теория речевых актов (Д. Франк, Г.Г. Кларк, Т.Б Карлсон, Н.И.Голубева-Монаткина, Л.А.Киселева), психолингвистика и психология (А.А. Леонтьев, Е.Я.Мелибруда), библиологическая психология (Н.А. Рубакин) и т.п.

Теория и практика анализа образа адресата художественного произведения тесно связана с исследованиями, проводимыми в области лингвистики текста и филологического анализа художественного текста (Г.О.Винокур, И.Р. Гальперин, Д.С. Лихачев, Ю.В. Манн, К.А. Долинин, Л.Ф.Киселева, В.Ш Кривонос, В.В. Молчанов, Н.В. Черемисина).

На сегодняшний день отечественными учеными сделано многое для изучения адресата речевого общения: созданы разнообразные типологии адресатов речи (Ю.М. Лотман, В.В. Богданов, Н.И. Формановская, И.Д.Чаплыгина), описаны некоторые коммуникативные категории, связанные с адресованностью текста (категория персональности в работе Е.П.Захаровой, Ты-категория И.Д. Чаплыгиной и т.п.). Однако до сих пор в работах лингвистов наблюдается существенный пробел в описании языковых средств создания образа адресата в литературном произведении.

Большая работа в этом направлении была проведена западными нарратологами (В. Изер, Ж. Женетт, Я. Линвельт, Дж. Принс, С. Четман, В.Шмид, Ф.К. Штанцель), но их изыскания носят в большой мере общетеоретический характер, не всегда применимы к практическому анализу конкретных текстов. Кроме того, в исследованиях зарубежных лингвистов не заметно стремления свести разнообразие типов литературных адресатов в единую систему. Следует признать, что до настоящего времени отсутствовали комплексные исследования образа адресата в художественном тексте.

Научная новизна определяется недостаточной изученностью проблемы адресата художественного текста, а также предлагаемым в работе подходом к ее изучению: анализ образа адресата начинается описанием функционирования средств адресованности, с последующим распределением их по уровням и направлениям адресованности; в ходе анализа учитываются не только все типы адресатов, представленные в тексте, но и системные связи между ними; итогом анализа становится описание целостного образа адресата художественного текста, включающее результаты всех предшествующих шагов исследования

Предметом исследования является субъектная организация, точнее - образ адресата художественного текста; **объектом** – средства создания образа адресата в художественном тексте.

Материалом исследования послужили романы авторов 1/3 XX века: М. Булгакова, Е. Замятина, Б. Пильняка, К. Федина, И. Бунина, М.М Пришвина. В этот период наблюдается усложнение субъектной организации художественного текста (Кожевникова Н.А.). Жанр романа также предполагает многообразие субъектных планов, представленных в тексте. Для обобщения материала, рассмотрения эволюции средств создания образа адресата используется проза писателей XIX века: И.С.Тургенев, Н.Г. Чернышевского, Н. Лескова (Тургенев рассматривается как представитель литературной нормы, Чернышевский – как автор новаторского по нарративной структуре романа).

Целью исследования является описание языковых средств, моделирующих образ адресата художественного текста. Цель работы определяет следующие **задачи работы**:

- 1) отразить соотношение понятий адресат (читатель) и образ адресата;
- 2) определить понятие *образ адресата*;
- 3) выделить и описать языковые средства, моделирующие образ адресата;
- 4) показать их соотношение в тексте;
- 5) разработать типологию адресатов художественного текста, применимую в практике анализа субъектной структуры текста;
- 6) выделить составляющие образа адресата;
- 7) представить образцы целостного анализа образа адресата художественного текста.

В соответствии с целью и задачами исследования в работе применялись различные **методы анализа**: сопоставительный метод, метод лингвистического описания, метод трансформации, метод контекстуального анализа.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что в процессе анализа материала выявлена система языковых средств создания образа адресата в художественном тексте. Вводятся такие понятия, как: *средство адресованности (сигнал адресованности)*, *уровень адресованности*, *направление адресованности*, наконец, *образ адресата*.

В работе предложена методика анализа образа адресата в художественном тексте, представлены образцы анализа. Это составляет **практическую значимость** исследования. Материалы диссертации могут быть использованы в практике преподавания курсов «Лингвистика текста» и «Филологический анализ текста» в вузе.

На защиту выносятся следующие положения:

- 1) Анализ нарративной структуры художественного текста требует рассмотрения не только образа автора, но и образа адресата;
- 2) образ адресата является важным структурообразующим и концептуально значимым элементом художественного целого;
- 3) в художественном тексте используется ряд языковых сигналов, выражающих значение адресованности: обращения, местоимения, вопросительные конструкции, номинационные ряды читателя и персонажей, метатекстовые операторы, отбор информации и пояснения, оценочные средства, заглавия, графическая организация текста;
- 4) в тексте часто представлено несколько типов адресатов, которые, взаимодействуя, объединяются в единый образ адресата литературного произведения.

Апробация работы. Диссертация обсуждалась на заседаниях кафедры русского языка МПГУ. Результаты исследования были представлены в докладах на научных конференциях: «150 лет со дня рождения В.Г.Короленко» (Нижегород, ННГУ им. Н.И. Лобачевского, июнь 2003 г.); «Язык. Человек. Культура» (Смоленск, СГПУ, март 2005 г.).

Основные положения диссертации нашли отражение в 5 публикациях.

Структура диссертации соответствует логике научного исследования, работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы. Библиография включает 159 наименований, в том числе 11 источников.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** анализируется современное состояние вопроса, определяется цель диссертационной работы, обосновывается ее актуальность, формулируются задачи исследования, определяются новизна полученных результатов и их практическая ценность, выдвигаются основные положения, выносимые на защиту.

В **первой главе «Категория адресованности текста»** рассматривается сущность и соотношение понятий *адресат речевого общения, литературный адресат*, различные точки зрения на них, существующие в науке, типологии адресатов. Описывается ряд языковых и текстовых единиц, выражающих значение адресованности, а также представлены классификации сигналов адресованности текста.

1.1 Адресат речевого общения

Адресат речевого общения – это субъект, которому направлено речевое произведение, тот, кто провоцирует общение (речевое или текстовое). С одной стороны, он составляет оппозицию адресанту речи, а с другой – противопоставлен остальным субъектам коммуникации: постороннему слушаю-

шему, третьим лицам, не участвующим в коммуникации, но упоминающимся в ходе нее (В.В. Богданов); постороннего слушающего следует отличать от косвенного адресата, который, имея формально статус первого, в действительности является адресатом сообщения (Г.Г. Кларк и Т.Б. Карлсон, Н.И. Формановская). Таким образом, реальное речевое общение имеет иерархическую субъектную организацию.

Речевая коммуникация в различных ситуациях осуществляется неодинаково. Среди факторов, оказывающих влияние на особенности протекания общения, важен и фактор адресата. Предлагаются разные классификации адресатов, в которых учитывается:

- 1) тип речевой ситуации (диалогический и монологический адресат);
- 2) ситуативная роль адресата (активный и пассивный);
- 3) возможность получения адресатом сообщения (потенциально возможный и потенциально невозможный адресат);
- 4) количественный состав (единичный и массовый адресат);
- 5) тип речевых взаимодействий между людьми (адресат устного или письменного сообщения);
- 6) характер референции (конкретный, частно-обобщенный и универсально-обобщенный адресат);
- 7) способ выражения адресованности (эксплицитный и имплицитный адресат);
- 8) степень реальности роли адресата (фактический, формальный и риторический адресат) (И.Д. Чаплыгина).

2.2 Литературный адресат

Интерес к проблеме литературного адресата (первоначально он приравнивался к читателю) имеет давнюю традицию, однако предметом систематического исследования она стала лишь в 1970-е гг. (1968 г. – год публикации программной статьи Р. Барта «Смерть автора»). Дальнейшую разработку данная проблема получила в рамках таких направлений, как: нарратология (Дж. Принс, Дж. Блейк, В. Изер, Дж. Каллер, М. Риффатер, С.Филл, Н. Холланд, В.Ф. Шмид и др), рецептивная эстетика (Э. Гуссерль, Р.Иргарден, Х.Р. Яусс и др.) и герменевтика (Х.Г. Гадамер, М. Хайдеггер, Э.Хирш и др.).

В России категория адресата художественного текста также привлекала внимание многих исследователей, таких, как: М.М. Бахтин, А.И. Белецкий, Ю.М. Логман, В.В. Прозоров, О.В. Солоухина, В.Ш. Кривонос, К.А. Долинин, Т.Г. Винокур, Н.А. Кожевникова и мн.др.

В свете новых актуальных идей литературное произведение стало рассматриваться учеными как разновидность коммуникативного акта. В связи с этим категории и параметры характеристики реального речевого акта переносятся на анализ, описание определенных свойств литературного текста. Однако, уподобляя субъектов литературной коммуникации участникам реального речевого общения, необходимо иметь в виду ряд принципиальных отличий, существующих между ними: «Адресат художественных произведений существенным образом отличается от адресата речевых актов. Читатель, публика не вовлечены непосредственно в прагматическую ситуацию. От них

не требуется оценки коммуникативного смысла и непосредственной реакции на речевой акт» (Г.В. Степанов).

Кроме того, фигура адресата литературного текста более неопределенна, поскольку автор, как правило, не обладает достаточным объемом объективной информации о своем адресате, он может лишь прогнозировать, рассчитывать, что это будет тот или иной тип аудитории. О.Л. Каменская, например, говорит о «коммуникативном квази-портрете потенциального реципиента», который формируется автором текста на основе субъективных представлений о нем. В идеальном случае такой коммуникативный портрет представляет собой «упорядоченную и взаимосвязанную совокупность сведений о реципиенте, необходимых автору для продуцирования текста «по-настоящему» реципиенту» (Каменская).

Можно говорить об образе адресата не только конкретного текста, но и целой эпохи, например, об образе адресата фольклора, литературы средневековья, эпохи классицизма, романтизма, модернизма и т.д. При построении образа адресата литературных эпох прошлого возникают определенные методологические трудности, связанные с выяснением способов восприятия мира в ту или иную эпоху, необходимостью учета семантического инвентаря культуры, а также «понимания относительной автономности художественно-поэтического действия» (Г.В. Степанов).

Так, для фольклора, как правило, характерно неразличение позиций автора и читателя: автора как такового нет, и отделенной от автора позиции читателя не существует. Средневековой литературе присущ «молчаливый» собеседник, послушно следующий канону восприятия» (О.В. Солоухина). Эпохе классицизма свойственна ориентация на традиционно-условные образы читателей, показательны характерные для нее формулы – «любезный», «благосклонный» и т.п. Литература сентиментализма также не предполагала интерпретационной читательской активности, ее представления об адресате отличались от представлений классицистов лишь наделиением читателя душевной чуткостью и пониманием – в противоположность классицистической холодности рационального восприятия.

Наибольшую сложность представляет определение роли читателя с активным вторжением авторского начала в литературу. Усложнение субъективной структуры текста, наблюдающееся с 1/3 19 века, касается не только адресанта, но и адресата. Читатель романтизма – это уже не сентиментальный слушатель, с доверием внимающий правдивому повествованию, он отдален от автора, не равен ему. Д.С. Лихачев отмечает возрастающую активность роли читателя в литературе реализма: «...читателю самому предполагалось приходиться к тому или иному заключению, к той или иной оценке изображаемого. С этой целью автор часто маскировался рассказчиком, который обычно избирался из людей простоватых, как бы не понимающих значения рассказываемого. Читатель домысливал за рассказчика» (Д.С. Лихачев).

Таким образом, со временем образ читателя, которому надо «дообъяснять», постепенно вызывает к жизни рассказчика, за которого надо «додумать» [Солоухина, 224].

В конце XX – начале XXI вв. между автором и читателем складываются принципиально новые отношения, которые ориентированы на отказ от диктата автора, на равноправный диалог «точек зрения» автора и читателя. Способность к разгадке и дешифровке литературного произведения входит в культурную компетенцию читателя XX–XXI вв а priori. Соответственно, меняется и авторская программа: текст уже не строится с расчетом на максимально адекватное восприятие его читателем. Именно степенью сложности понимания текста определяется теперь культурная ценность текстов

Тип адресата определяется не только литературной эпохой, но и его местом в системе текста. Разработанные зарубежными нарратологами классификации адресатов повествовательного текста (см. Современное зарубежное литературоведение – М., 1996) отличаются теоретической усложненностью, не всегда оправданной в практике анализа образа адресата художественного произведения.

Для удобства практического анализа текста мы предлагаем упростить терминологию. Основной оппозицией в типологии адресатов считаем эксплицитность – имплицитность: соответственно, различаются эксплицитный адресат и имплицитный адресат. Имплицитный адресат – это субъект «абстрактной коммуникативной ситуации», в идеале понимающий все коннотации автора, «различные «стратегии» его текста (В. Изер). Имплицитный адресат предполагается в каждом художественном произведении.

Эксплицитные адресаты различаются нарративным статусом в произведении и степенью выраженности. Их в тексте может быть несколько (например, в романе Н.Г. Чернышевского – *проницательный читатель, добрейшая публика*; у Е. Замятина – *неведомые читатели*, современники рассказчика), один (И.С. Тургенев, Н. Лесков – обозначенный традиционным обращением *читатель*). Можно предположить и возможность отсутствия эксплицитного адресата – в произведениях с крайне малой степенью выраженности категории адресованности (подобная тенденция прослеживается, в автобиографических романах исповедального типа – например, в романе И.А. Бунина «Жизнь Арсеньева»). Эксплицитный адресат может иметь статус персонажа произведения (Е. Замятин – современники рассказчика, жители *Единого Государства*) или быть лишенным его (Н.Г. Чернышевский – *проницательный читатель, добрейшая публика*). Кроме того, эксплицитный адресат может совпадать с адресантом, когда мы имеем дело с автоадресованностью (Е. Замятин, И.А. Бунин).

Принимая во внимание понятия внешней и внутренней коммуникации, выделяем по аналогии с экзегетическим и диегетическим повествователем экзегетического и диегетического адресатов (Е.В. Падучева). Экзегетический тип адресата встречается крайне редко. В качестве примера подобного типа адресата можно назвать имплицитного адресата исповедально-биографического романа И.А. Бунина «Жизнь Арсеньева», а также эксплицитных читателей в романе Н.Г. Чернышевского «Что делать?».

Диегетический адресат представлен практически в каждом художественном тексте, преимущественно в нескольких вариантах. Например, одним

из диегетических адресатов романа М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита» является московский обыватель, адресованность которому выражена различными способами. В романе Е. Замятина «Мы» диегетическим адресатом можно назвать современников рассказчика, а также самого рассказчика (автоадресованность).

Предметом данного исследования, однако, является не адресат, но образ адресата. Подобно тому, как «говорящий» в рамках литературной коммуникации превращается в «образ автора» с определенной коммуникативной установкой, «слушающий» трансформируется в «образ адресата» (Г.В. Степанов). Соответственно, в рамках «поэтики восприятия» (Г.В. Степанов) следует говорить не об адресате художественного текста, а об образе адресата художественного текста.

Прежде, чем определить понятие *образ адресата*, необходимо ввести несколько терминов:

Уровни адресованности – выделяются в нарративной структуре текста в соответствии с уровнями повествования; это вертикальный срез коммуникативной структуры произведения. Уровень адресованности определяется по адресанту. Внутри каждого уровня адресованности могут иметь место несколько направлений адресованности.

Направление адресованности – это реализация взаимосвязи литературных коммуникантов, осуществляемая в рамках одного уровня адресованности. Направление адресованности определяется по адресату.

Средства адресованности (сигналы адресованности) – языковые и текстовые средства, выражающие значение адресованности; средства адресованности являются *средствами создания образа адресата*.

Образ адресата – это сложная многоуровневая категория, предполагающая наличие различных направлений и уровней адресации, выраженная системой средств адресованности. Образ адресата является одним из основных структурообразующих элементов художественного произведения, одним из средств выражения концепции текста.

2.3 Сигналы адресованности текста

В работе представлены различные классификации средств адресованности текста:

1. Распределение средств адресованности на группы в соответствии с полевой структурой коммуникативной Ты-категории (И.Д. Чаплыгина):

- ядерная часть: личные местоимения, особенно местоимения 2 лица, различные наименования адресата, глаголы 2 лица, императив, вопросительные и повествовательные высказывания;
- переходная зона между ядерными и периферийными средствами: обращения и вводные компоненты;
- периферия: перформативы, частицы и междометия.

2. Классификация средств адресованности в соответствии со степенью выраженности в их семантике компонента «слушающий»:

- эксплицитные средства – средства называния, обозначения слушающего: обращения, местоимения и глаголы 2 лица;

- непрямо эксплицированные (дейктические, индексальные) средства – слова, грамматические категории и синтаксические конструкции, не называющие слушающего, но ориентированные на него, включающие в свое содержание компонент «слушающий». К ним относятся частицы, отсылающие слушающего к его фонду знаний, вводные слова, некоторые союзы, неопределенные местоимения, модальные слова, метатекстовые показатели;
- имплицитные средства – единицы, содержащие в своей семантике скрытую апелляцию к адресату; компонент «слушающий» входит в их пресуппозицию. Это частицы (Т.М. Николаева), побудительные и вопросительные высказывания; пояснительные, уточняющие конструкции; неполные ситуативные высказывания, экспрессивные средства языка, темарематическое членение предложения и текста (Г.А. Золотова) и игру на референциальной неоднородности (Т.Б.Радбиль).

3. Деление средств адресованности на текстовые и языковые:

- а) текстовые (метатекстовые операторы, объем информации, пояснения, оценки и т.п.);
- б) языковые:
 - лексические (номинационные ряды),
 - морфологические (местоимения, императивы),
 - синтаксические (обращения, вопросительные и побудительные конструкции).

В практике анализа образа адресата в художественном тексте на первом этапе удобно пользоваться третьей классификацией, далее – важно учитывать вторую, поскольку степень выраженности значения адресованности сказывается на том, приметой какого уровня адресованности могут быть те или иные средства.

Во второй главе «Средства создания образа адресата» дается анализ различных языковых единиц и текстовых категорий как средств адресованности художественного текста; показана степень участия и основные функции средств адресованности текста в создании образа адресата.

В исследовании представлен детальный анализ следующих средств адресованности: обращений, местоимений, вопросительных конструкций, метатекстовых операторов, отбора информации, пояснений и комментариев, средств выражения оценки, номинационных рядов персонажей и адресатов, заглавий, графической организации текста.

2.1 Обращения

Функции средств адресованности выполняют не все типы обращений, а лишь те, которые эксплицируют связь субъектов литературной коммуникации, участвуют в организации того или иного уровня, направления адресации. Такие обращения называем нарративными. Обращения, не участвующие в организации повествовательной структуры текста, в работе не рассматриваются.

По частоте использования в художественных текстах обращения занимают далеко не первую позицию среди средств адресованности. Они могут

использоваться как средства игры автора с читателем, поэтому нельзя сразу и однозначно оценивать их роль: функции обращений в художественном тексте могут быть чрезвычайно разнообразными, и чаще всего имеет место совмещение нескольких функций.

Кроме того, что посредством обращений обозначается наличие позиции читателя в тексте, они могут принимать участие, например, в дифференциации направлений адресованности (*проницательный читатель, публика* в романе Н.Г. Чернышевского «Что делать?», *читатель, граждане* в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита»). По соотносительному с обращением контексту можно характеризовать отношение адресанта к адресатам, например: *О, как ты понятлив, проницательный читатель: как только тебе скажешь что-нибудь, ты сейчас же замечаешь: «я понял это», и восхищаешься своею проницательностью. Благоговею перед тобою, проницательный читатель; Впрочем, моя добрейшая публика, толкуя с тобою, надобно договаривать все до конца; ведь ты хоть и охотница, но не мастерица отгадывать недосказанное* (Н.Г. Чернышевский «Что делать?») – налицо ирония в первом случае и доброжелательная, снисходительная поучительность во втором.

Обращения характеризуют представление адресанта о потенциальном адресате. Так, разнообразие обращений (*неведомые читатели, планетные читатели, венеряне, ураниты, Вы, кому придется читать это...*) свидетельствует о размытости представлений рассказчика романа Е.Замятина «Мы» о предполагаемых читателях.

Обращения являются в большой степени типизированным средством адресованности, во многом использование их обуславливается литературным направлением, эпохой. В романах XX в. вариативность обращений увеличивается и часто является индивидуально-авторской.

2.2 Местоимения

Анализ функционирования местоимений важен при обращении к категории адресованности художественного текста уже потому, что слова этой части речи являются одним из средств экспликации наличия контакта между адресантом и адресатом. В качестве средств адресованности выступают местоимения разных разрядов (личные, определительные, притяжательные), но наиболее важными в данном случае оказываются личные местоимения, причем главным образом, их оппозиции, поскольку они играют важную роль в распределении позиций субъектов диалога.

Местоимения часто используются для обозначения общности позиций адресанта и адресата: эксплицитного – *То густые потемки, то серый полумрак раннего утра не позволяли нам рассмотреть этого общества, и мы сделаем это теперь...* (Н. Лесков); *Как мы уже знаем* (М. Булгаков); или имплицитного – *...и тот самый человек в кюшоне, с которым Пилат имел мимолетное совещание в затемненной комнате во дворце* (М. Булгаков). Жесткое противопоставление говорящего и адресата также может обозначаться местоимениями: в романе Е. Замятина «Мы» *мы* = рассказчик Д503 + жители *Единого Государства* противопоставляется *вы* = *неведомые читатели*.

Дейкитичность денотативного значения местоимений позволяет им выражать совмещенную адресованность: в романе Е. Замятина «Мы» с помощью местоимения *мы* субъекты речи эксплицитно противопоставляются (*мы* = рассказчик + жители *Единого Государства*, противопоставленные *неведомым читателям*), а имплицитно – объединяются (*мы* = имплицитный автор + имплицитный читатель). Все это создает смысловую многоплановость прочтения художественного произведения.

2.3 Вопросительные конструкции

Степень проявления адресованности вопросительных конструкций различается в зависимости от выражаемой ими иллокутивной семантики. Очевидно, что адресованность в некоторых разновидностях непрямых вопросов (вопрос-утверждение, вопрос-отрицание) будет проявляться значительно бледнее, нежели в иных типах вопросительных конструкций (прямой вопрос, косвенные вопросы-просьбы, вопросы-запреты).

Основной функцией вопросительных конструкций является моделирование в тексте аналога речевой коммуникации, диалога. За счет возможности косвенных вопросов выражать совмещенную адресованность они выполняют функцию дифференциации направлений и уровней адресованности (например, автоадресованность и имплицитная адресованность вопросов-размышлений в романе Е. Замятина «Мы»). Кроме того, характер вопросов, задаваемых адресантом потенциальному адресату, свидетельствует об отношении первого ко второму, а также о его представлении о последнем (в частности, объем предполагаемой апперцепционной базы: *Знакомо ли вам это чувство. когда на аэро мчишься ввысь по синей спирали, окно открыто, в лицо свистит вихрь – земли нет, о земле забываешь, земля так же далеко от вас, как Сатурн, Юпитер, Венера?* (Е. Замятин «Мы»)).

2.4 Метатекстовые операторы

Метатекстовые операторы в художественном тексте выполняют не только функцию повышения эффективности восприятия информации, но и участвуют в «обыгрывании» этой задачи – в случае, когда автор ведет игру с читателем, нарочно запутывая его и уводя по ложному следу (см., например, роман М. Булгакова «Мастер и Маргарита»). Метатекстовые выражения могут служить для стилизации определенной манеры речи. К примеру, в романе М. Булгакова «Мастер и Маргарита» посредством имитации устного рассказа (обороты типа: *то есть не то чтобы понравился, а... как бы выразиться... заинтересовал, что ли; Второй жилец исчез, помнится, в понедельник...*) автор сближает рассказчика с адресатом, делая последнего не столько читателем, сколько слушателем.

Ретроспективное (*нетрудно догадаться*) или проспективное (*забегая вперед*) использование метатекстовых высказываний позволяет дифференцировать различных адресатов текста (тех, которые уже знают, и те, кому еще не известно); комментарии метатекстового характера могут указывать на нарративный статус говорящего, а соответственно, и адресата.

2.5 Отбор информации, пояснения и комментарии

Ориентируя свое произведение на восприятие определенным типом адресата, автор выстраивает повествование в соответствии с возможностями восприятия его потенциальным читателем. При этом большое значение имеет выбор материала, на базе которого строится повествование, другими словами, избираемая автором предположительно общая апперцепционная база. Развернутость или минимализация описаний, характер информации о хронотопе повествования, прецедентные имена (тексты), интертекстуальные связи, наличие/отсутствие и характер пояснений – все это формирует определенный образ адресата текста.

Отбор информации, пояснения и комментарии свидетельствуют о принадлежности адресата к определенной культуре (адресованность романов И.С. Тургенева читателям – современникам, принимающим активное участие в общественной жизни; непринадлежность потенциальных читателей к миру рассказчика Д 503 в романе Е. Замятина «Мы»: *Вероятно, из религиозных предрассудков дикие христиане упрямо держались за свой «хлеб» – сноска: Это слово у нас сохранилось только в виде поэтической метафоры: химический состав этого вещества нам неизвестен*).

Неоднородность информационного фона в художественном тексте может быть свидетельством наличия нескольких уровней или направлений адресованности в нем (М. Булгакова «Мастер и Маргарита»: московские и ершалаимские главы).

2.6 Оценки

Рассматривая оценки в аспекте адресованности текста, необходимо учитывать следующие моменты: что является объектом оценки, какими способами осуществляется оценка, как соотносятся объект оценки и собственно оценка, взаимодействие оценок, представленных в тексте. Имеет значение также количество оценок: обилие их свидетельствует о доминирующей роли автора над адресатом (Чернышевский); кроме того, создается эффект навязывания читателю авторской системы оценок, представленной в тексте. Может иметь место и система ложных оценок: когда автор, например, иронизирует или провоцирует у читателя определенные оценки, противоречащие тем, что представлены в тексте (М.Булгаков, Е. Замятин).

Посредством оценок говорящий определяет тип отношений между собой и своим адресатом: в романе Е. Замятина «Мы» рассказчик Д 503, оценивая *неведомых читателей* как существ, находящихся еще на ранних ступенях развития, определяет свои отношения с ними как отношения учителя и ученика. Полярность оценок может быть средством характеристики адресата (*добрейшая публика*, противопоставляемая по уровню развития главным героям романа Н.Г. Чернышевского «Что делать?»). Иронические оценки (М. Булгаков) и аксиологические перевертыши (Е. Замятин) служат средством экспликации имплицитной адресованности текста.

2.7 Номинационные ряды

Наряду с оценками важным средством адресованности текста является разного рода варьирование номинации персонажей и адресатов. В первую

очередь номинационные ряды выражают отношение говорящего к своему адресату (пренебрежение, уничтожение, фамильярность автора в романе «Что делать?» по отношению к *проницательному читателю*, называемому также *мой милашка*, и совершенно иное отношение к *публике – друзьям*). Варьирование номинации является также средством дифференциации адресатов разных уровней: с помощью повторной номинации автор романа «Мастер и Маргарита» организует те связки, которые доступны только читателю, знакомому с содержанием предшествующих страниц. Так он дистанцирует своего читателя от персонажей произведения (также являющихся одним из адресатов), ставя первого рангом выше за счет наделения его способностью видеть больше, чем последние.

2.8 Заглавия

Заглавия служат способом моделирования читательского восприятия. В качестве средств создания образа адресата они обычно играют вспомогательную роль. Например, позиция заглавия делает сочетание *Тополь да березка* (И. Лесков «Некуда»), в частности, средством характеристики лингвокультурологических знаний принадлежности адресата, поскольку здесь имеется, несомненно, апелляция к культурной компетенции читателя (деревья являются культурными символами).

Основными функциями заглавий являются акцентуализация внимания читателя на определенных фрагментах текста, важных для понимания концепции произведения; отражение композиционного членения текста, хронологии описываемых событий; участие в организации композиционных стыков, привлекающих внимание читателей.

2.9 Графическая организация текста

Графическая организация текста также служит преимущественно способом моделирования читательского восприятия, однако обнаруживает и потенциал средств создания образа адресата. Так, графически выделенное местоимение (разрядкой, курсивом) соотносится по смыслу с референтом, важным для говорящего, но в ближайшем контексте не упоминающимся. Посредством такого приема может создаваться эффект сближения адресанта и адресата в плане единства информационной базы. Например, в романе Е.Замятина «Мь»: *Он тоже знал е е и от этого мне было еще мучительней*. Графическая организация текста используется для выделения логически ударных слов; обозначения недоговоренностей и лакун в повествовании (— в романе Е. Замятина «Мь»); включения читателя в атмосферу описываемых событий (тексты лозунгов, плакатов, листовок в романах Б.Пильняка «Голый год» и К. Федина «Города и годы»); привлечения его внимания к смене точек зрения; отражения динамики временных планов повествования; фиксации переходов от одной сюжетной линии к другой.

В третьей главе «Образ адресата художественного текста» представлены образцы целостного анализа образа адресата художественного текста на материале романа Е. Замятина «Мь», М. Булгакова «Мастер и Маргарита», выделены основные положения методики подобного анализа

3.1 Принципы анализа образа адресата в художественном тексте

Целостный анализ образа адресата художественного произведения, как и любой другой вид филологического анализа, предполагает поуровневый анализ языковых средств (в данном случае – средств адресованности) с последующим сведением результатов в единую систему.

Система адресации любого произведения сложна. Если допустить наличие константных составляющих образа адресата (то есть многообразные типы адресованности, представленные в тексте, как-то: эксплицитная, имплицитная адресованность, автоадресованность и т.п.), то в зависимости от актуализации той или иной составляющей будет меняться и сам образ адресата.

Анализируя образ адресата в художественном тексте, необходимо учитывать следующие моменты:

- 1) Значимость лишь того, что заложено в тексте, что имеет в нем материальную выраженность (или порождается смысловым взаимодействием представленных в тексте единиц). При этом высказывания автора о своих намерениях, находящиеся вне текста, также роли не играют;
- 2) Учет в тексте определенной позиции читателя;
- 3) Жанровое своеобразие произведения, особенности той литературной эпохи, в которую оно было создано, и индивидуальность авторской манеры повествования. Так, например, различия в выражении категории адресованности в произведениях Н.Г.Чернышевского и И.С. Тургенева, с одной стороны, и Б. Пильняка, Е.Замятина, М. Булгакова, с другой, во многом обуславливаются различиями литературных традиций, а роман И. Бунина требует особого подхода и в силу жанровой специфики. Кроме того, у каждого автора могут быть свои предпочтения в использовании тех или иных средств адресованности. В связи с этим центр и периферия сигналов адресованности определяются применительно к каждому отдельному тексту
- 4) Парное выявление субъектов коммуникации, представленных в тексте, то есть каждому типу адресата должен соответствовать свой тип адресанта – это позволит избежать излишнего дробления образа адресата и уравновесить, гармонизировать субъектную организацию текста в целом. При анализе образа адресата нарративный статус говорящего важен лишь в том случае, когда возникают трудности с распределением сигналов адресованности по уровням. Направления обычно более эксплицитны
- 5) Соотношение имплицитной и эксплицитной адресованности текста, поскольку это может существенным образом сказаться на образе адресата. Так, в романе Н.Г. Чернышевского «Что делать?» имплицитная адресованность наиболее четко выявляется именно при сопоставлении ее с эксплицитной адресованностью, представленной в произведении чередой «несостоявшихся читателей» («проницательный читатель», «простой читатель», «добрейшая публика» и т.д.). Эксплицитный читатель здесь «выступает в функции "несостоятельного читателя", являющегося объектом иронии повествовательной стратегии текста, направленной на разрушение

инерционной системы традиционного восприятия, чтобы переключить внимание имплицитного читателя на более важные, с точки зрения автора, проблемы, чем вопросы чисто литературного характера. Задача имплицитного читателя характеризуется здесь как необходимость определить свою позицию по отношению к взглядам всех этих «читателей» и синтезировать в единое концептуальное целое внутренний мир романа» (И.П. Ильин).

Анализируя средства адресованности текста, естественно, необходимо учитывать неперенное наличие пересечений тех или иных явлений, которые в итоге можно рассматривать в терминах разных систем. В одних и тех же примерах средствами адресованности могут являться (и чаще всего являются) сразу несколько языковых (текстовых) единиц, поэтому необходимо анализировать их во взаимодействии, как элементы одной системы, дополняющие друг друга

В диссертации предлагаются следующие основные этапы анализа образа адресата в художественном тексте:

- Обнаружение в тексте средств адресованности;
- Определение их функций;
- Распределение средств адресованности по уровням и направлениям адресованности, соответственно, выявление направлений и уровней адресованности;
- Характеристика типов адресатов, присутствующих в тексте;
- Сведение полученных результатов в единую систему.

3.2 Образ адресата в романе Е. Замятина «Мы»

В тексте романа Е. Замятина «Мы» представлено множество языковых и текстовых единиц, выступающих в роли средств адресованности, то есть принимающих участие в создании образа адресата данного текста: обращения, местоимения, вопросительные конструкции, номинационные ряды адресата, оценки, комментарии и пояснения и др. Образ адресата складывается из двух уровней адресации: эксплицитный рассказчик – эксплицитный адресат и имплицитный автор – имплицитный адресат. На первом уровне адресации выделяются три направления адресованности: рассказчик – *неведомые читатели*, рассказчик – его современники, жители *Единого Государства* и рассказчик – рассказчик (автоадресованность).

В данном произведении имеют место случаи совмещенной адресованности, когда за эксплицитным говорящим виден имплицитный субъект речи, свидетельствующий своим появлением о присутствии сигнала адресованности имплицитному адресату. Например: *Что если сегодняшнее, в сущности, маловажное происшествие – что если все это только начало, только первый метеорит из целого ряда грохочущих горящих камней, высыпанных бесконечностью на наш стеклянный рай?* Как в значении слова *стеклянный* 'сделанный из стекла' в тексте романа актуализируются смыслы 'непрочный, хрупкий', так и за эксплицитным адресантом – рассказчиком Д503 «просве-

чивает» имплицитный автор; соответственно, автоадресованность трансформируется в адресованность имплицитному читателю.

В нарративной структуре романа Е. Замятина «Мы» реализована коммуникативная ситуация, парадоксальность которой заключается в смешении субъектов коммуникации. Активный говорящий (рассказчик *Д503*) становится в позицию пассивного обсуждаемого. Пассивно обсуждаемый (*древний предок*) становится активным адресатом, интерпретатором текста. Эксплицитно представленный адресат (*неведомый читатель*) оказывается фигурой мнимой (об этом свидетельствует система оценок, представленная в тексте). Эксплицитная адресация записок *Д 503* так же эфемерна, как описываемый им рай.

Таким образом, при чтении данного произведения система координат меняется, осмеивающий становится осмеиваемым. Истинным направлением адресации, структурирующим роман в целом, оказывается обращение имплицитного автора к имплицитному читателю, и именно экзегетический имплицитный адресат становится гарантом истинной интерпретации глубинного смысла произведения. Ведущим приемом, концептуально значимым для интерпретации произведения, является прием ложной адресации.

3.3 Образ адресата в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита»

Роман М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита» – произведение, имеющее многоуровневую адресацию. В тексте представлены различные сигналы адресованности (обращения, императивы, метатекстовые операторы, объем информации, представленной в тексте, игра со временем и пространством, оценки, номинационные ряды персонажей и др.), при этом сложить все направления адресации в единый образ адресата оказывается непросто.

Образ адресата создается контрастом повествовательной манеры в двух композиционных частях романа: московских и ершалаимских главах. Различия в повествовательной манере связаны, в частности, с тем, что связи адресанта и адресата в московских и ершалаимских главах эксплицируются неодинаково. Повествование о московских событиях носит черты живого рассказа, о чем свидетельствуют многочисленные вводные слова, вопросительные конструкции, восклицания и проч. В ершалаимских главах дистанция между адресантом и адресатом как будто увеличивается.

В тексте московских глав обозначаются два уровня адресации: рассказчик – московский обыватель (персонаж) и повествователь – читатель. Первые принадлежат хронотопу повествования, а вторые несколько удалены во времени от описываемых событий, но не настолько, чтобы не иметь возможности живо представить себе жизнь столицы конца 20-х гг. (свободное использование столичной топонимики без каких-либо комментариев позволяет говорить об адресованности романа людям, свободно ориентирующимся в данном культурном пространстве). Читатель в отличие от московского обывателя предполагает наличие незамутненного сознания, способного разглядеть ненормальность происходящих событий, которую московские обы-

ватели уже не осознают, как это ни удивительно, кроме того, он должен уметь почувствовать иронию автора.

Придавая описываемым событиям колорит актуальности (регистр здесь и сейчас за счет стилизации разговорной речи, преподнесения рассказа как сплетен, слухов), говорящий в московских главах занимает позицию синхронного рассказчика, непосредственного свидетеля событий, ставя и адресата в позицию синхронного слушателя. Однако за синхронным рассказчиком периодически проглядывает и повествователь, адресация которого не ограничивается узким кругом московских обывателей (отбор информации, комментарии и др.).

Образ адресата в московских главах, таким образом, строится на тонком переплетении, в ряде случаев даже пересечении этих двух уровней адресации, о чем свидетельствует тонкая авторская игра с позицией читателя в тексте.

Повествовательная манера ершалаимских глав резко контрастирует с типом повествования, представленного в московских главах романа. В тех частях текста, где повествуется о Понтии Пилате и Иешуа Га-Ноцри, дистанция между адресантом и адресатом, несомненно, увеличивается. Здесь нет и намека на стилизацию устного рассказа, как в московских главах – напротив, перед нами объективное повествование от третьего лица, персональный тип повествования (Ю.В. Манн).

В аспекте адресованности, соответственно, также проявляются различия. Так, в ершалаимских главах выделяется только один уровень и одно направление адресации, реализующее коммуникативное взаимодействие повествователя и читателя. Никаких сигналов внутренней адресованности типа рассказчик – персонаж здесь не представлено.

Об отличии адресата ершалаимских глав от эксплицитного адресата московских глав свидетельствует уже сама тема второй линии повествования, не предполагающая интереса у обывателя, интересующегося в основном свежими сплетнями. Адресат ершалаимских глав должен, видимо, обладать более обширным и качественно иным фондом знаний, чем один из адресатов московских глав. Он должен достаточно хорошо знать историю культуры, в том числе историю Древнего мира.

Направление адресованности имплицитному читателю, имеющее место в московских главах и являющееся преимущественным в ершалаимских главах, объединяет обе части романа в единую коммуникативную систему. Кроме того, в тексте романа есть переклички, объединяющие повествование московских и ершалаимских глав в единое целое (композиционные повторы первых и последних фраз некоторых глав; пояснения, реализующие временное соотнесение событий, происходящих в Ершалаиме и Москве: *Через час пришел ответ (к вечеру пятницы)...*; *Но в это время, то есть на рассвете субботы, не спал целый этаж в одном из московских учреждений...* и т.п.). Единство адресованности ершалаимских и – частично – московских глав поддерживается эксплицитно и одним из нарративных обращений москов-

ских глав (нейтральным *читатели*, противопоставленным социально и хронологически маркированному *граждане*).

Кроме эксплицитной соотнесенности московских и ершалаимских глав, в романе есть и имплицитная их соотнесенность. Так, адресат романа должен суметь установить прототипические связи событий, описанных в разных частях произведения, соотнести персонажей московских и ершалаимских глав: Иешуа и Мастера, Каифу и Берлиоза, Иуду и Алоизия Могарыча и т.д.

Таким образом, адресованность романа имплицитному читателю, объединяющему разные композиционные части текста в единую коммуникативную систему, «просвечивает» сквозь адресованность произведения московскому обывателю (эксплицитному адресату московских глав). Сагира взаимодействует с трагедией: «Булгаков все более углубляет замысел: от первоначального чисто сатирического изображения мира он движется ко все более глубокому философскому и религиозному постижению его сущности» (Г.А. Лесский). Образ адресата в романе М. Булгакова «Мастер и Маргарита» отражает эволюцию авторского замысла

В **заключении** приводятся основные выводы и результаты, полученные в ходе исследования, определяются перспективы дальнейшей работы над темой.

Образ адресата художественного произведения – это сложная многоуровневая категория, предполагающая наличие различных направлений и уровней адресации, опирающаяся на систему языковых средств, ее формирующих. Образ адресата является одним из основных структурообразующих элементов художественного произведения, одним из средств выражения концепции текста.

В диссертации вводятся понятия *уровень* и *направление адресованности*, необходимые для анализа образа адресата художественного текста. В работе при большом внимании категории адресованности в синхронии имсют место и диахронические экскурсы, подтверждающие историческую изменчивость данного феномена, в частности, средств его выражения (вектор от большей клипированности в 19 веке к усилению индивидуальных черт в 20 веке).

Основное внимание уделяется анализу языковых и текстовых единиц как средств адресованности художественного текста. В работе описаны следующие сигналы адресованности текста: императивы, вводные компоненты, перформативы, частицы, междометия, сильные позиции текста, хронотоп, композиция текста в целом и отдельные ее элементы, проспекция, ретроспекция и др. Представлен детальный анализ следующих средств адресованности: обращений, местоимений, вопросительных конструкций, метатекстовых операторов, отбора информации, пояснений и комментариев, средств выражения оценки, номинационных рядов персонажей и адресатов, заглавий, графической организации текста.

В результате анализа средств адресованности художественного текста были выделены основные функции, присущие практически всем средствам адресованности:

- 1) характеристика предполагаемого адресата по различным параметрам (известность/неизвестность для адресанта, объем его апперцепционной базы, другие характеристики.);
- 2) экспликация отношений, устанавливаемых адресантом между собой и своим адресатом (большая/меньшая дистанцированность), их тональность (полемика, доброжелательность, дидактичность, ирония и т.д.);
- 3) дифференциация направлений и уровней адресованности текста (эксплицитная и имплицитная);
- 4) концентрация внимания читателя на определенных фрагментах текста, важных для понимания концепции произведения.

Кроме того, в работе отмечены и вспомогательные функции, присущие различным средствам адресованности:

- обозначение позиции образа адресата в нарративной структуре произведения (обращения);
- распределение позиций субъектов диалога: их объединение, разграничение, противопоставление, сочетание адресаций разных уровней, способствующее игре автора с читателем (местоимения);
- моделирование ситуации диалога, аналога речевой коммуникации в художественном тексте (вопросительные конструкции);
- структурирование повествования в целом или отдельных высказываний, имитация устного рассказа, следовательно, сближение адресанта и адресата, экспликация общности/ дистанцированности позиции рассказчика и адресата, дифференциация персонажей и читателей (важно при наличии нескольких уровней адресованности) (метатекстовые операторы);
- создание высокого или иронического пафоса в восприятии описываемых событий, реалий (оценки);
- включение читателя в атмосферу описываемых событий (графическая организация текста).

Центр и периферия средств адресованности зависят не только от их потенциала в системе языка, но определяется применительно к каждому конкретному художественному тексту. Предпочтение автором тех или иных средств адресованности и способа их использования детерминировано многими причинами: литературной эпохой, типом художественного сознания, жанром, индивидуальным стилем. Так, в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита» метатекстовые операторы оказываются одним из центральных средств адресованности, а обращения играют второстепенную роль; местоимения, являющиеся периферийным средством адресованности в произведениях И.С. Тургенева, и Н. Лескова, в романе Е. Замятина «Мь» играют важнейшую роль и т.д.

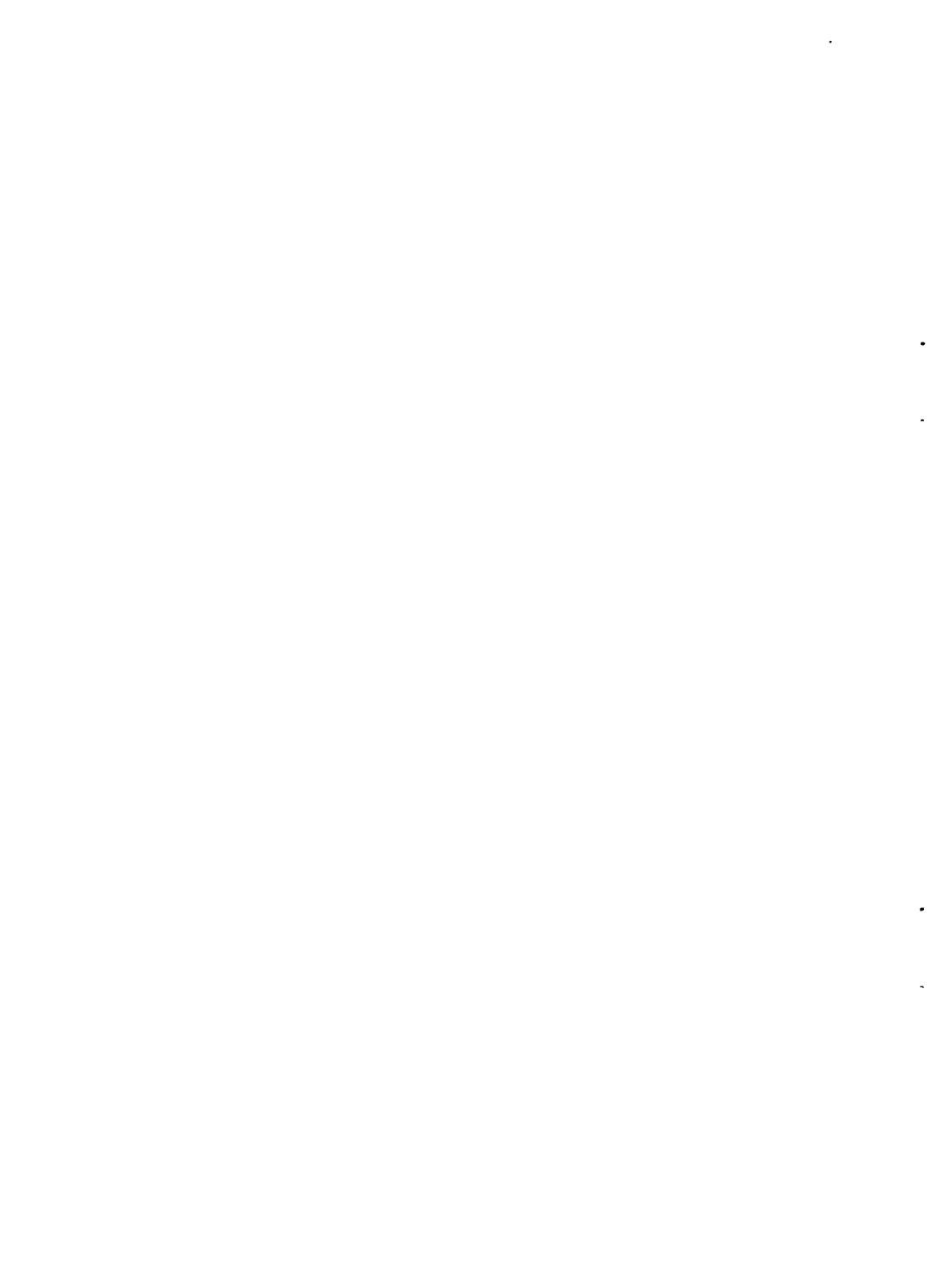
Учитывая выводы, сделанные в работе, можно наметить дальнейшие **перспективы исследования** образа адресата художественного текста:

- 1) исследование имплицитных средств адресованности художественного текста;

- 2) практический анализ образа адресата конкретных текстов разных эпох, подтверждающих теоретические положения о его исторической изменчивости; обнаружение общих закономерностей эволюции данного феномена;
- 3) анализ образа адресата текстов разных стилей.

Материал и основные положения диссертационного исследования отражены в следующих публикациях автора:

1. Нечаева (Бударагина) Е.И. Образ адресата как структурообразующий элемент художественного текста // Актуальные проблемы современной филологии. Языкознание: Сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции. Ч.2. – Киров, 2003. С.79-82 (0,2 п.л.).
2. Нечаева (Бударагина) Е.И. Образ адресата в романе Е. Замятина «Мы» // Язык русской литературы XX века (выпуск 2) / под общ. ред. О.П. Мурашевой, Н.А. Николиной. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2004. С.69-75 (0,4 п.л.).
3. Нечаева (Бударагина) Е.И. Способы создания образа адресата в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита» // Лингвистика и поэтика. Сборник научных трудов. – Л59 ЦГЛ, М.: 2004. С.168-175 (0,45 п.л.).
4. Нечаева (Бударагина) Е.И. Графические средства создания образа адресата в художественном тексте // Лингвистика и поэтика. Сборник научных трудов. – Л59 ЦГЛ, М.: 2005. С.159-163 (0,25 п.л.).
5. Нечаева (Бударагина) Е.И. Оценочные средства как способ экспликации взаимодействия автора и читателя // Язык. Культура. Человек: Материалы международной научно-практической конференции 21-23 марта 2005 года, Смоленск: В 2 ч./ Отв. Ред. Л.М. Ньюбина. – Смоленск: СГПУ, 2005. С.22-26 (0,31 п.л.).



Подп. к печ. 28.04.2006 Объем 1,25 п.л. Заказ №. 108 Тир 100 экз.

Типография МПГУ

2006 A
10794

№ 1 0 7 9 4