

Віталій Назарець

АДРЕСОВАНІСТЬ ЯК СТРУКТУРНИЙ ПРИНЦИП КОМУНІКАТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ КОЛИСКОВОЇ ПІСНІ

Анотація. Стаття присвячена аналізу особливостей комунікативної організації ліричного твору. Досліджується феномен адресованості як структурного принципу комунікативної організації колискової пісні, типи авторської адресної настанови.

Ключові слова: лірика, колискова пісня, комунікативна організація, художня форма, жанр, адресат.

До актуальних проблем сучасного літературознавства належать питання дослідження специфіки жанрової організації ліричних творів, принципів теоретичного виокремлення та класифікації генологічних типів лірики, методології аналізу їх жанрової суті. Сучасне літературознавство представлено достатньо значною кількістю жанрових концепцій лірики, водночас арсенал методів та теоретичних принципів, за допомогою яких науковці намагаються окреслити жанрову природу ліричних творів, постійно оновлюється і ускладнюється. Одним із перспективних напрямків досліджень художньої специфіки поезії є вивчення комунікативної організації ліричного твору.

Питання комунікативної структури ліричного твору розглядалися в працях Р. Якобсона, І. Ковтунової, Ю. Левіна, П. Толстогузова, Ю. Клим'юка, М. Ткачука, І. Романової та ін., водночас чимало пов'язаних з цією проблемою теоретичних аспектів потребують подальшого уточнення.

Мета цієї наукової розвідки – дослідження адресованості як структурного принципу комунікативної організації колискової пісні.

Комунікативна організація ліричного твору – це той його художній сегмент, який співвідносить виявлені у творі творчі інтенції автора з особою адресата, якому вони спрямовуються. Інакше кажучи, комунікативна організація художнього твору – це певний, притаманний для нього тип контакту, настанови на спілкування, що встановлюється між автором та його потенційним адресатом. Зрозуміло, що кожен художній твір має свій, значною мірою унікальний і неповторний тип комунікативної організації, водночас найбільш характерні риси комунікативного спрямування авторської адресної настанови можуть бути теоретично виокремлені та узагальнені. Так, Ю. Левін у статті «Лірика з комунікативної точки зору», аналізуючи комунікативну структуру поетичних текстів, пропонує поділяти їх на чотири типи: «еготивний», написаний від першої особи, «апелятивний», побудований у формі цілісного звернення до адресата, «змішаний» тип і «окремий» («ні той, ні інший») [1]. Сучасна дослідниця І. Романова за ознакою співвіднесення суб'єкта мовлення та його об'єкта пропонує виділяти п'ять типів комунікативної організації ліричного твору: 1) надособово-безадресний тип; 2) еготивний тип; 3) апелятивний тип; 4) еготивно-апелятивний тип; 5) змішаний тип [2, с. 9-10].

Наявність кількох теоретичних моделей комунікативної організації ліричного твору, окрім усього іншого, означає, що в кожному із них характер виявленої у творі адресної настанови має свої специфічні відмінності, які найбільш чітко виявляють себе при співвіднесенні двох діаметрально протиставлених комунікативних типів: еготивного та апелятивного, оскільки усі інші типи фактично виступають як проміжні або змішані).

Специфіка виявленої у цих двох типах комунікативної організації ліричного твору авторської адресної настанови стосується в першу чергу:

- 1) художньої форми, у якій відтворюється зображена сюжетна ситуація;
- 2) образу адресата, до якого спрямована авторська адресна настанова;
- 3) жанрової приналежності твору.

1) Специфіка форми художнього зображення.

Попри те, що будь-який художній текст потенційно спрямований до свого адресата, характер вираженої у ньому авторської адресної настанови може бути різним, у тому числі і в залежності від обраної автором для даного тексту форми художнього зображення. Еготивний тип комунікативної організації ліричного твору зазвичай передбачає номінативно-описову форму художнього зображення, зокрема відтворює сюжетну ситуацію, в якій суб'єкт мовлення, виражений різними формами граматичної або й образно-предметної присутності описує суб'єктивну данність власного «я» або об'єктивну реальність навколишнього оточення, осмислюючи їх з точки зору естетично ціннісного досвіду світосприйняття. Апеляція до адресата тут хоча й присутня, але виявляє себе не демонстративно, латентно. Специфіка апелятивного типу комунікативної організації ліричного твору, навпаки, полягає у тому, що форма зображення тут передбачає прямий вияв авторської адресної настанови, зокрема у вигляді сюжетного відтворення ситуації звернення суб'єкта мовлення до адресата цієї поетичної апеляції.

2) Образ адресата.

Образ адресата ліричного твору – це доволі складне і, на жаль, ще не достатньо досліджене сучасним літературознавством питання. Втім, вже навіть сама специфіка художньої форми зображення, характерної для еготивного та вокативного типів комунікативної організації ліричних творів, доводить і те, що вони співвіднесені з різними типами адресатів. Зокрема авторська адресна настанова у еготивному типі твору спрямована на так званого зовнішньотекстового адресата, тобто читача, точніше – певний естетичний тип читацького сприймання. Вокативний тип твору, зважаючи вже на специфіку відтворюваної у ньому сюжетної ситуації, насамперед апелює до особи адресата, окресленого у самому тексті, тобто внутрішньо-, а не зовнішньотекстового. Таким чином, у вокативному типі комунікативна структура твору суттєво ускладнюється і набуває ознак свого роду подвійної адресації, оскільки крім зовнішньотекстового адресата (читача) тут з'являється ще й внутрішньотекстовий адресат (особа, до якої безпосередньо звертається автор, спрямовуючи на її адресу зміст свого послання).

Отже, вокативний тип комунікативної організації, як і еготивний, в кінцевому рахунку апелює до певного «ідеального» біографічного адресата (читача), але, на відміну від еготивного, робить це не прямо, а опосередковано, у формі звернення до третьої, «сторонньої» особи, внутрішнього адресата, який у цьому випадку виступає специфічним смисловим посередником між початковим відправником змісту повідомлюваного (тобто автором) й його кінцевим отримувачем (тобто читачем). У ролі внутрішнього адресата в цьому типі комунікативної структури може також виступати не лише певна «третя» особа, персонаж твору, до якого звертається автор, а й він сам. У цьому разі комунікація набуває ознак автокомунікації.

3) Жанрова приналежність твору.

Адресованість як структурний принцип комунікативної організації ліричного твору найчастіше виявляє себе й ознаками жанрової маркованості тексту, тобто його генологічної приналежності, закріпленої за ним генетично (його місцем та функціями в художній

ієрархії канонічних жанрів) або ж, якщо мова йде про постнормативну епоху, підкресленої авторським заголовком, певними формами авторських жанрових рефлексій.

Колискова пісня – це, як відомо, початково фольклорний твір, функціонально спрямований на те, аби заспокоїти та приспати дитину. З точки зору комунікативної організації колискові пісні можуть мати як вокативний, так і еготивний тип художньої побудови.

1) Вокативний тип.

У вокативному типі комунікативної організації колискової пісні адресованість виражена найбільш чітко і безпосередньо. Форма зображення у цьому типі творів безпосередньо моделює ситуацію звернення суб'єкта мовлення (найчастіше матері або когось із ближнього родинного оточення) до дитини, образ якої співвіднесений із особою внутрішньотекстового адресата. Саме звернення набуває ознак імперативного спонукання до певної дії, кінцевим результатом якої є засинання дитини:

*Ой спи, дитя, колишу тя,
Як не заснеш, покину тя.
Люляй, люляй, очка стуляй,
Стуляй собі, засни собі [4, с. 27]*

Образ внутрішньотекстового адресата, тобто дитини у вокативному типі колискової пісні зазвичай не деталізується і не виявляє ознак особистісної персоналізації, оскільки, як і будь-який інший фольклорний текст, колискова пісня адресована не конкретному індивіду, а надособовому адресату, тобто дитині як такій. Водночас, у колискових піснях, очевидно, більш пізнього в часі історичного походження, з'являються ознаки не лише іменної ідентифікації дитини, але й соціальної ідентифікації суб'єкта мовлення:

*Ой спи, дитя, колишу тя,
Як ти заснеш, полишу тя.
Відійду в чисте поле,
Спи, Марисю, спи, соколе [4, с. 27]*

Крім самої дитини особу внутрішньотекстового адресата у вокативному типі колискової пісні можуть представляти й інші, зазвичай міфологізовані персонажі, серед яких найчастіше трапляється кіт: «У багатьох колісанках мотив присипляння пов'язаний з ще однією напівміфічною істотою – котом. Кіт у слов'янських культурах займає вагомe місце, він символ оберегу дому (спить на печі, стереже спокій; не відходить далеко від дому, завжди повертається). Крім того, очевидно, здавна була помічена здатність kota швидко засинати, спати більшу частину доби. З цим був пов'язаний звичай класти kota в колиску перед тим, як туди клали дитину. У колискових піснях з'являється мотив закликання kota:

*Коте сірий, коте білий, Дитиньку колихати,
Коте волохатий, Дамо тобі папи
Ходи вже до хати Да у твої лапи.*

Текстів, де кіт бере участь у заколисуванні дитини, дуже багато у багатьох варіантах і різних поєднаннях. Подекуди чітко простежується віра в те, що кіт є оберегом для дитини:

*Коте, котіку-вуркоте
На (ім'я дитини) сон дрімоти,
На котика усе лихо,
А ти (ім'я дитини) спи тихо». [3, С. 569-570]*

В окремих випадках вокативний тип колискової пісні може набувати форми діалогу між суб'єктом і адресатом мовлення (матір'ю і дитиною) або автокомунікації, коли в процесі звернення до адресата суб'єкт мовлення висловлює певні рефлексії щодо власної особи.

2) Еготивний тип.

Еготивний тип комунікативної організації колискової пісні кількісно не менш поширений, аніж вокативний.

*Ой у ліску на горішку
Там хатинка новенька.
Там хатинка новенькая,
Там дитина маленькая.
Ми дитинку будем колисати
І самі будемо спати [4, с. 23]*

Специфіка цього типу комунікативної організації колискової пісні насамперед полягає у тому, що зовні подібні тексти позбавлені ознак вияву адресованості. Дійсно, замість ситуації звернення суб'єкта мовлення до особи внутрішньотекстово виявленого образу адресата, замість вокативно-спонукальної моделі мовлення маємо сюжетну ситуацію номінативно-описового типу. Монолог суб'єкта мовлення не містить ознак імперативно-спонукального звернення, відтак, особа внутрішньотекстового адресата не виявлена у своїй потенційній комунікативно-діалогічній функції. Водночас, і в еготивному типі комунікативної побудови колискової пісні адресованість усе ж зберігається, хоча й виявляє себе в опосередкованій, латентній формі. Тут вона засвідчує себе на рівні жанрової приналежності твору.

Художню специфіку будь-якого фольклорного тексту загалом визначає його ритуально-магічна або практично-побутова функція, іншими словами – те утилітарне призначення, задля якого такий тип тексту створювався. Відповідно, в межах фольклорної жанрової системи дана функція як визначальна не лише підпорядковувала собі усі інші художні елементи твору, але й закладала основи його жанрового генотипу. Таким чином адресованість в комунікативній організації фольклорної колискової пісні зберігається навіть у номінативно-описових варіантах розгортання її сюжетної структури і забезпечується тим своєрідним механізмом естетичної взаємодії між текстом і його адресатом, який називають «пам'яттю жанру» і який дозволяє безпомилково ідентифікувати фольклорну колискову пісню як адресований текст.

Література

1. Левин Ю. И. Избранные труды: Поэтика. Семиотика / Ю. И. Левин – М. : Языки русской культуры, 1998. – 824 с.
2. Романова И. В. Поэтика Иосифа Бродского: лирика с коммуникативной точки зрения: автореф. дисс. д-ра филол. наук : 10.01.01 / Романова Ирина Викторовна; ГОУ ВПО «Смоленский государственный университет». – Смоленск, 2007. – 44 с.
3. Лановик М. Б., Лановик З. Б. Українська народна творчість: Підручник. – 3-те вид., стер. – К. : Знання-Прес, 2005. – 591 с.
4. Дитячий фольклор / Упоряд. і передмов. Г. В. Довженок. – К. : Дніпро, 1986. – 304 с.

Vitalii Nazarets'

**Addressing as the Structural Principle of Lullaby Song's
Communicative Organizing**

Summary. In this article is analyzed the characteristics of lyrical work communicative organization. The phenomenon of addressing as a structural principle of lullabies communicative organization as well as types of the author's addressed directive are investigated.

Keywords: lyrics, lullaby, communicative organizing, an art form, a genre destination.

Виталий Назарец

**Адресованность как структурный принцип
коммуникативной организации колыбельной песни**

Аннотация. Статья посвящена анализу особенностей коммуникативной организации лирического произведения. Исследуется феномен адресации как структурного принципа коммуникативной организации колыбельной песни, типы авторской адресной установки.

Ключевые слова: лирика, колыбельная песня, коммуникативная организация, художественная форма, жанр, адресат.