

УДК 811.111'42:24

ББК 81.432.1

**Е.Н. Медведь, А.В. Прокопенко**

г. Сумы, Украина

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА  
ЭКСПЛИКАЦИИ КАТЕГОРИИ  
АДРЕСАТНОСТИ В  
ПОЛИТИНТЕРВЬЮ**

*Аннотация.* В статье исследуется адресантно-адресатная корреляция и лингвистическая репрезентация объект-адресата (электората) на материале текстов интервью, функционирующего в рамках предвыборного медиаполитического дискурса.

**Ключевые слова:** объект-адресат, субъект-адресат, политическое интервью.

**Сведения об авторе:** Медведь Елена Николаевна, доцент кафедры теории и практики перевода, кандидат филологических наук.

Прокопенко Антонина Вадимовна, преподаватель кафедры германской филологии.

Место работы: Сумский государственный университет.

**E. N. Medved, A. V. Prokopenko**

Sumy, Ukraine

**LINGUISTIC MEANS OF THE  
ADDRESSNESS CATEGORY  
EXPLICATIO IN POLITICAL  
INTERVIEW**

*Abstract.* The article studies the “addresser – addressee” correlation and linguistic representation of an object-addressee (electorate) in the text of interview within electoral media political discourse.

**Key words:** object-addressee, subject-addressee, political interview.

**About the author:** Medved Elena Nikolayevna, Associate Professor of Department of Theory and Practice of Translation, Candidate of Philological Sciences.

Prokopenko Antonina Vadimovna, Educator of the Department of Germanic Philology.

Place of employment: Sumy State University.

**Контактная информация:** 40030, г. Сумы, пер. Огарёва, д.4, кв.8.

e-mail: ant.prokopenko2012@yandex.ru

Лингвистическое изучение текстов современного предвыборного медиаполитического дискурса связано с его прагматическим потенциалом, а именно с адресантно-адресатной корреляцией, раскрывающей механизмы речевого воздействия. **Актуальность** исследования определяется его релевантностью современной антропоцентрической парадигме, фокус внимания которой сосредоточен на субъектах продуцирования и перцепции речи, а также механизмах речевого воздействия.

**Цель** статьи – определить лингвистические средства экспликации категории адресатности в тексте политинтервью, **объектом** работы являются высказывания политиков, которые представлены в текстах англоязычных

политинтервью, **предметом** – лингвистические средства экспликации адресатности. **Материалом** статьи служат тексты и транскрипты политического интервью с кандидатами на пост президента США Т. Поленти, Н. Гингричем, М. Бахман, Б. Обамой, Дж. Хантсменом, Р. Перри.

Категория адресатности, а также адресантно-адресатная корреляция в разных речевых жанрах является объектом исследования многих отечественных и зарубежных языковедов (Н.Д. Арутюнова, Е.В. Белоглазова, Л.Е. Бессонова, А.Н. Баранов, В.В. Богданов, О.А. Барташова, Т.Г. Винокур, О.П. Воробьева, Е.В. Емельянова, Е.А. Журавлёва, О.Н. Морозова, Е.В. Степанова М.Ю. Федосюк, И.С. Черватюк, Е.И. Шейгал, Т.В. Шмелёва и другие).

Современный предвыборный медиаполитический дискурс представляет собой синкретическое коммуникативное явление в виде совокупности медиа-текстов политической коммуникации. Примером такого медиа-текста является интервью с политиком, в котором адресат – одно из главных действующих лиц.

Согласно психолингвистической модели порождения высказывания, главным объектом речевого воздействия говорящего является индивид / аудитория, к которому / которой он направляет своё высказывание. Субъект, порождающий высказывание, и адресат, принимающий эти сообщения, выступают в речевом общении, прежде всего как личности, поэтому речевая деятельность всегда имеет личностную ориентированность [3: 122]. Адресат – это не пассивный потребитель информации, а активная личность, от которой в значительной мере зависит успех общения, в формате политинтервью это журналист.

Разграничивают несколько типологий адресатов: по характеру адресатности – прямые (эмпирические читатели или слушатели), непрямые (имеют доступ к информации, но не являются актантами ситуации) и адресаты-ретрансляторы (передают и толкуют сообщения); по социально-типологическим значениям – национальные и вненациональные; по профессиональной ориентированности – профессионалы / непрофессионалы; по

степени осведомлённости – эпифаны и профаны; по соотносённости с реальным и ирреальным миром – реальные и текстовые [2: 191-192]. Адресат медиаполитического предвыборного дискурса отмечен набором социальных, возрастных, гендерных, культурных, психологических характеристик.

Полонский А.В. [4: 63] оперирует термином «категориальный адресат», который, по его мнению, реализуется в трёх основных типах: объект-адресате, субъект-адресате и его модификации – интенциональном адресате.

Объект-адресат – структурно-семантический адресат, реципиент, который принимает и чувствует на себе действие, исходящее от адресанта; объект деятельности, не наделенный свойствами респондента (электорат, который не имеет права принимать участие в речевом акте, в нашем случае). Субъект-адресат – прагмасемантический адресат, который соединяет свойства реципиента и респондента, представленный в структуре коммуникативно-речевого акта как функционально равный говорящему субъект речи, т.е. как второй субъект речи, который коррелирует с первым (журналист в нашем случае). Функциональной разновидностью субъект-адресата является интенциональный адресат – прагмасемантический «переадресат», который ещё не реализовал характерные ему свойства респондента [4: 63-64], в нашем исследовании потенциальный респондент, который получает информацию, дистанцированную во времени и пространстве (через Internet в виде посткомментариев) – электорат (дистанционный респондент), принимающий участие в коммуникативном процессе опосредовано.

Воробьева О.П. разграничивает три типа адресата, среди которых обособляется фиктивный адресат (т.е. художественный образ, включенный в сферу изобразительной коммуникации), гипотетический адресат (образ адресата, на которого ориентировано высказывание, т.е. посредник между автором и аудиторией) и реальный (эмпирический адресат), который непосредственно является реципиентом высказывания [1: 139]. Представленная таксономия типов адресатов может быть экстраполирована и на политическое интервью. Под фиктивным адресатом имеется в виду воображаемый адресат,

желаемый, ожидаемый электорат (в представлении политика), в отличии от реального адресата – электората. Гипотетическим адресатом выступает журналист, на которого рассчитаны речи политдеятеля, – медиатор между политиком и избирателями.

Согласно вышеперечисленным классификациям, в интервью, функционирующем в предвыборном медиаполитическом дискурсе, представлены два адресата – интервьюер и электорат. Интервьюер является гипотетическим субъект-адресатом, а электорат – реальным эмпирическим объект-адресатом, у которого есть избирательное право и представлен он как профессионалами, так и непрофессионалами.

Объект-адресат в тексте политинтервью новостных сайтов является массовым; он лишён права непосредственно принимать участие в коммуникативной интеракции между интервьюером и политиком. При этом может высказать своё мнение, оставлять комментарий после текста политинтервью на сайте, где расположен транскрипт диалогического взаимодействия (см. Рис. 1):

Рис. 1 Фрагмент веб-страницы с комментариями к интервью Дж. Тэпера с Б. Обамой.

TerryBaby36  
10/20/11  
Mark As Violation  
This was nothing but a politician's rhetoric, wanting to "change the opinions" of people who have seen the failure of this President and all the corruption that he has allowed to exist. He's good at one thing: Campaigning, and "psychology" to divert attention away from failure!!!

Al Symers  
10/20/11  
Mark As Violation  
It is hard to tell who is most out of touch with reality. Obama, Harry Reid or Joe Biden. Remember, if you voted for Obama last time to prove you weren't a racist, next time vote for somebody else and prove your not a moron.

Подобные комментарии – это колоссальный источник субъективного мнения электората, одна из распространённых форм участия в политинтервью: с его помощью можно не только высказать мнение, но и пообщаться, по diskutieren по той или иной проблеме (уже в качестве адресата по отношению к политдеятелю) Также пользователи новостных сайтов могут

порекомендовать во всемирных социальных сетях то или иное интервью с политиком, добавить закладку на новость или отправить её на почту с помощью иконок, популяризируя текст того или другого политинтервью.

Среди средств адресации выделяют: 1) обращение, которое используется для привлечения внимания тех, на кого направлена речь. В политическом интервью наблюдается употребление не прямой адресации, т.е. обозначение адресата речи как предмета высказывания в третьем лице (*Well, all I can say to every American, and every American has the right to ask these questions, is that I have made mistakes in my life [8]*); 2) вводные конструкции, основная цель которых – апелляция к знаниям, памяти реципиентов. С их помощью оратор подготавливает контекст, который будет содержать новую информацию [6: 780] (*But as you know, there are some sharp differences about what the correct solution is here [7], So as you look around, you see an awful lot of grassroots conservatives coming together [8]*).

Номинация объект-адресата в тексте интервью, функционирующего в рамках предвыборного медиаполитического дискурса, происходит косвенно за счёт включения в текст интеграционного признака целевой группы, например, возрастного: *“I’m number-one with the 18- to 29-year-old voters, which are highly motivated, and they’re doing all of the work” [9]*; социального: *“Now, either it’s coming from middle-class families or poor families or it’s coming from folks like you and me that can afford to pay a little more” [10]*; гендерного *“You know, women went into the workforce to try to keep family incomes up” [10]*.

Лингвопрагматический аспект предвыборного медиаполитического дискурса, в частности лингвистическое проявление объект-адресата, целесообразно рассматривать в рамках неконфликтной коммуникативно-прагматической стратегии, которая актуализируется с помощью тактики амальгамирования, где адресант имплицитно выражает свою прагматическую интенцию воздействия путём обеспечения объединения, солидарности с электоратом (объект-адресатом). Для этого кандидат на пост президента США использует тактику амальгамирования или тактику интеграции (согласно А.А. Филинскому

[5: 79]), которая используется как психологическое средство обеспечения контакта, единства и солидарности с избирателями. Данная тактика оязыковляется следующим образом:

1. Личные и притяжательные местоимения – *we, our* (J. Boehner: *Well, we've already seen some common ground. We passed the free trade agreements with Colombia, Panama, and South Korea. It's part of our plan, part of the president's plan... [7]).*

2. Лексемы со значение совместности – *together, unity* и т.д. (N. Gingrich: *... And we spent almost a year talking about this, looking at it, thinking about it very deeply, and I really believe we have to have a campaign which brings together millions of people [7]).*

3. Этнонимы, использование этнонимов способствует выделению группы-адресата по локальному признаку (J. Boehner: *... it would make our economy more competitive with the rest of the world, it would put Americans back to work, we'd have broader base on the tax rules, and out of that, there would be real economic growth and more revenues for the federal government [7]).*

4. Топонимы – *USA, America* и т.д. (J. Huntsman: *.... So for us, you know, the trajectory and the ground game is pretty clear. We're are going to do well in New Hampshire, and we're going to do well in South Carolina, and then we're going to bring it home in Florida [10]).*

5. Грамматические формы непрямого императива со значением включения в сферу его действия говорящего (T. Pawlenty: *... If government has an ability and an interest in helping people with certain things – and they should, like education – then give people money directly. Let them decide what's best for their family in a marketplace [6]).*

6. Специфические маркеры социальной (групповой) отнесенности (*democratic, liberal, republican*). Употребление политических аффективов способствует идентификации политического агента, обеспечивает его приверженность определенной группе. (J. Boehner: *... I've got to tell you, these members, all 12 of them, Democrats and Republicans from both the House and the*

*Senate, they have worked diligently, they have put in incredible numbers of hours [7]).*

7. Безагенсные (*it was done, it is required*) и псевдоагенсные конструкции (*the situation demands, the Media must*), которые деперсонифицируют политика и соотносят его с некой референтной группой (администрация, партия) (*N. Gingrich: I'm looking to get this country back on track.... And it's going to require some hard decisions. But it's going – to have someone who understands that you have to give incentives to those job creators so that they have the confidence so that they can risk their capital and have a return on investment [7]).*

8. Гиперболизированные выражения со значением положительной коннотации и значением разделяемых общечеловеческих ценностей (*T. Pawlenty: Well, let me start by saying my campaign is based around the notion that it's time for the truth and it's time for leaders to step forward and tell America and the American people the truth [6]).*

9. Использование политиками прецедентных имен, что подчёркивает важность тех же личностей как для себя, так и для электората (*N. Gingrich: Well, Ronald Reagan ran a very broad center right platform. ... But clearly Reagan was a great conservative overall, and I think that my record is pretty extraordinarily conservative in the same tradition [7]).*

Таким образом, адресат в тексте политинтервью является центростремительной составляющей трёхкомпонентного коммуникативно-прагматического пространства: адресант (политик) – субъект-адресат (интервьюер) – объект-адресат (электорат). В частности, объект-адресат в тексте интервью предвыборного медиаполитического дискурса эксплицируется косвенными маркерами на определённых уровнях (лексико-семантическом, тематическом, грамматическом и ассоциативном). Посттекстовые комментарии, отображающие субъективное мнение электората, дают возможность политикам изменять или выстраивать дальнейшую стратегию предвыборной кампании, тем самым раскрывая прагматический образ политического деятеля.

Литература:

1. Воробйова О. П. Тектові категорії і фактор адресата: монографія / Воробйова О. П. – К. : Вища школа, 1993. – 171 с.
2. Єщенко Т. А. Лінгвістичний аналіз тексту: навч. посіб. / Т. А. Єщенко. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 264 с.
3. Плахотная Ю. И. Речевое воздействие в диалогическом дискурсе / Ю. И. Плахотная // Политическая лингвистика. – 2011. – № 4 (38). – С. 121–124.
4. Полонский А. В. Категориальная и функциональная сущность адресатности (на материале русского языка в сопоставлении с польским): дисс. ... доктора филол. наук: 10.02.01, 10.02.03 / Полонский Андрей Васильевич. – Белгород, 1999. – 451 с.
5. Филинский А. А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000 гг.: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 «Теория языка» / Филинский Алексей Анатольевич. – Тверь, 2002. – 163 с.
6. This Week' Transcript: Tim Pawlenty and Mitch Daniels [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://abcnews.go.com/ThisWeek/week-transcript-tim-pawlenty-mitch-daniels/story?id=13714378>.
7. "This Week" Transcript : Newt Gingrich, John Boehner [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-newt-gingrich-john-boehner/story?id=15448935#.TyuxQ8iLJJE>
8. "This Week" Transcript : Ron Paul and Michele Bachmann [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-ron-paul-michele-bachmann/story?id=15268339&page=18#.T36439n0KnA>
9. Interview with President Obama : The full transcript [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.cbsnews.com/2102-18560\\_162-57341024.html?tag=contentMain;contentBody](http://www.cbsnews.com/2102-18560_162-57341024.html?tag=contentMain;contentBody)
10. This Week' Transcript: Jon Huntsman, David Axelrod [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-jon-huntsman/story?id=14350219#.TrLQXI\\_FpQ](http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-jon-huntsman/story?id=14350219#.TrLQXI_FpQ)



Linguistic study of the modern electoral media political discourse is related to its pragmatic potential, namely to the “addresser – addressee” correlation, that reveals the mechanisms of speech influence. **The urgency** of the research is determined by its relevance to the modern anthropocentric paradigm, which focus is concentrated on the subjects of speech production and perception of speech, as well as mechanisms of speech influence.

The **purpose** of the article is to identify linguistic means of the addressness explication in the text of political interview.

The **object** of the research is politicians’ speech via the texts of political interview; its **subject** is linguistic means of the addressness explication.

The **material** of the article is texts and transcripts of political interview with American presidential candidates M. Bachmann, B. Obama, N. Gingrich, T. Pawlenty, J. Huntsman and R. Perry.

The category of addressness and “addresser – addressee” correlation in various speech genres is the object of study of many home and foreign linguists, among them: N.D. Arutyunova, E.V. Beloglazova, L.E. Bessonova, A.N. Baranov, V.V. Bogdanov, O.A. Bartashova, T.G. Vinokur, O.P. Vorobyeva, E.V. Emelyanova, E.A. Zhuravlyova, O.N. Morozova, E.V. Stepanova M.Yu. Fedosyuk, I.S. Chervatyuc, E.I. Sheigal, T.V. Shmeleva and others.

Modern electoral media discourse is a syncretic communicative phenomenon in the form of media-texts which belong to the usage of political communication. Political interview is a sample of such a media text where the addressee is one of the principal participants.

A person / an audience is the main object of speaker’s activity to which he/she sends the utterance (as to the studying of psycholinguistic models of speech creation). The subject who produces the messages and the addressee who receives these messages act as personalities, so the speech activity always has a personal orientation [3: 122]. The addressee is not a passive user of information, but the active personality, who the success of communication depends on: it is just a journalist in the political interview.

There are several taxonomies of addressee: according to the kind of addressness – direct (empirical readers or listeners), indirect (have access to information but not being the participants of the situation) and retransmitter-addressee (transmit and interpret messages); according to the socio-typological meanings – national and non-national; according to the professional orientation – professionals and non-professionals; according to the degree of awareness – epiphanes and prophanes; according to the relativity to the real and surreal world – real and textual [2: 191-192]. Thus, the addressee of electoral media political discourse has a set of social, age, gender, cultural, psychological and other characteristics.

Polonsky A.V. [2: 63] operates with the term "categorical addressee", that is realized in three main types: object-addressees, subject-addressees and their modifications – intentional addressees.

Object-addressee is structural-semantic addressee: the recipient, who receives and feels the effect that comes from addresser; the object of an activity, which is not endowed with the characteristics of the respondent (the electorate, which doesn't have the right to participate in the speech act, in our case). Subject-addressee is the pragmasemantic addressee, who combines the characteristics of recipient and respondent, who is presented in the structure of communicative-speech act as functionally equal to the speaker, the subject of the speech, i.e. as the second subject of the speech, that correlates with the first one (journalist in our case). Functional form of subject-addressee is intentional addressee – pragmasemantic 'transaddressee', that has not yet realized the characteristic properties of the respondent [4: 63-64]. In our study the potential respondent who receives information, that is distanced in time and space (via Internet in the form of aftertext comments), is electorate (remote respondent) which indirectly participates in the communicative process.

Vorobyova O.P. distinguishes three types of addressee, including fictitious addressee (i.e. image that is included to the sphere of demonstrative communication), hypothetical addressee (addressee's image in view of addresser, who the utterance is oriented on, that is a mediator between the speaker and the audience) and real

(empirical addressee), who is the recipient of the utterance [1: 139]. The presented taxonomy of the addressees' types can be extrapolated onto political interview. The fictitious addressee refers to an imaginary desired addressee, the ideal electorate (in the view of a politician) unlike the real addressee that is represented by the real electorate. Hypothetical addressee is a journalist, who politician's speeches are directed at, he / she is a mediator between a politician and electorate.

Thus, there are two addressees in the speech act of interview (interviewer and electorate), that functions within the electoral media political discourse. An interviewer is hypothetical subject-addressee, and electorate is real empirical object-addressee, who has the right to vote and is presented by both professionals and non-professionals.

The object-addressee in the news site texts of political interview is mass, that is deprived of the right to participate directly in the communicative process which occurs between an interviewer and a politician, but such object-addressee can express the opinion by making a comment after the text of political interview on the site in Internet where the transcript of this dialogue interaction is located (see Fig. 1):

Fig. 1. A Piece of the Web page with comments to the interview of G. Tapper with B. Obama.

[TerryBaby36](#) 10/20/11  
[Mark As Violation](#) This was nothing but a politician's rhetoric, wanting to "change the opinions" of people who have seen the failure of this President and all the corruption that he has allowed to exist. He's good at one thing: Campaigning, and "psychology" to divert attention away from failure!!!

---

[Al Symers](#) 10/20/11  
[Mark As Violation](#) It is hard to tell who is most out of touch with reality. Obama, Harry Reid or Joe Biden. Remember, if you voted for Obama last time to prove you weren't a racist, next time vote for somebody else and prove your not a moron.

Comments after the text of political interview become an enormous source of the electorate's subjective opinion representation. Comments are considered to be a widespread form of participation in political interview, because it gives the opportunity to show not only one's opinion but also to communicate and discuss this or that problem (as the addressee towards to a politician by now). Users of news sites

can recommend also in the world social networks this or that interview with a politician, add a bookmark to this or that news or send it on e-mail using icons, thus promoting the text of political interview.

Among the means of addressing there are: 1) address (used to draw the attention of those to whom the speech is directed, to provoke a certain reaction to the message). Indirect addressing is used in the political interview, i.e. the addressee's indication as a subject of speech utterance in the third person (*Well, all I can say to every American and every American has the right to ask these questions, is that I have made mistakes in my life [8]*); parenthesis, its main purpose to appeal to the knowledge, memory of recipients. A speaker prepares the context that contains new information with the help of above mentioned means [6: 780] (*But as you know, there are some sharp differences about what the correct solution is here [7], So as you look around, you see an awful lot of grassroots conservatives coming together [8]*).

Nomination of object-addressee in the text of the interview that functions within the electoral media political discourse is indirect, including to the text the integration features of the target group, e.g. the age: *"I'm number-one with the 18-to 29-year-old voters, which are highly motivated, and they're doing all of the work" [9]*; social: *"Now, either it's coming from middle-class families or poor families or it's coming from folks like you and me that can the Roma community to pay a little more" [10]*; gender *"You know, the women went into the workforce to try to keep family incomes up" [10]*.

Lingvopragmatic aspect of the electoral media political discourse, particularly linguistic explication of the object-addressee should be studied through the non-conflict communicative strategy that is actualized by using the tactics of amalgamation where the addresser implies his pragmatic intensions of impact by integration, solidarity with electorate (object-addressee). That is why presidential candidates of the United States use tactics of amalgamation or tactics of integration that, according to A.A. Filinskiy [5: 79], is used as a psychological means of creating contact, unity and solidarity with electorate. This tactic is realized by the following lingual units:

1. Personal and possessive pronouns – *we, our* (J. Boehner: *Well, we've already seen some common ground. We passed the free trade agreements with Colombia, Panama, and South Korea. It's part of our plan, part of the President's plan [7]).*

2. Lexeme with the meaning of consistency – *together, unity, etc.* (N. Gingrich: *... And we spent almost a year talking about this, looking at it, thinking about it very deeply, and I really believe we have to have a campaign which the lowest card displayed brings together millions of people [7]).*

3. Ethnonyms, the usage of ethnonyms stimulates separation of the addressee's group based on the local criterion (J. Boehner: *... it would make our economy more competitive with the rest of the world, it would put Americans back to work, we'd have a broader base on the tax rules, and out of that, there would be real economic growth and more revenues for the federal government [7]).*

4. Toponyms – *USA, America, etc.* (J. Huntsman: *.... So for us, you know, the trajectory and the ground game is pretty clear. We're are going to do well in New Hampshire, and we're going to do well in South Carolina, and then we're going to bring it home in Florida [10]).*

5. Grammatical forms of indirect imperative with the meaning of including the speaker to his sphere of actions (T. Pawlenty: *... If the government has an ability and an interest in helping people with certain things – and they should, like education – then give people money directly. Let them decide what's best for their family in a marketplace [6]).*

6. Specific markers of social (group) belonging (*democratic, liberal, and republican*). The usage of political affectives contributes to the identification of the political agent, provides its commitment to a particular group. (J. Boehner: *... And I've got to tell you, these members, all 12 of them, Democrats and Republicans from both the House and the Senate, they have worked diligently, they have put in incredible numbers of hours [7]).*

7. Constructions without agent (*it was done, it is required*) and pseudoagent constructions (*the situation demands, the Media must*) that depersonify a politician

and correlate him / her with a reference group (*an administration, a party*) (*R. Perry: I'm looking to get this country back on track. ... And it's going to require some hard decisions. But it's going is to have someone who understands that you have to give incentives to those job creators so that they have the confidence so that they can risk their capital and have a return on investment [7]*).

8. Hyperbolized expression with the meaning of positive connotation and human values (*T. Pawlenty: Well, let me start by saying my campaign is based around the notion that it's time for the truth and it's time for leaders to step forward and tell America and the American people the truth [6]*).

9. Politicians reference to the authoritative names, underlining the importance of such personalities both for themselves and for electorate (*N. Gingrich: Well, Ronald Reagan ran a very broad center right platform ... But clearly Reagan was a great conservative overall, and I think that my record is pretty extraordinarily conservative in the same tradition [7]*).

Thus, addressee in the text of political interview is considered to be one of the main components of a triad of political interview: an addresser (politician) – a subject-addressee (interviewer) – an object-addressee (electorate). Basically, the object-addressee in the text of the interview that functions in the electoral media political discourse is explicated by indirect markers of certain lexical-semantic, thematic, grammatical, and associate levels. Aftertext comments, where subjective opinion of electorate is reflected as the perlocutionary effect of the political interview speech act, give an opportunity to a politician to make or change a further strategy in the electoral campaign, thereby making a contribution into creation of an integral pragmatic image of a politician.

#### References

1. Vorobjova O. P. Tekstovi kategoriji i faktor adresata: monografija / Vorobjova O. P. – K.: Vyscha shkola, 1993. – 171 s.
2. Jeschenko T.A. Lindvistychnyi analiz tekstu: navch. posib. / T. A. Jeschenko. – K.: VTS “Akademija”, 2009. – 264 s.

3. Plahotnaja Ju.I. Rechevoe vozdeistvije v dialogicheskom diskurse / Yu.I. Plahotnaja // Politicheskaja lingvistika. – 2011. – №4 (38). – S. 121-124.
4. Polonskij A.V. Kategorialnaja i funkcionalnaja suschnost adresatnosti (na materiale russkogo jazyka v sopostavlenii s polskim): diss. ... doktora filol. nauk: 10.02.01, 10.02.03 / Polonskij Andrej Vasiljevitch. – Belgorod, 1999. – 451 s.
5. Filinskij A.A. Kriticheskij analiz politicheskogo diskursa predvybornyh kampanij 1999-2000 gg.: diss. ... kand. filol. nauk: 10.02.19 “Teorija jazyka” / Filinskij Aleksej Anatoljevitch. – Tver, 2002. – 163 s.
6. This Week’ Transcript: Tim Pawlenty and Mitch Daniels [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://abcnews.go.com/ThisWeek/week-transcript-tim-pawlenty-mitch-daniels/story?id=13714378>.
7. “This Week” Transcript : Newt Gingrich, John Boehner [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-newt-gingrich-john-boehner/story?id=15448935#.TyuxQ8iLJJE>
8. “This Week” Transcript : Ron Paul and Michele Bachmann [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-ron-paul-michele-bachmann/story?id=15268339&page=18#.T36439n0KnA>
9. Interview with President Obama : The full transcript [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.cbsnews.com/2102-18560\\_162-57341024.html?tag=contentMain;contentBody](http://www.cbsnews.com/2102-18560_162-57341024.html?tag=contentMain;contentBody)
10. This Week’ Transcript: Jon Huntsman, David Axelrod [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-jon-huntsman/story?id=14350219#.TrLQXI\\_FpQ](http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-jon-huntsman/story?id=14350219#.TrLQXI_FpQ)

Медведь Е.Н. Лингвистические средства экспликации категории адресатности в политинтервью [Текст] / Е.Н. Медведь, А.В. Прокопенко // Новые парадигмы и новые решения в современной лингвистике ; гл. ред. М. В. Пименова. — 2013. — Вып. 2. — Кемерово, — С. 96–99.