ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені І. ФРАНКА

На правах рукопису

**ЧЕБЕРЯК АННА МИКОЛАЇВНА**

УДК 81’1’42

# МОВЛЕННЄВИЙ ЖАНР «ВІДКРИТИЙ ЛИСТ»: КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ

(на матеріалі української, польської, англійської мов)

10.02.15 – загальне мовознавство

Дисертація
на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук

Науковий керівник –
Бацевич Флорій Сергійович,
доктор філологічних наук, професор

Львів – 2010

**ЗМІСТ**

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ……. 4

**ВСТУП** ……. 5

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ МОВЛЕННЄВОГО ЖАНРУ «ВІДКРИТИЙ ЛИСТ»**…… 12

1.1. Епістолярний текст в аспекті теорії мовленнєвих жанрів ..... 12
1.2. Жанрові характеристики відкритого листа..... 24
1.2.1. Загальні комунікативно-прагматичні особливості гіпержанру «публіцистичний лист»……... 24
1.2.2. Відкритий лист у системі жанрів епістолярної публіцистики..... 33
1.3. Методика аналізу мовленнєвого жанру «відкритий лист»……... 39
**Висновки до розділу 1**. …….. 46

**РОЗДІЛ 2. КОМУНІКАТИВНА ОРГАНІЗАЦІЯ МОВЛЕННЄВОГО ЖАНРУ «ВІДКРИТИЙ ЛИСТ»**…… 49

2.1. Комунікативна структура мовленнєвого жанру «відкритий лист»……... 49
2.2. Рольова структура мовленнєвого жанру «відкритий лист»……... 66
2.2.1. Рольове представлення адресанта……... 68
2.2.2. Комунікативні ролі формального адресата…… 90
**Висновки до розділу 2**. …….. 99

**РОЗДІЛ 3. ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ МОВЛЕННЄВОГО ЖАНРУ «ВІДКРИТИЙ ЛИСТ»: СТРАТЕГІЇ, ТАКТИКИ І МОВНІ ЗАСОБИ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ В**

**УКРАЇНСЬКІЙ, ПОЛЬСЬКІЙ, АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ**…….. 101

3.1. Поняття комунікативної стратегії і тактики у сучасній лінгвістиці……. 101
3.2. Мовні засоби втілення комунікативних стратегій і тактик мовленнєвого жанру «відкритий лист» в українській, польській, англійській мовах……. 105
3.2.1. Стратегія дискредитації……... 105
3.2.1.1. Тактика звинувачення……. 107
3.2.1.2. Тактика осуду……... 124
3.2.1.3. Тактика образи……. 133
3.2.1.4. Тактика насмішки…… 142
3.2.1.5. Тактика погрози……... 151
3.2.2. Стратегія самопрезентації ……..... 155
3.2.2.1. Тактика солідаризації…….. 156
3.2.2.2. Тактика опозиціонування……... 158
3.2.3. Стратегія персуазивності……. 166
3.2.3.1. Тактика активізації емоцій……. 167
3.2.3.2. Тактика аргументації……..... 176

**Висновки до розділу 3**. …….. 181

**ВИСНОВКИ**……..... 183
**ДОДАТКИ** ……... 189
**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**…… 215
**СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**…… 244

# ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВЛ – відкритий лист;

ЗМК – засоби масової комунікації;

МА – мовленнєвий акт;

МЖ – мовленнєвий жанр;

ТМЖ – теорія мовленнєвих жанрів.

# ВСТУП

Розвиток мовознавчої науки кінця XX – початку XXI століття характеризується формуванням нової парадигми знання, яка передбачає врахування людського чинника, тобто різноманітних особистісних, соціокультурних та пізнавальних аспектів діяльності мовця. Спостерігається помітне перенесення акценту з вивчення внутрішньої будови мови на дослідження процесуальних аспектів мовної особистості.

Зацікавлення сучасної комунікативної лінгвістики проблемами організації мовного коду в спілкуванні сприяло появі цілої низки досліджень мовленнєвих актів та жанрів, аналізові їх внутрішньої структури, мовного оформлення та інтеракції у різних видах дискурсу. У низці лінгвістичних традицій, зокрема російській, польській, мовленнєві жанри (далі – МЖ) активно вивчаються у різних аспектах: загальнофілологічному (М.Ю. Федосюк, Т.В. Шмельова), дискурсивному (І.Н. Борисова, М.Л. Макаров), стилістичному (Н.І. Клушина, М.Н. Кожина, Т.В. Матвєєва, В.А. Салімовський), психолінгвістичному (К.Ф. Сєдов), культурологічному (А. Вєжбіцька, В.І. Карасик), риторичному (Я.Т. Ритнікова, О.Б. Сиротініна), соціопрагматичному (К.А. Долінін, В.В. Дємєнтьєв), комунікативно-діяльнісному (В.Є. Гольдін, О.Н. Дубровська), семантико-прагматичному (Н.В. Орлова), когнітивному (А.Г. Баранов) та ін. Ученими описані як окремі МЖ, так і їх групи, субжанри, гіпержанри, мікрожанри тощо. Незважаючи на певну кількість праць з проблем МЖ, до цього часу не вироблено єдиного підходу до визначення основної одиниці досліджень; відкритими залишаються питання типології МЖ і принципів їхнього опису. Актуальними проблемами жанрознавства слід визнати також питання структури МЖ, характеру стереотипності, своєрідності їх складу і функціонування у різних сферах спілкування, принципи трансформації первинних МЖ у складі вторинних тощо.

В українському мовознавстві проблема МЖ до цього часу не отримала повного теоретичного висвітлення, глибокого і всебічного практичного вирішення. Серед сучасних досліджень на увагу заслуговують монографія та підручник Ф.С. Бацевича «Лінгвістична генологія: проблеми і перспективи», 2005р., «Вступ до лінгвістичної генології», 2006р., монографія Т.В. Яхонтової «Лінгвістична генологія наукової комунікації», 2009р., кандидатська дисертація О.В. Дерпак «Конфронтативні мовленнєві жанри: комунікативно-прагматичний та мовний аспекти», 2005р., а також окремі статті, присвячені різноаспектному вивченню мовленнєвих жанрів (М. Баліцька, 2006; Г. Васильєва, 2008; І. Довганюк, 2008; Х. Дяків, 2008; Н. Павлик, 2005; О. Шевчук, 2009).

Вивчення МЖ на сучасному етапі потребує їхньої систематизації з метою створення енциклопедії мовленнєвих жанрів національних мов. Це, у свою чергу, зумовлює необхідність комплексних досліджень окремих МЖ з урахуванням різноманітних аспектів. Відтак особливої актуальності набуває вивчення мовленнєвожанрової організації дискурсів представників різних етнолінгвокультур, оскільки комунікативна поведінка носіїв певного етносу має свої особливості і є віддзеркаленням самобутності світосприйняття та лінгвокреативного мислення. Відкритий лист (далі – ВЛ) у сучасних українській, польській та американській лінгвокультурах не був об’єктом спеціального наукового вивчення, поняття «мовленнєвий жанр «відкритий лист» не було сформульовано лінгвістами. З огляду на це, **актуальність** дисертаційної роботи зумовлена необхідністю дослідження МЖ ВЛ у комунікативно-прагматичному аспекті, встановлення структурної, композиційної та мовної реалізації МЖ ВЛ, що дозволить створити універсальну прототипову модель цього МЖ з урахуванням культурно-національних еталонів спілкування.

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертацію виконано в межах затвердженої Міністерством освіти і науки України наукової теми «Семантика і прагматика у різних виявах сучасної

лінгвістичної парадигми» (номер державної реєстрації 0105U004924), яка розробляється на кафедрі загального мовознавства Львівського національного університету імені І.Франка (тему дисертації затверджено вченою радою ЛНУ імені І. Франка, протокол № 9/2 від 28 лютого 2007р.).

**Метою** дисертаційної роботи є виявлення й аналіз комунікативно-прагматичних аспектів організації мовленнєвого жанру «відкритий лист» в українській, польській, англійській мовах.

Реалізація поставленої мети передбачає поетапне вирішення таких **завдань**:

- виділити основні характеристики листа як типу тексту та МЖ;
- визначити місце ВЛ у системі складних МЖ гіпержанру «публіцистичний лист»;
- побудувати модель МЖ ВЛ як дискурсивної категорії;
- визначити конститутивні (формально-комунікативні й змістовно-організаційні) ознаки МЖ ВЛ;
- окреслити комунікативні ролі автора та формального адресата МЖ ВЛ;
- опрацювати класифікацію основних комунікативних стратегій і тактик у межах міжособистісної взаємодії комунікантів – адресанта й адресатів ВЛ – та дослідити конкретні мовні (лексико-прагматичні, синтаксичні) і графічні засоби їх реалізації.

**Об'єкт** дослідження – тексти ВЛ українською, польською та англійською мовами.

**Предмет** дослідження – принципи комунікативно-прагматичної організації МЖ ВЛ з урахуванням специфіки різних лінгвокультур.

**Матеріалом дослідження** стали газетні і журнальні тексти ВЛ (в електронній та друкованій версії); ВЛ, розміщені на українсько-, польсько- та англомовних сайтах мережі Інтернет. Корпус вибірки склав 460 текстів, з них – українською – 155, польською – 155, англійською – 150.

Мета, завдання, об'єкт і предмет дослідження зумовили вибір **методів** дослідження. Основним методом дисертаційної роботи є

загальнолінгвістичний метод наукового опису. На всіх етапах дослідження застосовувались різноманітні складові даного методу, як-от: узагальнення, систематизація, класифікація та інтерпретація результатів спостережень. З метою побудови моделі МЖ послуговувались методикою компонентного аналізу з елементами ілокутивно-перформативного аналізу мовленнєвих актів, які формують МЖ ВЛ. Метод контекстуального аналізу використовувався для визначення екстралінгвістичних параметрів, які містять мотиви, цілі та статусно-рольові стосунки комунікантів. Для визначення етноспецифічних та універсальних особливостей рольового втілення комунікантів МЖ ВЛ застосовувався прийом зіставної інтерпретації за допомогою методики паралельного вивчення. Аналіз мовленнєвих ходів всередині тактик з опертям на засоби мовного коду здійснювався за допомогою елементів лінгвостилістичного та прагмалінгвістичного аналізу висловлень.

**Наукова новизна** дисертації полягає, передусім, у виборі об’єкта дослідження. У науковий обіг уведено новий емпіричний матеріал, раніше не досліджений у заявлених аспектах. Уперше в українському мовознавстві здійснена спроба комплексного комунікативно-прагматичного аналізу МЖ ВЛ: визначено місце МЖ ВЛ в системі складних МЖ епістолярної публіцистики; побудовано інваріантну модель жанру як дискурсивної категорії; виявлено домінантні і детермінантні ознаки, що формують цей МЖ; означені комунікативні ролі автора й формального адресата ВЛ; проаналізовано стратегії і тактики мовленнєвого впливу ВЛ на істинного адресата конкретного МЖ; виявлено лінгвокультурну специфіку та мовне втілення МЖ ВЛ в українській, польській, американській лінгвокультурах.

Згідно з проблематикою теорії мовленнєвих жанрів робота має вагоме значення для методології параметризації жанрових форм та для типології жанрів різноманітних дискурсів, відтак сприяє дослідженню проблем мовленнєвої комунікації та міжкультурного аспекту спілкування. Результатами дослідження є нові дані, що стосуються принципів організації

МЖ ВЛ. Уведення в науковий обіг нового матеріалу дозволяє уточнити наявні класифікації жанрів, що становить інтерес не лише для україністики, полоністики, германістики, але і для жанрології в цілому.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає в можливості їхнього застосування в зіставних дослідженнях з проблем лінгвістичної генології, а також у процесі підготовки спецкурсів і спецсемінарів із міжкультурної комунікації, лінгвістичної прагматики, проблем комунікативної лінгвістики, функціональної стилістики української, польської, англійської мов, у викладанні навчальних дисциплін: «Загальне мовознавство», «Зіставне мовознавство», «Теорія і практика мовленнєвої комунікації», «Лінгвокраїнознавство», «Соціолінгвістика». Матеріали дослідження та його окремі положення використано автором у Рівненському державному гуманітарному університеті у практиці викладання курсів «Актуальні проблеми сучасної лінгвістики», «Англійська мова. Теорія і практика перекладу», «Теоретична граматика англійської мови».

**Апробація результатів дисертації.** Основні теоретичні положення, а також практичні результати дослідження висвітлювалися на *п'яти* міжнародних наукових конференціях: «Міжкультурна комунікація: мова – культура – особистість» (Острог, 2008), «Східнослов'янська філологія: від Нестора до сучасності» (Горлівка, 2008), «Мова і культура» ім. проф. Сергія Бураго (Київ, 2008), «Ключові проблеми сучасної прикладної лінгвістики» (Луцьк, 2009); «Актуальні проблеми дослідження та викладання мов і літератур світу» (Рівне, 2009); на всеукраїнській науково-практичній конференції «Проблеми психології спілкування» (Рівне, 2007); на *трьох* регіональних конференціях: Міжвузівському славістичному семінарі «Слов'янські мови та літератури: історія, сучасний стан та перспективи розвитку» (Рівне, 2007); Міжвузівському славістичному семінарі з актуальних проблем славістики (Рівне, 2008); Міжвузівському теоретико-практичному семінарі «Актуальні проблеми дослідження української лінгвістики та лінгводидактики і можливості їхнього упровадження в

навчальний процес шкіл та ВНЗ» (Рівне, 2009) та на звітних наукових конференціях професорсько-викладацького складу ЛНУ ім. І.Франка та РДГУ (2006 – 2010 рр.).

**Публікації.** Проблематику, теоретичні й практичні результати дисертаційного дослідження викладено в *дев'яти* публікаціях: у *семи* статтях, опублікованих у фахових наукових виданнях, затверджених ВАК України, та тезах доповідей *двох* наукових конференцій.

**Структура дисертації.** Дисертація складається з переліку умовних скорочень, вступу, трьох розділів, висновків, додатків, списку використаних джерел (285 найменувань, з яких 80 – іноземними мовами), списку джерел ілюстративного матеріалу. Повний обсяг дисертації – 255 сторінок, основний зміст викладено на 188 сторінках.

У **переліку умовних скорочень** наведено специфічну термінологію дисертації.

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, сформульовано мету, визначено завдання, об'єкт, предмет, наукову новизну дисертації, методи дослідження, охарактеризовано фактичний матеріал, практичне значення здобутих результатів, указано форми їхньої апробації і структуру роботи.

**Розділ 1. «Теоретичні засади вивчення мовленнєвого жанру «відкритий лист»** присвячено розгляду проблеми статусу епістолярного тексту в лінгвістиці, специфіки листа як типу тексту. Визначено основні жанрові характеристики ВЛ: окреслено його місце у системі складних МЖ гіпержанру «публіцистичний лист», проаналізовано загальні комунікативно-прагматичні особливості епістолярної публіцистики як специфічної категорії публіцистичного дискурсу.

**Розділ 2. «Комунікативна організація мовленнєвого жанру «відкритий лист»** присвячено побудові моделі МЖ ВЛ як дискурсивної категорії, а також аналізові домінантних та детермінантних ознак даного МЖ.

У **розділі 3 «Прагматичні аспекти мовленнєвого жанру «відкритий лист»: стратегії, тактики, мовні засоби їх реалізації в українській, польській, англійській мовах»** здійснено прагмалінгвістичний аналіз основних комунікативних стратегій і тактик у межах міжособистісної взаємодії комунікантів – адресанта і адресатів ВЛ – та конкретних мовних (лексико-прагматичних, синтаксичних) і графічних засобів їх реалізації в українській, польській, англійській мовах.

У **висновках** сформульовано результати дослідженння й окреслено перспективи подальшої розробки проблеми.

У **додатках** наведено допоміжний матеріал: таблиці, схеми, діаграми.

**Список використаних джерел** нараховує 285 найменувань, з яких 80 іноземними мовами.

**Список джерел ілюстративного матеріалу** містить список текстів ВЛ, розміщених у друкованих та електронних виданнях, на сайтах мережі Інтернет.

# РОЗДІЛ 1
# ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ МОВЛЕННЄВОГО ЖАНРУ «ВІДКРИТИЙ ЛИСТ»

## 1.1. Епістолярний текст в аспекті теорії мовленнєвих жанрів

Упродовж тривалого часу вивчення епістолярної комунікації перебувало на периферії дослідницьких інтересів, тому що значущість цього виду спілкування серед засобів комунікації у наш час зменшилася. Проте наукові розвідки останніх років свідчать про активізацію інтересу до проблем епістолярію. Лінгвістами розглядаються різні типи листів: приватний неофіційний лист (З.М. Данкер, М.А. Корміліцина, О.В. Нікітіна, А.Н. Попова, Т.В. Радзієвська, K. Lipus та ін.); художній лист (Є.М. Виноградова, Е.С. Вєтрова, Т.В. Ковальова та ін.); дружній лист (Н.І. Бєлунова); професійно орієнтований лист (О.К. Куварова, О.М. Пазинич, О.Ф. Цицаріна, M. Wojtak); публіцистичний лист (Н.В. Максімова, Е.В. Чепкіна); діловий лист (П.В. Вєсєлов, Р.Є. Пилипенко); побутовий лист (Т.Н. Казеко) та ін., а також загальні й окремі питання епістолярію, як-от: роль епістолярної спадщини у творчості письменників, літературної епохи або періоду розвитку мови (С.В. Антонечко, 2000; Н.І. Бєлунова, 2000; І.А. Вяткіна, 2007; В.І. Кузьменко, 1998); історія листа, особливості його розвитку як жанру (М.В. Баркова, 2006; А.М. Дубініна, 2005); функціонування лексичних та фразеологічних одиниць в епістолярному тексті (О.П. Фесенко, 2009; О.В. Гусєва, 2001); мовленнєва поведінка, мовленнєві стереотипи учасників листування (Т.Н. Кабанова, 2004; А.В. Кур'янович, 2001; Н.Ю. Чигрідова, 1999); соціальні категорії модусу в текстах епістолярного жанру (М.М. Телеки, 2007); типологія дискурсивних одиниць в епістолярному мовленні (Н.В. Павлик, 2005).

Незважаючи на значну кількість праць, залишається чимало питань, що потребують спеціального вивчення. Аналіз літератури з проблем епістолярію

виявив, що серед дослідників немає єдиної думки щодо визначення статусу листа, стильової, жанрової, дискурсивної диференціації епістолярного тексту.

У науковій літературі епістолярне мовлення трактується по-різному: функціональний стиль (К.В. Ленець, 2003; Л.І. Мацько, 2003) жанр (М.В. Баркова, 2006; В.Л. Наєр, 1987; Л.В. Нижнікова, 1991); синтез різноманітних жанрів і стилів (Н.І. Бєлунова, 2000; С.І. Комарова, 1990); мовленнєвий жанр (Н.А. Ковалева, 2000; Н.В. Павлик, 2005; О.Ю. Под'япольська, 2004; Т.В. Радзієвська, 1993; Н.Ю. Чигридова, 1999; B. Witosz, 2005; I. Loewe, 2008); дискурс (С.В. Гусєва, 2006; Т.Н. Кабанова, 2004; О.С. Сищиков, 2000; О.П. Фесенко, 2009; J.G. Altman, 1982).

Така неупорядкованість термінології у сучасних лінгвістичних та літературознавчих працях з проблем епістолярію ускладнює вивчення лінгвістичних особливостей епістолярної літератури та дослідження конкретних епістолярних текстів.

Як свідчить наукова література, найбільшу дискусію викликає проблема стилістичного статусу епістолярію. На нашу думку, виокремлення епістолярного стилю у функціональній стилістиці є непереконливим. Більшість дослідників вважає, що в основу класифікації функціональних стилів покладено екстралінгвістичні чинники: сфера спілкування, зміст, функція, мета, ситуація спілкування, специфічна роль автора і адресата тексту. Основним чинником в ієрархічному ланцюгу названих факторів, безумовно, є сфера діяльності. Закріпленість функціонального стилю за певною сферою суспільної діяльності обумовлює його тематичну обмеженість. Епістолярне мовлення, на відміну від інших функціональних стилів, має настільки багатозначну мовленнєву реалізацію, що говорити про тематичну обмеженість немає підстав.

Подібної думки дотримується Т.В. Радзієвська, яка відзначає, що різні типи епістолярних текстів вирізняються відмінними у функціональному аспекті прагматичними ситуаціями та настановами. У зв'язку з цим, дослідниця підсумовує: епістолярні утворення не спроможні сформувати

єдиний функціональний стиль, оскільки вирішують неоднакові комунікативні завдання й не мають єдиного комплексу типових комунікативних засобів для їх реалізації. Таким чином, за Т.В. Радзієвською, епістолярне мовлення є гетерогенним у функціональному плані і розуміється як «множина функціональних підкласів, які не можна зводити до спільного знаменника» [141: 144].

У фаховому лінгвістичному виданні «Українська мова. Енциклопедія» виділяються шість стилів: розмовний, публіцистичний, науковий, офіційно-діловий, художній, конфесійний. Автор словникової статті наголошує на недоцільності виокремлення епістолярного стилю, оскільки його «диференційні ознаки … перекриваються ознаками більш узагальнених структурно-функціональних стилів (офіційно-ділового, публіцистичного, розмовного)» [174: 603].

Дослідники В.Л. Наєр, Т.В. Радзієвська, С.І. Комарова пропонують визначати епістолярне мовлення як «міжстильове явище, здатне існувати в рамках чи на базі того чи іншого функціонального стилю або поза їх межами» [122: 45]. Епістолярну форму мовлення знаходимо в усіх функціональних стилях (науковий лист – у науковому, діловий – в офіційно-діловому, лист на шпальтах преси – у публіцистичному), і в кожному з них вона у мовному плані відповідає вимогам цих стилів, а у структурно-композиційному – зберігає властиву листу сталу форму. Такої ж думки дотримуються польські лінгвісти. Зокрема Івона Льове, замислюючись над повторенням назви жанру «лист», відзначає, що «list żelazny чи list gończy має характеристики офіційного стилю і посідає місце серед жанрів офіційних, а як list pasterski, має ознаки риторичного стилю і розміщується серед жанрів релігійних. І хоча фатична функція є для них спільною, конкретні цілі та стилістичні характеристики розрізняють ці жанри між собою» [243: 160].

Найбільш адекватною нам видається кваліфікація епістолярного тексту як мовленнєвого жанру. Основи сучасних уявлень про МЖ закладені концепцією М.М. Бахтіна, який першим висловив гіпотезу про глобальність

феномена жанрової організації мовлення. МЖ М.М. Бахтін вважав категорією, що дозволяє пов'язати соціальну реальність з реальністю мовною.

В основу своєї концепції МЖ лінгвіст ставить висловлення, яке називає реальною одиницею мовленнєвого спілкування, «оскільки мовлення може існувати насправді тільки у формі конкретних висловлень окремих мовців, суб´єктів мовлення. Мовлення завжди відлите у форму висловлення, яке належить певному мовленнєвому суб'єкту, і поза цією формою існувати не може» [11: 249]. Зауважимо, що висловлення у М.М. Бахтіна – це зовсім не речення, а певна одиниця спілкування, яка відмежована від інших подібних одиниць зміною суб'єктів мовлення. Другою особливістю висловлення, що відрізняє його від одиниць мови, М.М. Бахтін називає завершеність (цілісність), яку пов'язує з: 1) предметно-смисловою вичерпністю; 2) мовленнєвим задумом або мовленнєвою волею мовця; 3) типовими композиційно-жанровими формами завершення [11: 255]. Третім фактором цілісності висловлення М.М. Бахтін вважає наявність стійкої жанрової форми: «Жанри відповідають типовим ситуаціям мовленнєвого спілкування, типовим темам, відповідно, і деяким типовим контактам значень слів з конкретною реальною дійсністю за типових обставин» [11: 267].

Через висловлення М.М. Бахтін дає своє визначення мовленнєвого жанру: «Кожне висловлення, звичайно, індивідуальне, але кожна сфера використання мови виробляє свої відносно стійкі типи висловлень, які ми і називаємо мовленнєвими жанрами» [11: 237].

У даному дисертаційному дослідженні розуміємо лист як особливий мовленнєвий жанр, що сформувався на основі різностильових елементів, вибудованих за певними структурно-композиційними моделями. МЖ «лист» має наскрізний характер і виявляється в усіх функціональних стилях мови.

Така позиція, на перший погляд, суперечить бахтінському розумінню МЖ як особливого типу висловлень, що характеризуються стилістичною однорідністю, тобто закріпленістю за певним функціональним стилем. Однак ми поділяємо цю позицію, беручи до уваги такі фактори.

По-перше, теорія мовленнєвих жанрів не стоїть на місці, постійно розвивається; визначення МЖ, подане М.М. Бахтіним, уточнюється і набуває нових ознак.

По-друге, деякі вчені висловлюють думку про існування наскрізних (вертикальних) жанрових форм, здатних, зберігаючи свою жанрову природу, виявлятися в різних стилях мовлення [100]. Переходячи із стилю в стиль, такі жанри зберігають ілокутивну структуру та особливості диктуму. Проте стилі диктують їм свої норми, які, передусім, сприймаються через посередництво мовних маркерів. Як справедливо зауважує С.І. Гіндін, існує велика кількість МЖ, «для яких введена М.М. Бахтіним у визначенні жорстка прив'язка до сфер мовленнєвої діяльності виявляється неправомірною» [35: 64]. Таке явище Божена Вітош у своїй монографії називає перехідністю жанрів та стверджує, що лист має статус жанру трансгресийного (gatunek transgresyjny) [281: 138]. Приватний лист є найбільш розповсюдженим прикладом жанру, відомого як «лист». Однак існують жанри, які по-різному виявляють генетичну подібність до оригіналу. Йдеться про лист пасторський, вітальний, відкритий, любовний тощо. Халіна Гжміль-Тилюткі пише, що «лист як жанр становить певний мовний макроакт. На формальному рівні він вирізняється з-поміж інших жанрів наявністю сталих елементів (дата, місце, звернення, формули прощання, підпис, адреса, композиція). Різні листи … різняться між собою дискурсивними характеристиками» [231: 43]. У зв'язку з цим, Івона Льоеве пропонує називати подібні МЖ трансжанрами, під якими розуміє наявні в різних культурах певні генотипи, що відрізняються від інших назвою жанру або означенням, доданим до загальної назви; функціонують у різних стилях мовлення, але втілюють подібні мовні стратегії [243: 162].

По-третє, сам розробник теорії мовленнєвих жанрів М.М. Бахтін відносив лист «у всіх його різноманітних формах» до особливого самостійного мовленнєвого жанру [11: 238].

По-четверте, у межах МЖ «лист» можуть бути виокремлені певні різновиди, що характеризуються єдністю тематичного, композиційного і стилістичного компонентів в найбільш загальному вигляді.

Жанрові форми дистрибутивно різняться, тому в основі окремого жанру лежить певний специфічний набір конститутивних ознак, який не може повторюватися і бути однаковим у різних жанрах. Т.В. Шмельова, В.В. Дємєнтьєв, розвиваючи ідеї М.М. Бахтіна про МЖ як стійкі типові форми побудови мовленнєвого цілого, акцентують увагу на модельному характері і під МЖ розуміють особливу модель висловлення. Суттєвим моментом такого осмислення МЖ є «визнання існування в мовленнєвій свідомості «типового проекту», канону, схеми МЖ» [200: 91]. Поняття моделі фігурує також в концепції польського лінгвіста Ст. Гайди, який визначає жанр як «культурно та історично оформлений, суспільно конвенціоналізований спосіб мовної комунікації; взірець організації тексту. По-друге, цей термін також означає сукупність текстів, у яких певний взірець є актуалізованим, реалізованим» [32: 104].

Нам імпонує точка зору, висловлена вищезгаданими вченими. Вважаємо за доцільне під мовленнєвим жанром розуміти особливу модель висловлення, що має набір конкретних способів мовленнєвого втілення і формується комплексом жанроутворювальних ознак.

Лист має низку особливостей, що відбиваються у специфічних мовних засобах та стандартизованих формулах, а також відповідних правилах оформлення усіх епістолярних текстів. Ці ознаки є постійними, обов’язковими і такими, що виявляються у кожному окремому листі і передають його структурно-семантичні особливості. До них належать: писемний характер; опосередкованість спілкування; локально-темпоральна віднесеність; рамочна конструкція; діалогічність; антропоцентричність; суб ′єктивна модальність; поліфункціональність; визначальна роль фактора адресата в мовному оформленні листа; перлокутивний ефект. Розглянемо їх детальніше.

Помітна риса епістолярної комунікації – її писемний характер. Особливість писемного мовлення полягає у тому, що воно є опосередкованою формою мовленнєвого спілкування, яке будується за відсутності співрозмовника, тому воно максимально розгорнуте, у ньому синтаксична розчленованість досягає свого максимуму. Комуніканти позбавлені безпосереднього зорового й слухового контактів, у зв'язку з чим не мають можливості перепитати, уточнити, спостерігати за реакцією на отриману інформацію і корегувати свою мовленнєву поведінку відповідно до неї. Лист позбавлений спонтанності. Він є відредагованим і підготовленим. Писемна комунікація, як і усна, оперує вербальними і невербальними знаками, які несуть особливу прагматичну інформацію. До таких візуальних знаків належать різні способи написання листа, колір і формат паперу, різноманітний орнамент, картинки, символи, фотокартки, що включені до листа. Епістолярна комунікація за письмовим способом реалізації протистоїть безпосередньому спілкуванню, а з іншого боку, як ніяка інша писемна комунікація, споріднена з безпосередньою комунікацією.

Категорія локально-темпоральної віднесеності листа виявляється у наявності контактної рами з вказаними у ній датою і місцем написання листа, які є точкою відліку для розгортання подій на часовій осі. Можна говорити про певну темпоральну «полівалентність» листа, синтез позірно непоєднаних часових пластів: час, коли лист писався; час, про який йдеться у листі; час, коли лист було одержано. Та головною умовною часовою віссю є теперішній час листа, це «головний, стрижневий час, який акумулює всі інші …, час, про який ідеться, може стосуватися оповіді в листі як минулий до теперішнього, теперішній до теперішнього або майбутній до теперішнього» [205: 122–123]. Це створює таку суттєву особливість листа як «відчуття моменту» (“sense of immediacy”). Теперішній час у листі вбирає минулий і майбутній у себе. Як зазначає Дж. Альтман, епістолярне мовлення «позначене прогалинами різного характеру: між подією і відтворенням її, між наданням повідомлення і

його одержанням, просторова відокремленість автора і адресата» [205: 134]. Така ознака зумовлює особливу природну динаміку листа.

Наступною структурною особливістю листа є специфічна «рамочна конструкція, де роль рамок відіграють ініціальне та фінальне звернення із супутніми їм компонентами; між ними міститься середина – змістова частина» [141: 114]. Така побудова зумовлюється тим, що лист відображає фрагмент міжособистісного спілкування, і тому будується у формі звернення одного комуніканта до іншого. Серединна частина не регламентується і визначається характером стосунків між двома комунікантами, їх мовленнєвими звичками, завданнями, традицією спілкування та іншими факторами [там само].

Стрижневою складовою поняття «жанр», що не залежить від сфери функціонування, є його інваріантна структурно-композиційна основа. Йдеться про структурну організацію листа, яка склалася у європейській традиції і була характерною ще для античної риторики. Вона містить п’ять основних частин:

1) salutatio – вітання, яке містить і звертання як першоелемент цього структурного компонента;
2) captatio benevolentiae – завоювання прихильності адресата;
3) narratio – розповідь, повідомлення;
4) petitio – прохання;
5) conclusio – завершення [92: 48].

За кожною з цих складових закріплена певна функція. Втрата одного з базових елементів у структурі листа не призводить до зміни його інваріанта у мовній свідомості комунікантів, оскільки він закріплений та інтуїтивно присутній у формі практичного досвіду. Притаманна структурі повторюваність цих елементів сприяє об’єднанню різноманітних в семантичному плані текстів під спільною жанровою ознакою, а принцип структурності, таким чином, є однією із складових жанру.

Епістолярний текст, як писемна форма комунікації, має усі ознаки монологічного висловлення. Передусім, це переважно книжно-літературна лексика, поширеність висловлення, його завершеність, логічна послідовність. Разом з тим, зазначає О.Ю. Под'япольська, епістолярний текст містить деякі риси діалогічного спілкування. По-перше, епістолярна комунікація передбачає зворотній зв'язок. Адресат, що відповідає на лист, стає адресантом і навпаки. По-друге, кожен окремий лист можна розглядати як окрему репліку в ланцюгу опосередкованого у часі і просторі діалогу в межах листування з окремим адресатом [137: 18].

О.Ю. Кустова вважає, що основний текст листа характеризується різною мірою вираженості діалогічних відношень. У зв'язку з цим дослідниця виділяє адресантно-орієнтовані листи (з більшою мірою монологічності) та адресатно-орієнтовані (з більшою мірою діалогічності). Передумовою написання першого типу листа є потреба у діалозі. Другий тип відображає процес автокомунікації, автор «шукає не партнера для бесіди, а, головним чином, для відображення себе» [109: 79]. Проте, в будь-якому випадку, автор розраховує на реакцію адресата, апелює до його почуттів. Діалог тоді представлений у прихованій формі. Інакше кажучи, чіткої межі між діалогічним та монологічним висловлюванням у межах листування немає. А.А. Глінкіна пропонує визначати комунікацію за допомогою листування як своєрідний дистантний «моно-діалог», що поєднує у собі риси писемного та усного мовлення [36: 6].

Поняття «діалогічність» комунікації може тлумачитися більш широко – як універсальна властивість мовлення, орієнтованість мовлення на адресата і врахування адресата у мовних особливостях висловлення. За такого підходу діалогічність є комунікативно-прагматичною характеристикою епістолярного тексту як акту комунікації, у якому всі компоненти (структура, композиція, змістове наповнення, стилістичне оформлення, функціональне призначення) орієнтовані на відображення взаємодії адресанта і адресата у мовному оформленні. В епістолярному тексті наявні стимулюючі та реагуючі репліки.

Як зазначає Н.В. Павлик, «у листах майже завжди присутня імітація діалогу з уявним співрозмовником. ... імітація діалогу досягається за допомогою частого повторення в листі звертання до співрозмовника, використання вставних конструкцій, а також постійним впливом на думки, почуття адресата» [132: 37]. С.І. Гіндін в епістолярних текстах виділяє такі ознаки діалогічності: 1) вживання особових і присвійних займенників другої особи однини і множини; 2) наявність директивних висловлювань та форм дієслів, що містять посилання на попередні тексти; 3) питання до адресата, які вимагають відповіді, спонукають до продовження діалогу [35: 65 – 66].

На думку О.Ю. Под'япольської, віднесення епістолярного тексту до мовленнєвого жанру може бути виправдане саме тим, що суттєвою рисою МЖ у мовленні є його діалогічність, пов'язана із взаємодією людей в процесі мовленнєвого спілкування і діяльності [137: 27].

Категорія модальності тісно пов'язана з категорією антропоцентричності, що отримує найбільш виразну реалізацію саме у листі і виявляється у специфічному позначенні адресанта і адресата. Суб'єктивна модальність, яка реалізується емотивно-оцінними елементами, характерна для кожного епістолярного тексту будь-якого стилю.

Будь-який лист характеризується прагматичною орієнтованістю на досягнення перлокутивного ефекту. Прагматичний зміст листа впливає на формування композиційно-мовленнєвої структури епістолярного тексту. Особливістю прагматичного змісту є переважно експліцитна ілокутивність та явно виражена орієнтованість на здійснення зворотнього зв'язку у вигляді листа у відповідь та/або дії [125: 6].

Кожен епістолярний текст є поліфункціональним утворенням. У ньому виділяється: комунікативна функція (спілкування), інформативна (повідомлення), прагматична (впливу), а також експресивна (самовираження) та фатична (контактовстановлювальна).

З усіх особливостей епістолярного тексту на належну увагу заслуговує адресат як визначальний фактор оформлення мовленнєвого спілкування двох

комунікантів. Передбачення реакції адресата у листі – найважливіша умова ефективності комунікації, оскільки кожен тип листа розрахований на певну модель адресата. Адресат визначає тематичну структуру, лексико-синтаксичне наповнення, етикетний бік листів. Якщо автора і адресата поєднують лише офіційні стосунки, то автор дотримується норм, що відповідають цілям спілкування. Якщо автор і адресат перебувають в умовах неформального спілкування, то канони, передбачені офіційністю, руйнуються, автор стає більш вільним у виборі мовних засобів.

Вибір оптимальних мовних засобів впливу на адресата та реалізації ілокутивних намірів адресанта зумовлений загальним комунікативним фоном листування, а саме: соціальними, історичними та культурними чинниками.

Перераховані фактори визначають структурне й змістово-тематичне наповнення листів. Ці ознаки є постійними, обов'язковими, такими, що виявляються у кожному окремому листі і впливають на загальне мовне оформлення епістолярних текстів.

На підставі аналізу наукової літератури з проблеми дослідження [132: 35] та власних спостережень до мовних елементів, що характеризують лист як жанр, можна віднести такі:

- стандартизовані формули звертань, початку і кінця листа, які надають йому вигляду суцільнооформленої одиниці; у ролі звертань традиційно вживаються усталені структури, які можуть ускладнюватися різного типу означеннями, що визначають характер стосунків між комунікантами;
- директивні засоби (конструкції з дієсловами у наказовому способі), що покликані спонукати реципієнта до певної дії або поведінки;
- наявність питальних та окличних речень; питальні конструкції вимагають від адресата відповідей на конкретні питання, а окличні речення відображають психологічний настрій людини, допомагають встановити наявність загального експресивного забарвлення;

- система особових займенників; займенники у листі є носіями звернення автора до конкретного адресата, крім того, виклад змісту в епістолярних текстах завжди відбувається від першої особи.

Як письмова форма комунікації, лист є більш складним типом висловлення ніж, наприклад, репліка в усному діалозі, повідомлення, порада тощо, і тому може бути віднесений до вторинних МЖ (за типологією М.М. Бахтіна), що інтегрують простіші первинні МЖ (такі, як звернення, прощання, прохання, вимога тощо).

Як зазначає О.Ю. Под'япольська, «первинні мовленнєві жанри, інтегровані у вторинний мовленнєвий жанр – лист, можуть відрізнятися за метою висловлювання, тобто відображати різноманітні інтенції адресанта і виконувати, відповідно, різноманітні функції, що детермінує таку ознаку листа, як поліілокутивність і поліфункціональність. Поліілокутивність, в свою чергу, дає свободу тематичній різноманітності, а також стилістичним варіаціям, обумовлюючи тематичну і стилістичну неоднорідність листа як вторинної мовленнєвої форми» [137: 28].

Отже, вищевикладене дає нам підстави розглядати лист як *мовленнєвий жанр*, що обумовлено його структурними, комунікативними та змістово-тематичними особливостями, визначальною комунікативно-прагматичною характеристикою цього типу тексту – діалогічністю. Лист є наскрізним, вертикальним вторинним (складним) МЖ, що інтегрує первинні (прості) мовленнєві жанри. Як вторинний МЖ лист характеризується різним композиційним оформленням (від суворо стандартизованого до достатньо вільного), поліілокутивністю, поліфункціональністю. Специфіка МЖ «лист» виявляється також у всеосяжності тематичного та функціонально-стильового плану, що робить його специфічним *трансжанром*. Доказом цієї думки є відсутність єдиної універсальної класифікації епістолярних текстів та наявність окремих класифікацій, побудованих на основі різноманітних критеріїв.

## 1.2. Жанрові характеристики відкритого листа

### 1.2.1. Загальні комунікативно-прагматичні особливості гіпержанру «публіцистичний лист»

Беручи до уваги міжстильовий характер трансжанру «лист», вважаємо, що дане дослідження повинно ґрунтуватися на традиційній стилістичній класифікації листів, у межах якої здійснимо спробу детальнішої характеристики жанрових різновидів листа, що дасть можливість з'ясувати «родові» особливості відкритого листа. Специфіка об'єкта нашого дослідження – відкритого листа – визначається, з одного боку, його приватним характером, а з іншого – функціонуванням у сфері масової комунікації. Вважаємо, що ВЛ за комплексом ознак (тематичні, стилістичні характеристики, типові комунікативні ситуації, характер стосунків між комунікантами, канал спілкування, сфера функціонування) належить до епістолярних жанрів публіцистики (тобто є різновидом публіцистичного листа).

З метою виявлення специфічних ознак публіцистичного листа спробуємо зіставити його з іншими стилістичними типами трансжанру «лист». Для цього, спираючись на дослідження ділового і регулярного типів спілкування Т.В. Радзієвської та жанрологію епістолярних текстів Н.В. Павлик, ми проаналізували спільні та відмінні риси ділового, приватного, публіцистичного, наукового й художнього листів. Результати аналізу представлено у таблиці 1.1 (Див. додаток А).

Матеріал, систематизований у таблиці, переконливо засвідчив факт залежності мовного і структурного оформлення трансжанру «лист» від стилю, в якому він функціонує. Відповідно до стилю у межах трансжанру «лист» виділяються певні макроутворення, що характеризуються відносною єдністю тематичного, композиційного і стилістичного компонентів та відрізняються за метою, авторськими інтенціями, стратегіями і тактиками розгортання тексту під певним кутом зору, каналом комунікації та сферою функціонування. Особливе місце у цій класифікації займає публіцистичний лист.

Публіцистичний лист є епістолярним текстом, написаним у публіцистичному стилі, який функціонує у ЗМК. Він формувався упродовж тривалого періоду й увібрав у себе елементи приватного і ділового листування. Публіцистичний лист виділяється серед інших епістолярних жанрів, як художніх, так і тих, що входять до сфери особистого листування, надзвичайно важливою особливістю: у ньому елементи, притаманні особистому листуванню, створюють своєрідний сплав з елементами публіцистики, яка за своєю природою містить соціальну суспільну проблематику. При цьому другий компонент переважає. Таким чином, лист, оформлений у публіцистичному стилі, стає одиницею особливого роду творчості – публіцистики, утворюючи його вид – епістолярну публіцистику.

Тематичний діапазон публіцистичного стилю практично необмежений (політика, ідеологія, філософія, економіка, культура, спорт, повсякденне життя), єдине обмеження накладає лише «модус формулювання тексту», який характеризує «особливий спосіб мовленнєвих дій, здійснюваних суб'єктом у процесі формування тексту з метою вирішення певних когнітивно-комунікативних завдань» [194: 64]. Поділяючи думку Н.І. Клушиної, вважаємо, що текст будь-якої тематики є публіцистичним, якщо йому властивий політико-ідеологічний модус формулювання тексту. Тому цілком виправданим є положення про те, що «політико-ідеологічна діяльність розглядається у функціональній стилістиці як екстралінгвістична основа публіцистичного стилю» [64: 120], а публіцистична діяльність спрямована, передусім, на вирішення політико-ідеологічних завдань.

Засоби масової комунікації у сучасному суспільстві виконують особливу соціальну функцію. Вони є посередниками між владою і суспільством. З одного боку, вони є віддзеркаленням громадської думки, яка може впливати на прийняття рішень органами влади, з іншого, – саме ЗМК організовують громадську думку, впроваджують державні концепції та національні ідеї у масову свідомість. Необхідно зазначити, що термін «публіцистика» у вітчизняній науці мас-медіа не тотожний терміну "feature" в

англомовній лінгвокультурі. Т.Г. Добросклонська, досліджуючи сучасне англійське медіамовлення, стверджує, що до текстів групи feature належить широке коло медіатекстів різноманітної тематики: від поп-музики і спорту до світського життя і високої моди. На відміну від новин (“hard news”), які висвітлюють стійкий список медіа-топіків з подійного, фактологічного боку, тексти групи feature роблять акцент на факторі індивідуально-авторського бачення тієї чи іншої проблеми, подають матеріали з особливого «зацікавленого» погляду [56: 175]. Вітчизняна наука традиційно виключає із корпусу публіцистичних текстів розважальні матеріали, які не мають суспільної значущості. Для вітчизняної публіцистики основним модусом формулювання тексту є ідеологічний, а не розважальний, оскільки основне завдання публіцистики вбачається у впливі на свідомість читачів через загострення суспільно-значущих проблем, а не розважання масової аудиторії.

Характерними ознаками публіцистичного стилю, за Г.Я. Солганіком, є його соціальна оцінність, сутність якої полягає в тому, що автор є виразником не стільки індивідуального, особистісного світобачення, скільки, передусім, світобачення певних соціальних груп, до яких він належить [158]. Відповідно до принципу соціальної оцінності, аксіологічна модель суспільства, що транслюється через ЗМІ і закріплює у масовій свідомості політичні, ідеологічні, моральні цінності, чітко поділяється на два полюси: той, що визнається як позитивний, і той, що оцінюється як негативний. Це означає, що всі лінгвістичні потенції відбираються автором-публіцистом і реалізуються крізь призму оцінності.

Особлива роль у публіцистичному стилі належить такому комунікативному блоку, як адресант/адресат. Як зазначалося вище, автор публіцистичного тексту ототожнює себе з деяким корпоративним цілим, виступає не сам по собі, а від особи якоїсь спільноти (колективу однодумців, соціальної групи, суспільства в цілому). Згідно з концепцією Г.Я. Солганіка, категорія автора в публіцистиці передбачає нерозривний зв’язок між двома гранями особистості автора публіцистичного твору: «автор – людина соціальна»

та «автор – приватна особа» [157: 41]. Невід'ємною складовою образу автора-публіциста є чітка авторська позиція, яка «виражається у підпорядкуванні усіх мовних засобів основній комунікативній настанові, цілеспрямованому використанню їх для посилення впливу тексту на читача» [79: 129].

Для автора-публіциста завдання адекватного розуміння створеного ним публіцистичного тексту тісно пов'язане із завданням впливу на адресата, який є диференційованою залежно від предмета і обставин комунікації спільнотою людей (соціальна група, суспільство, громадська думка). Адресант будує своє висловлення таким чином, щоб читач не лише зрозумів запропоновану йому інформацію, але й включив її як складову у власну картину світу, тобто під впливом публіцистичного тексту індивідуальна картина світу реципієнта повинна трансформуватися у заданому автором-публіцистом напрямку.

Ще однією важливою особливістю публіцистичного стилю є чергування експресії і стандарту, що виявляється у пошуку нових, незвичних виражальних засобів, які згодом можуть переходити у стандарти і штампи, обумовлене функцією впливу на адресата і функцією повідомлення [101: 68]. Відповідно до домінанти в текстах масової комунікації експресії чи стандарту Н.І. Клушина виділяє інформаційний та власне-публіцистичний підстилі [90: 269]. В інформаційному підстилі переважає інформаційна функція, тоді як функція впливу відходить на другий план; у власне-публіцистичному, навпаки, основною функцією є вплив, а функція інформування підпорядковується їй.

Кожен із цих підстилів має власну жанрову структуру. Інформаційному підстилю відповідають інформаційні жанри, як-от: репортаж, інтерв'ю, замітка, звіт тощо. До власне-публіцистичного підстилю в загальному можна віднести аналітичні жанри (стаття, рецензія, огляд, коментар, кореспонденція, лист тощо), сатиричні (фельєтон, памфлет, афоризм, сатирична репліка та інші) та художньо-публіцистичні (замальовка, есе, нарис тощо). Епістолярна публіцистика у цій класифікації займає місце «на межі аналітичної та

художньої публіцистики, поєднуючи у собі суттєві ознаки однієї та іншої» [140: 5].

Через призму теорії мовленнєвих жанрів жанрові форми сучасної газетної публіцистики аналізує Л.Р. Дускаєва. Вона пропонує розглядати їх як «нормативні форми духовної (впливово-комунікативної) мовленнєвої діяльності» [64: 117]. Систему жанрових форм газетної публіцистики дослідниця представляє як матеріалізацію ієрархічно організованої системи окремих діяльностей та типових дій у політико-ідеологічній сфері спілкування. При цьому кожна окрема діяльність здійснюється тим чи іншим способом задля досягнення певної комунікативної мети. Отже, якщо МЖ розглядати як модель реалізації комунікативної мети, то типологію жанрових форм газетної публіцистики Л.Р. Дускаєва будує через призму реалізації у цій сфері комунікативних інтенцій адресанта. Виходячи із концепції діалогічності публіцистичного мовлення і його екстралінгвістичних засад, з урахуванням особливості типових комунікативних цілей, які реалізуються в публіцистичній сфері спілкування, система газетних жанрів, на думку дослідниці, може бути представлена трьома великими групами:

- інформаційні жанри;
- оцінні (діагностуючі) жанри;
- імперативні (спонукальні) жанри [64: 126].

Дана класифікація перетинається з класифікацією МЖ Т.В. Шмельової, у дослідженнях якої виділені чотири групи жанрів на основі комунікативної мети:

- інформативні, які мають на меті різноманітні операції з інформацією;
- імперативні, орієнтовані на те, щоб сприяти здійсненню чи нездійсненню подій, необхідних, бажаних чи, навпаки, небажаних, небезпечних для когось із учасників спілкування;
- етикетні, мета яких здійснення особливої події, вчинку в соціальній сфері, передбачених етикетом даного соціуму;

- оцінні, що мають на меті змінити самопочуття учасників спілкування, співвідносячи їх вчинки, якості з прийнятою у даному суспільстві шкалою цінностей [200, 201, 202].

Однак у публіцистиці четверта група – етикетні жанри – не функціонує.

Інформаційні та оцінні жанри покликані орієнтувати у світі подій і людей, сприяти створенню ідеологічної ціннісно-пізнавальної картини світу. Імперативні жанри сприяють формуванню певної поведінки аудиторії, визначають систему вимог, що висуваються до різних політичних інститутів та соціальних сил.

Подальша диференціація всередині груп (на жанри, жанрові різновиди) здійснюється на основі відмінностей жанрових гіпотез (моделей) адресата, які визначають предметний аспект жанрової установки. Перша група жанрів, спрямованих на відображення дійсності, далі диференціюється на основі «змістовних очікувань адресата», тобто залежно від того, яку частину дійсності передбачається відобразити у відповідь на запит читача. Друга група – оцінні жанри – диференціюється на основі того, які оцінки передбачається з адресатом узгодити. Остання група – імперативні жанри – диференціюється на основі того, яку активність в адресаті передбачається викликати жанровою моделлю.

Епістолярна публіцистика покликана виконувати функцію впливу та переконання реципієнта у певній авторській позиції з метою переоцінки ним політичних, соціальних та культурних процесів; вона є одним із засобів ідеологічного впливу, що нав’язує адресатові певні стереотипи. Таким чином, публіцистичний лист за цією класифікацією тяжіє до імперативно-оцінних жанрів.

Публіцистичний лист не є однорідним утворенням, в його межах виділяються певні жанрові різновиди, найбільш розповсюдженими з яких, на думку Є.П. Прохорова, є відкритий лист та лист без адреси, інші його форми (послання, відозва, звернення, заява) близькі за своїм типом і структурою до вказаних основних видів [140: 8]. Це дозволяє нам кваліфікувати епістолярну

публіцистику як гіпержанр – «макроутворення, мовленнєву форму, яка супроводжує соціально-комунікативні ситуації, що об'єднують у своєму складі декілька жанрів» [147: 71]. Гіпержанр є цілісним комплексом складних МЖ, об'єднаних в межах комунікативної події. Мовленнєві жанри, що входять до складу гіпержанру «публіцистичний лист» поєднані каналом комунікації, а власне призначенням для публікації у ЗМІ, різновекторним характером комунікації: автор – реципієнт – масова аудиторія; публіцистичною метою – переконати читача в доречності авторської позиції щодо описуваної події і завдяки цьому вплинути на формування громадської думки; та особливою епістолярною формою викладу матеріалу. Відмінності між жанрами стосуються концептуального наповнення спілкування, композиційного оформлення, варіативності змістових, формальних, комунікативно-семіотичних ознак та тактичних поворотів у розгортанні сюжету.

Як уже зазначалося вище, гіпержанр «публіцистичний лист» функціонує у ЗМК. Однак не всі публікації, розміщені на шпальтах газет та журналів під назвою «лист», є творами епістолярної публіцистики.

Публіцистичний лист у жанровому відношенні слід відрізняти від матеріалів, які знаходимо під рубрикою «Листи наших читачів» у багатьох газетах та журналах. Ці публікації зазвичай не є публіцистичними текстами і не відповідають вимогам та меті публіцистичного дискурсу. Листи до редакції за мовною реалізацією тяжіють до розмовно-побутового стилю, тоді як епістолярна публіцистика являє собою синтез елементів ділового та публіцистичного стилів.

Основною інтенцією дописувачів до редакції є презентація власних поглядів на проблеми, що обговорюються у виданні, або бажання отримати відповідь, пораду від експертів, редакції чи привернути увагу редакції до особистісних проблем адресанта. Такі листи не обмежені тематикою та використанням мовних засобів і найчастіше є відгуками на публікації, розміщені у виданні. Вони дають читачеві можливість відкрито висловити

свою думку та дати оцінку матеріалам, опублікованим у виданні, а для редакції – можливість зрозуміти, наскільки обговорювані теми зацікавили читача і чи вдалося викликати очікуваний резонанс у суспільстві, на який публікації були розраховані.

Листи до редакції, незважаючи на свою назву, можуть належати до будь-яких жанрів ЗМІ. Ця назва означає лише те, що матеріал прийшов до редакції поштою і що автор його не є штатним працівником редакції. На жанр публікації така назва і відповідно рубрика не впливає, і її не можна вважати жанроутворювальним фактором (хоча під цією рубрикою може бути опублікований текст, який справді є твором епістолярної публіцистики) [172: 209].

Публіцистичний лист слід відрізняти і від публікацій у пресі, що є листами за формою. Форма листа може використовуватися для публікації низки матеріалів, що висвітлюють певні події чи проблеми, особливо ті, що тривають у часі. Інколи в них збережені лише формули звертання, інші ознаки листа відсутні. Безособова кореспонденція нерідко виявляється безсилою, тоді як текст, поданий у формі листа, має більше шансів отримати широкий резонанс у суспільстві, акцентувати увагу громадськості на проблемі, якій фактично присвячена проблемна стаття.

На відміну від інших листів, розміщених у виданні, епістолярна публіцистика обмежена суспільно-політичною тематикою, що пояснюється її походженням та функціонуванням у публіцистичному дискурсі ЗМІ.

Лист несе особливе змістове навантаження, має особливе призначення та своєрідні функції, що відрізняє його від інших жанрів публіцистики. Якщо метою публіцистики в цілому є формування громадської думки, то кожен з її жанрів дозволяє реалізувати цю мету з урахуванням їхньої специфіки.

На публіцистичний лист «неповторний відбиток накладає і значною мірою видозмінює його компоненти та обставина, що автор пише саме лист – від свого імені звертається до адресата – тієї особи, яка або бере участь у ситуації, або так чи інакше інспірує вчинки людей, або висловлює своє до

неї ставлення, своє розуміння та оцінку. І форма листа тому не має зовнішнього характеру, а закріплює особливий зміст, продиктований завданням, яке вирішує в епістолярному творі публіцист, і предметом, відображеним у творі» [140: 4].

Публіцистичний лист передбачає не лише виклад авторського розуміння певних подій та явищ життя, він є завжди зверненням до адресата, закликом, вимогою, підтримкою або осудом. Лист привертає увагу суспільства до особистості адресата, до розуміння цією людиною тих подій, у яких вона бере участь або які публічно оцінює, до мотивів її поведінки та оцінок.

Як зазначає Є.П. Прохоров, лише враховуючи усі завдання, які ставить перед собою автор публіцистичного листа, можна чітко уявити своєрідність призначення цього жанру. «Епістолярна публіцистика породжена необхідністю викликати у суспільства певне враження про поведінку особистості у суспільновагомій для сучасного життя ситуації, про риси цієї людини, що виявилися у тих чи інших вчинках, оцінках, думках. При цьому суттєву роль відіграє висловлена автором точка зору і на ситуацію, і на адресата. У листі постійно йде зіставлення їх (автора та адресата) вчинків, поглядів, оцінок, прагнень, почуттів. І зіставлення це реалізується в безпосередньому звертанні, у монологічному мовленні, яке має чітко означену адресу» [140: 25].

Тематичну основу епістолярної публіцистики складають «саме ті факти, події, явища, які входять до кола інтересів адресата, які «оточують» його і викликають ті чи інші його вчинки, думки, прагнення» [140: 27]. У листі вони протиставляються або зіставляються, або доповнюються та розвиваються поглядами, оцінками, висновками адресанта. Автор епістолярної публіцистики особисто зацікавлений у підтримці або запереченні поглядів, дій адресата. Таким чином, об’єктивна основа листа тісно пов’язана з його суб’єктами – автором і адресатом. Лише епістолярній публіцистиці «властиве звернення до такого предмету (тема, матеріал), у якому були б тісно переплетені

стосунки між автором і адресатом, викликані певною ситуацією (іноді локальною, часом широкою, а інколи всеохоплюючою), між автором і ситуацією, між адресатом і ситуацією» [140: 28]. Використовуючи форму безпосереднього звернення до адресата, автор-публіцист розраховує на те, що здійснить бажаний вплив на адресата та осіб, що поділяють його погляди, змусить їх замислитися, змінити свою позицію, діяти у бажаному для адресанта напрямку.

Отже, гіпержанр «публіцистичний лист» – це один із жанрів публіцистичного дискурсу ЗМІ, оформлений за законами епістолярного мовлення, написаний у публіцистичному стилі, покликаний вирішувати актуальні проблеми суспільно-політичного життя завдяки активному впливу на читача та формуванню громадської думки. Особливий характер завдань, що виникають перед автором епістолярної публіцистики, своєрідний предмет та тема знаходять своє втілення у змісті, основу якого становлять питання суспільного, соціального та громадського характеру. «Надруковані на шпальтах газет чи журналів ці епістоли мають на меті привернути увагу до певних проблем якомога ширшого кола громадян, спонукати їх до дії, викликати відповідну реакцію на інформацію чи просто висловити свою позицію щодо важливих суспільних явищ» [132: 59]. Цілеспрямований вплив на адресата організується шляхом відбору найефективніших мовних засобів публіцистичного стилю, які б дали змогу отримати відповідну реакцію реципієнта. Епістолярна публіцистика представлена такими формами: відкритий лист, лист без адреси, відозва, заява, послання, звернення.

### 1.2.2. Відкритий лист в системі жанрів епістолярної публіцистики

ВЛ є одним з найбільш своєрідних і найменш досліджених жанрів у теоретичній журналістиці та лінгвістиці. Про це свідчить майже повна відсутність наукових розвідок, у яких би аналізувався цей жанр, та абсолютна невизначеність щодо дефініції «відкритий лист». У більшості досліджень епістолярних текстів, публіцистичного дискурсу та газетної комунікації ВЛ

або не розглядався взагалі, або згадувався лише принагідно, що призвело до неупорядкованості термінології та хибного розуміння природи відкритого листа. Будь-які публікації у пресі, оформлені як епістолярне мовлення, автоматично зараховували до ВЛ. Домінувальним критерієм, що детермінує природу ВЛ і визначає його як явище, прихильники цієї точки зору вважають публічність, можливість ознайомлення з листом широкої читацької аудиторії [24], [43], [192]. Однак за такого тлумачення відкритими листами слід визнавати тексти будь-якої тематики, стилю та концептуального наповнення, що включають пряме звертання до адресата і призначені (навіть випадково) для публічного прочитання (листи читачів до редакції, чисельні поради, запити, відповіді на питання експертів, привітання у газеті, статті, що мають форму листів, оголошення, заяви, відозви тощо). У даному дисертаційному дослідженні акцентуємо увагу на тому, що неправомірним є об'єднання подібних текстів під назвою «відкритий лист», оскільки такий підхід веде до повної безсистемності. На наш погляд, критерій публічності не можна вважати жанроутворювальним фактором, оскільки він об'єднує тексти різного інтенціонального спрямування, тематики та комунікативної організації. Слідом за теоретиками журналістики А.А. Тертичним, Є.П. Прохоровим, А.І. Акоповим, П.С. Карасьовим та лінгвістами Н.В. Павлик, В.І. Кузьменко, **відкритий лист** розуміємо як **жанр епістолярної публіцистики, у якому через звернення однієї людини до іншої (здебільшого, до відомого політика, громадського діяча, а інколи певної групи населення, інституції) ставляться в гострій, відверто-особистій високоемоційній формі важливі соціально-політичні, економічні та моральні проблеми, що мають широке суспільне значення, невирішеність яких, на переконання адресанта, може призвести до небезпечних наслідків. Привернути увагу читацької аудиторії до цих проблем, переконати її у правильності авторської позиції, апелювати до можливостей, якими наділений позначений адресат, сформувати у масового реципієнта певну думку про адресата та його поведінку і таким**

**чином спонукати до активних дій на підтримку чи осуд позиції адресата – багатоаспектна мета відкритого листа.**

Автор ВЛ, звертаючись до точно названого адресата – особи, групи, організації, установи, – призначаючи заздалегідь лист для публікації, ставить читачів видання у позицію, коли вони є не лише свідками листування, але й прямими учасниками у справі, про яку йдеться. ВЛ, таким чином, має подвійну адресацію, по-перше, це названий вербалізований адресат, до якого звернений лист, по-друге, це масовий читач, якому фактично пропонується стати суддею у суперечці, громадська думка.

Пряме звертання до певної особи чи осіб притаманне й іншим жанрам публіцистики. Проте в них «можна обійтися і без цього прийому, тоді як у відкритому листі він є обов'язковим і таким, що визначає композицію, спосіб викладу, тон та стиль твору» [81: 47]. Тільки у ВЛ можна безпосередньо звернутися до винуватця певних несприятливих подій та звернути увагу на особисті мотиви та стимули поведінки. Те саме слід сказати і про авторське «я». Публіцист може вести оповідь від першої особи й у статті, і в нарисі, і в рецензії. Однак саме у ВЛ мовлення від першої особи є його невід'ємною складовою. Думки та емоції автора представлені у листі як власне пряма мова. Відкритий лист має особливе навантаження, призначення і своєрідні функції, які виділяють його з-поміж інших подібних жанрів ЗМІ. Саме цей жанр неявно потребує відповіді від адресата, на відміну від інших жанрів ЗМІ, які дозволяють обмежитися прочитанням і прийняттям інформації до уваги. Інформація у ВЛ неявно спонукає читача до розмірковувань, обговорення, до дії. А.А. Тертичний особливістю, що найбільш яскраво характеризує можливості даного жанру, вважає ситуацію, коли ВЛ стає публічним викликом адресату, запрошенням на відкриту «арену», де він повинен на очах у всіх продемонструвати не лише свої професійні якості або владу, але й особисту мужність, інтелект. Подібні виклики, переважно, не подобаються, внаслідок чого між автором листа і адресатом може виникати прихована, але чітко усвідомлювана аудиторією, ситуація конфлікту. Це

приваблює читачів, тримає їх у стані напруженого очікування, спонукає стежити за кожним наступним номером газети чи журналу, в яких може з'явитися відповідь на лист, що, звичайно, примножує можливість впливу публікації на читачів [172: 89].

Підвищена емоційність, індивідуально-особистісні риси відрізняють ВЛ від листів без адреси – послань, звернених до «колективної особистості». Стосунки між автором і адресатом у цих листах втрачають характер безпосередньо особистих, домінувальними стають соціально-політичні аспекти. Колективний адресат важливий для автора швидше як духовний співрозмовник, ніж як реальна особа, до якої звернений лист. Епістолярна публіцистика у такій формі є близькою до різного роду прокламацій та відозв. Зауважимо, що «листи без адреси» були ознакою публіцистики радянської доби, на сучасному ж етапі ця форма практично витіснена відкритим листом.

Специфіка адресації жанрів епістолярної публіцистики, звернених до широких мас (відозви, прокламації тощо), полягає у тому, що читач, відчуваючи свою належність до певного класу або суспільства в цілому, сприймає такий лист як мовлення, звернене до нього особисто та до тих, хто знаходиться поряд з ним. Ступінь емоційності у таких текстах дещо нижчий, ніж у ВЛ. Це пояснюється тим, що, зазвичай, вирішення проблеми, з якою звертається адресант, не залежить напряму від читачів видання. Успіх такої публікації буде залежати, передусім, від того, наскільки автор яскраво та глибоко зможе сформулювати ідеї, до сприйняття яких готова масова аудиторія, і, по-друге, наскільки кожен з цієї аудиторії відчуває себе відповідальним за те, про що йдеться у такому листі.

Відкритий лист співвідноситься з документальним, публіцистичним різновидом нарису – жанром, «в якому описово-розповідне зображення складається в основному із спостережень оповідача, які утворюють композиційний центр твору» [102: 516]. У ВЛ автор завжди висловлює свої враження, роздуми, асоціації, народжені в нього в результаті певних подій;

автор виражає своє зацікавлене ставлення до описуваного, пропонує власну оцінку ситуації та/чи дій адресата.

Зацікавлена авторська позиція та власні роздуми адресанта частково зближують ВЛ з публіцистичним есе – «прозаїчним твором невеликого об'єму та вільної композиції, який виражає індивідуальні враження та думки щодо певного питання та наперед не претендує на вичерпне трактування предмету» [111: 516]. Компонент есе у відкритому листі, здебільшого, вирізняється своєрідним стилем: автор максимально наближується до розмовної інтонації та лексики, що надає мові ВЛ особливої образності.

Значного впливу зазнав жанр ВЛ через посередництво прокламацій, листівок, відозв, які розповсюджувалися серед населення в періоди гострих потрясінь та з часом стали публікуватися і в газетах, що мало відповідні наслідки для публіцистики. Ми розглядаємо ВЛ як жанр, що увібрав риси цих суміжних риторичних жанрів.

Провідна інтенція епістолярної публіцистики як гіпержанру публіцистичного дискурсу – переконати масового реципієнта в авторській позиції, вплинути на адресата та громадськість і спонукати їх до активних дій – визначає місце окремого жанру публіцистичного листа у польовій структурі жанрового простору. Прототиповими, з цієї точки зору, є відкритий лист, лист без адреси, відозва. Периферійні жанри – звернення, послання, заява – характеризуються синкретизмом функції впливу та функцій інших типів дискурсу.

На відміну від суміжних жанрів епістолярної публіцистики, ВЛ є завжди своєрідною реакцією на певну конфліктну ситуацію, яка надихає адресанта до написання ВЛ. Ця особливість обумовлює тематичну обмеженість ВЛ, які у своїй більшості є критикою, нападом, протестом проти позиції адресата або осіб чи ситуації, що певним чином пов'язані з адресатом листа. Обираючи саме форму листа для своєї критики чи протесту, автор прагне наголосити, що справа, про яку йдеться, навіть за умови її суспільного значення, включена в особистісну сферу адресанта, завдає йому моральної

шкоди, викликає несприйняття. Адресант звертається у формі ВЛ, тому що він найкращим чином дозволяє викрити конкретних винуватців зла, чітко донести до масового реципієнта думку, що жодна людина не може залишатися байдужою до несправедливості.

Як тип тексту ВЛ найбільше зближений з відозвою – зверненням уряду, організації або окремої особи до широких мас населення, що містить у собі заклик до дієвого виступу. Основним засобом впливу у відозві є власне текст, у якому використовуються зображальні засоби, що містять різноманітні шрифтові та пунктуаційні модифікації, композиційні особливості розміщення тексту; інколи використовується політична символіка. Крім зазначених, у кожному відкритому листі присутніми є такі елементи відозви, як: підвищена емоційність, повтори, завдяки яким підтримується емоційна напруга теми мовлення, велика кількість звернень, окличних речень тощо. ВЛ, як і відозва, містить заклик до конкретних дій; як звернення, заява, послання доносить до читачів основні положення програм певних організацій, партій, політичних та громадських діячів. Проте зазначені жанри більшою мірою, ніж ВЛ, орієнтовані на вираження позиції групового суб'єкта: партії, групи, колективу; вони пропагують цінності конкретного політичного табору, в той час як ВЛ зосереджений навколо конкретної особистості адресанта.

У низці словникових дефініцій [22], [246], [256], [265], [273] поняття ВЛ тлумачиться з використанням лексем *звернення, заклик, протест, критика, скарга*. Згадані лексеми у свідомості носіїв мови зближуються з поняттям ВЛ і відображають його найсуттєвіші ознаки: *проблемний характер, спрямованість на осуд чи підтримку адресата, апеляція до можливостей, якими наділений адресат та до громадської думки* тощо. Аналіз словникових дефініцій та зіставлення ВЛ із суміжними жанрами епістолярної публіцистики – відозвою, заявою, посланням, зверненням, листом без адреси – дозволяє зробити висновок про те, що МЖ ВЛ, з одного боку, об'єднує усі вищеназвані форми мовленнєвого спілкування, з іншого – не є тотожним жодній з них. Він лише частково перетинається з ними,

утворюючи самостійне явище, у межах якого вищеназвані жанри використовуються як можливі варіанти мовленнєвої реалізації.

Отже, ВЛ як жанр містить актуальні фрагменти, представлені в інших жанрах публіцистичного листа лише частково. Проте межі мовленнєвих жанрів епістолярної публіцистики нечіткі, рухомі; мовні засоби, що їх формують, спільні й інтерпретуються залежно від ситуації, комунікативних намірів учасників спілкування та інших чинників. Таким чином, жанри епістолярної публіцистики відрізняються взаємопроникністю, а традиційна система жанрів газетної публіцистики сьогодні не лише трансформується, але й розширюється, уточнюється.

У найбільш загальному вигляді місце ВЛ у системі публіцистичних жанрів продемонстровано у схемі 1.1 (див. додаток Б).

## 1.3. Методика аналізу мовленнєвого жанру «відкритий лист»

Затвердженню комунікативного статусу МЖ ВЛ допоможе його паспортизація на основі «паспорта МЖ» Т.В. Шмельової [200: 88–98]. Дослідниця пропонує модель МЖ, стверджуючи, що «на відміну від моделей мовних (морфемна модель слова, модель речення), мовленнєвий жанр – модель об’ємна» [202: 60] і в ній представлено основні прагматичні і мовні характеристики МЖ. Опис мовленнєвої моделі жанру за Т.В. Шмельовою, передбачає анкету, що містить питання, відповіді на які дозволяють скласти характеристику кожного окремого МЖ. Розуміння жанру як типової моделі детермінує основний принцип його дослідження – аналіз жанроутворювальних параметрів, «необхідних і достатніх для впізнання, характеристики, конструювання МЖ» [200: 91]. Такий спосіб опису жанру у В.В. Дємєнтьєва отримав назву методики компонентного аналізу [47: 32], яка визнається оптимальною схемою дослідження МЖ в рамках даної роботи. Список релевантних для характеристики МЖ ознак містить: комунікативну

мету; образ автора; образ адресата; подійний зміст; фактор комунікативного минулого; фактор комунікативного майбутнього; мовне втілення [201: 24].

Розглянемо запропоновану автором анкету МЖ детальніше.

Комунікативна мета, на думку Т.В. Шмельової, є центральним жанроутворювальним параметром, найбільш типологічно значущою ознакою, яка дає можливість адекватно інтерпретувати жанрову форму і визначити її місце у системі жанрів. За цією ознакою протиставлені чотири типи МЖ: інформативні, імперативні, етикетні та оцінні, кожен з яких об'єднує велику кількість жанрів, які різняться всередині названих типів за іншими жанроутворювальними параметрами.

Наступною конститутивною ознакою дослідниця вважає концепцію автора, який розглядається як носій соціального, статевого, вікового статусу, виконавець певної конвенціональної ролі, суб'єкт певної дії, що має чітко визначену мету, володар певної картини світу, носій особистісних якостей та суб'єкт психічного стану. Інформація про адресанта, як про учасника спілкування, закладена у типовий проект МЖ і містить, крім зазначеного, його ставлення до адресата та до подійного змісту, що передається. Дослідниця наголошує, що для автора МЖ чи не на першому місці стоять його стосунки з адресатом, тому наступною жанроутворювальною ознакою вона називає «образ адресата», що враховує ті ж характеристики. Ще М.М. Бахтін писав, що «кожен мовленнєвий жанр у кожній сфері мовленнєвого спілкування має свою типову концепцію адресата, яка визначає його як жанр» [11: 290].

Фактор минулого і фактор майбутнього окреслюють для мовленнєвого жанру попередній та наступний епізоди спілкування. Т.В. Шмельова пропонує ділити усі МЖ на жанри з минулим і жанри без минулого, або ініціативні МЖ та МЖ-реакції. Спрямованість реагуючих жанрів на певні мовленнєві стимули, тобто фактор минулого, визначає комунікативну мету і формальну організацію жанру. Фактор майбутнього передбачає подальший розвиток мовленнєвих подій, що втілюється в появу інших мовленнєвих

жанрів. З точки зору фактора майбутнього необхідно враховувати як реакції – відповіді співрозмовника, так і перлокутивні ефекти, тобто подійне і комунікативне майбутнє [201: 28].

Диктумний (подійний) зміст, на думку автора, «вносить обмеження у відбір інформації про світ» [200: 97]. Подійний зміст визначається як структура комунікативної події і враховує такі параметри, як часова перспектива події, оцінка події, кількість мікроподій, які сукупно формують подію.

Останньою жанроутворювальною ознакою є мовне втілення жанру. На думку Т.В. Шмельової, «лінгвістично найбільш важливим є саме параметр мовного втілення, всі інші потрібні нам настільки, наскільки вони впливають на нього». Мовне втілення – «це перше, що отримує адресат, з чого він вичитує інформацію про автора, його комунікативні наміри, минуле і майбутнє жанру» [200: 96 – 97]. Згідно з анкетою Т.В. Шмельової, формальну організацію слід розглядати як систему прямих і непрямих способів вираження жанру, сукупність всіх лексичних і граматичних засобів, здатних маркувати жанрову належність висловлення.

Дана анкета зазнала критики сучасних дослідників за спрямованість у бік мовця та статичне розуміння сутності МЖ. На жаль, при аналізі мовленнєвого жанру за допомогою цього методу, фактор адресата не завжди враховується з належною повнотою. М.Ю. Федосюк зазначає, що «насправді шість перерахованих змістових ознак мовленнєвого жанру представляють не об′єктивні, як це могло б здатися на перший погляд, характеристики висловлення, його місця у процесі спілкування, а також учасників цього спілкування, а зафіксовану у даному висловленні оцінку всіх згаданих мовцем параметрів: ... концепція автора і концепція адресата, а також фактор комунікативного минулого і фактор комунікативного майбутнього – це відображення у висловленні уявлення мовця про те, в яких стосунках з ним знаходиться адресат, як кожного з них стосується те, про що йдеться у

висловленні, і як дане висловлення співвідноситься з попереднім і наступним текстом» [179: 107].

Сучасними дослідниками вводяться нові ознаки МЖ. Так, Т.О. Багдасарян пропонує доповнити згадану анкету чинником тональності, оскільки «текст будь-якого МЖ має в своїй основі певний емоційно-когнітивний фрейм» [6: 241]. Під тональністю розуміється «спосіб подачі тексту автором, за допомогою якого він виражає своє ставлення до тексту, реципієнта, дійсності і самого себе у додаткових характеристиках, які надають пропозиції відповідний тон з урахуванням сфери спілкування і особистісних якостей комунікантів» [6: 242]. Дослідниця зокрема зазначає: «Тональність притаманна будь-якому тексту незалежно від жанру, а також від соціальної та етнічної належності його автора. Функція тональності полягає в передачі суб'єктивного ставлення автора до дійсності, його прагненні вплинути на адресата» [6: 242]. Т.О. Багдасарян виділяє 36 таких тональностей: офіційно, серйозно, жартівливо, захоплено, дружньо, вороже, саркастично, недовірливо, байдуже, песимістично, боязко, зневажливо, зверхньо, агресивно, з огидою, наполегливо, похмуро, здивовано, хвастовито, з тривогою, роздратовано, з образою, відчужено, радісно, удавано, задумливо, рішуче, зухвало, таємниче, грубо, налякано, ввічливо, ласкаво та ін. Дослідниця вважає, що тільки у поєднанні пропозиційного змісту і модальної рамки, частиною якої є тональність, модель мовленнєвого жанру буде представлена найбільш повно, оскільки саме експресивний момент є тим конструктивним елементом, що надає тексту індивідуальності, визначає його стиль і композицію.

Т.В. Матвєєва розуміє тональність як функціонально-семантичну текстову категорію, пов'язану з мовною категорією емоційності. На її думку, автор прагне розмістити у тексті ті чи інші «сигнали психологічної установки, свідомої чи підсвідомої», які «проходять крізь весь текст, скріплюють його в одне ціле» [118: 27]. За рахунок таких сигналів створюється певне психологічне забарвлення мовлення, психологічне

саморозкриття автора, що має ефект емоційного зараження. Таким чином, тональність є такою текстовою категорією, у якій знаходить відображення психологічна установка автора тексту.

Категорія тональності нерозривно пов'язана з емоційним тоном твору. Емоційний тон містить весь спектр емоцій у тексті, а категорія тональності асоціюється з емоційними домінантами, представленими у тексті у вигляді різноманітних мовних і мовленнєвих засобів. У межах одного тексту можуть взаємодіяти декілька тональностей, які разом і будуть створювати загальний емоційний тон твору.

Засобами тональності дослідниця називає мовні одиниці, які безпосередньо виражають семантику емоційності (емоційно-експресивна лексика, експресивні конструкції), а також нейтральну лексику в емоційно-експресивному використанні, фразовий ритм, змістово-подійну передачу емоційної напруги [118: 27 – 28].

На думку Ф.С. Бацевича, «анкета МЖ» Т.В. Шмельової – досить жорстка структура. Крім категорії тональності, в цей «паспорт» має бути вписана ціла «низка категорій, що відображає вплив конситуації спілкування (час, місце, супутні обставини), специфіку і стан каналів комунікації» [12: 113]. Однією із найважливіших жанрових категорій, не представлених в «анкеті МЖ», є комунікативний смисл – стійкі, типові комбінації певних значень параметрів комунікативної ситуації, уведений Ф.С. Бацевичем стосовно МЖ у працях [12, 13, 14]. Дослідник виділяє два типи комунікативних смислів: узуальний комунікативний смисл – «вміння будувати типовий МЖ з притаманною йому інтенцією (мікростратегією) у конкретній конситуації спілкування та звичне сприйняття саме цього смислу адресатом» та оказіональний комунікативний смисл, який «виникає як результат впливу багатьох моментів, що визначаються перш за все особистістю адресата, способом організації мовного коду, конситуацією, та організацією каналу комунікації» [12: 118–119]. Вчений вважає, що «наявність узуального комунікативного смислу свідчить про те, що МЖ

зберігаються у пам’яті носіїв мови як достатньо формалізовані утворення; наявність оказіонального комунікативного смислу – результат того, що МЖ – не просто тип, жорстка, застигла форма організації мовленнєвої дії, а «м’яка», гнучка категорія живої комунікації, формування дискурсів» [12: 122–123]. Володіння механізмами жанротворення та інтерпретації комунікативного смислу жанру є необхідною умовою вдалої комунікації; неволодіння цими механізмами чи небажання вичитувати поточний комунікативний смисл – причина різноманітних комунікативних невдач.

На наш погляд, наявність в описі МЖ таких ситуативно-залежних, обумовлених контекстом компонентів, як тональність та комунікативний смисл, дає можливість представити модель МЖ не як абстрактний конструкт, шаблон, а як реалію мовленнєвого спілкування, динамічне явище.

Незважаючи на критику деяких дослідників [49], [179], розроблений Т.В. Шмельовою «паспорт жанру» задає необхідні параметри для ідентифікації будь-якої жанрової форми, є дієвим інструментом опису МЖ, що підтверджують роботи, в яких успішно застосовувався цей метод.

Дослідження, що проводяться в рамках ТМЖ, також використовують методику ілокутивно-перформативного аналізу МЖ. У цьому випадку предметом уваги дослідників стає аналіз семантики МЖ. А. Вежбіцька розробила особливу мову для опису смислового наповнення МЖ. Семантична теорія елементарних смислових одиниць (“semantic primitives”) моделює кожен жанр «за допомогою послідовності простих речень, що виражають мотиви, інтенції та інші ментальні акти мовця, які визначають даний тип висловлення» [21: 103]. Спираючись на власну теорію семантичних примітивів, перевагу свого методу А. Вежбіцька бачить в тому, що застосовані у даній моделі семантичні одиниці мають властивості елементарності і повторюваності у різних поєднаннях, що дає можливість легко порівнювати різні жанри.

Головним фактором функціональності такого підходу слід визнати, перш за все, доступність опису, деформалізованість у граматичному

відношенні. Елементарність семантичних одиниць, застосованих у моделі, та їх повторюваність забезпечує легке зіставлення різних жанрів та наочно демонструє структурні відношення, що їх поєднують.

Отже, універсальна методика дослідження й опису мовленнєвого жанру в сучасній лінгвістиці відсутня. Один і той самий жанр може аналізуватися багатоаспектно, а тому різні підходи до вивчення МЖ доповнюють один одного. У нашому дослідженні за основу аналізу МЖ ВЛ взято анкету Т.В. Шмельової, доповнену параметрами тональності та комунікативного смислу. Викладені в анкеті параметри моделі, звичайно, не вичерпують усіх аспектів опису МЖ, проте в них задані основні жанроутворювальні критерії. Ідентифікація жанру на основі «паспорта жанру» Т.В. Шмельової дозволяє побачити мовленнєву дійсність крізь призму МЖ, яка концентрує такі площини бачення, як модель жанру з усіма його складовими, реальний мовленнєвий твір – текст – на фоні моделі й спектр теоретичних інтерпретацій моделі та її реалізації. Як додатковий засіб опису МЖ використаємо методику ілокутивно-перформативного аналізу – моделювання жанру за допомогою семантичних примітивів.

## Висновки до розділу 1

Епістолярний текст розглядається нами як *мовленнєвий жанр*, який слідом за М.М. Бахтіним та Т.В. Шмельовою, розуміємо як особливу модель висловлення, що має набір конкретних способів мовленнєвого втілення і формується комплексом жанроутворювальних ознак. При ідентифікації жанру беремо до уваги, передусім, специфічний спосіб організації текстів, їх інваріантну структурно-композиційну основу та провідну комунікативно-прагматичну характеристику листа – діалогічність.

Аналіз формально-змістової структури епістолярних текстів дозволяє виділити комплекс обов'язкових компонентів, що регулярно функціонують у текстах, об'єднаних жанровою домінантою. До конститутивних ознак формальної організації відносимо наявність звертання на початку листа і підпису в кінці, орієнтованих на конкретного адресата, що створює контактну раму листа і сприяє інтуїтивному розпізнанню жанру. Серед інших ознак, що виявляють себе у кожному окремому листі і впливають на загальне мовне оформлення епістолярних текстів, виділяємо такі: писемний характер, опосередкованість спілкування, локально-темпоральна віднесеність, антропоцентричність, суб'єктивна модальність, поліфункціональність, визначальна роль фактора адресата, спрямованість на певний перлокутивний ефект.

Інтегруючи первинні МЖ, епістолярний жанр набуває статусу вторинного МЖ. Як вторинний мовленнєвий жанр лист характеризується різноманітністю композиційного оформлення, поліілокутивністю, поліфункціональністю, тематичною та стилістичною неоднорідністю.

Епістолярний жанр має наскрізний, вертикальний характер проникнення в усі функціональні стилі. Потрапляючи в ту чи іншу сферу функціонування, лист «стилізується» згідно з її нормами, тобто зазнає відповідних перетворень, вписується в певний стиль мовлення, що дозволяє кваліфікувати його як особливий *трансжанр.*

У межах міжстильового МЖ «лист» можуть бути виділені різновиди, що характеризуються єдністю тематичного, композиційного і стилістичного компонентів в найбільш загальному вигляді. Такими макроутвореннями, на нашу думку, є приватний лист, діловий лист, публіцистичний, науковий та художній листи.

Специфіка об'єкта нашого дослідження – відкритого листа – визначається, з одного боку, приватним характером листа, а з іншого – його функціонуванням у сфері масової комунікації. У результаті проведеного аналізу ми дійшли висновку, що складний МЖ «відкритий лист» за комплексом ознак (тематичні, стилістичні характеристики, типові комунікативні ситуації, характер стосунків між комунікантами, канал спілкування, сфера функціонування) належить до епістолярних жанрів публіцистики і є складовою гіпержанру «публіцистичний лист».

Епістолярна публіцистика, до якої належить і ВЛ, є однією з категорій публіцистичного дискурсу. Серед її завдань основним є вплив та переконання реципієнта у певній авторській позиції з метою переоцінки ним політичних, соціальних та культурних процесів; вона є одним із засобів ідеологічного впливу, що нав'язує адресату певні стереотипи.

МЖ ВЛ складає ядро гіпержанру «публіцистичний лист». МЖ ВЛ є цілісним синкретичним текстовим утворенням, що складається з єдності епістолярної форми і публіцистичного змісту; МЖ ВЛ ускладнений фактором подвійної адресації і спрямований на переконання адресатів у правильності авторської ідеї й спонукання до дій.

Найсуттєвішими ознаками ВЛ: проблемний характер, спрямованість на осуд чи підтримку позначеного у листі адресата, апеляція до можливостей, якими наділений цей адресат та до громадської думки.

Зіставлення відкритого листа із суміжними жанрами епістолярної публіцистики – відозвою, заявою, посланням, зверненням, листом без адреси – дозволило зробити висновок про те, що МЖ ВЛ, з одного боку, об'єднує всі вищеназвані форми мовленнєвого спілкування, з іншого – не є тотожним

жодній з них. Він лише частково перетинається з ними, утворюючи самостійне явище, у межах якого вищеназвані жанри використовуються як можливі варіанти мовленнєвої реалізації.

У межах даної роботи оптимальною схемою аналізу МЖ ВЛ визнано метод жанрового моделювання (Т.В. Шмельова), який дозволяє побудувати модель МЖ ВЛ на основі опису найважливіших жанроутворювальних параметрів. З метою узагальнення і створення єдиної моделі опису МЖ анкета Т.В. Шмельової була доповнена параметрами тональності та комунікативного смислу, урахування яких дасть можливість представити модель МЖ не як застиглий шаблон, а як реалію мовленнєвого спілкування. Методика ілокутивно-перформативного аналізу дозволить описати комплекс комунікативних цілей МЖ ВЛ у їх сукупності, виділити мотиви, інтенції та інші ментальні акти мовця, які конструюють даний тип висловлення.

Отже, здійснений у розділі аналіз є першим необхідним етапом у теоретичному обґрунтуванні досліджуваного об’єкта; він робить можливим подальше вивчення його характерних ознак, що мають дискурсивну природу.

# РОЗДІЛ 2
# КОМУНІКАТИВНА ОРГАНІЗАЦІЯ МОВЛЕННЄВОГО ЖАНРУ «ВІДКРИТИЙ ЛИСТ»

## 2.1. Комунікативна структура мовленнєвого жанру «відкритий лист»

За основу опису характеристик МЖ ВЛ, слідом за Т.В. Шмельовою, Н.Д. Арутюновою, А. Вежбіцькою, беремо комунікативну мету, яку вважаємо центральною категорією формування МЖ. В.А. Салімовський розглядає комунікативну мету як задум, спрямований на створення тексту, з одного боку, і на адресата (через текст), з іншого [144: 10]. Для нашого дослідження важливим є розмежування понять «інтенція» (як мотив, перший крок автора на шляху від першочергового задуму до тексту) та «комунікативна мета» (те, до чого прагне мовець, передбачуваний реальний результат мовленнєвого спілкування). Природа породження МЖ ВЛ вимагає обов'язкового усвідомлення глобальної мети спілкування як основної умови досягнення запланованого результату впливу. Аналіз матеріалу показав, що МЖ ВЛ з точки зору цільової установки може бути як імперативним, так і оцінним. Навіть за умови виділення домінувальної мети на неї будуть нашаровуватися додаткові смисли, тому однозначно зарахувати МЖ ВЛ до одного з видів досить проблематично.

МЖ ВЛ перебуває на межі оцінних та імперативних мовленнєвих жанрів, оскільки основною інтенцією, що визначає мовно-стилістичне оформлення відкритого листа, є переконування реципієнта в авторській позиції й активізація адресата та у деяких випадках контрольних органів у вирішенні певної проблемної ситуації. Інакше кажучи, комунікативною метою МЖ ВЛ є переконування й спонукання адресата до дій через вплив на його ціннісні орієнтири.

У сфері функціонування ВЛ, публіцистичному дискурсі ЗМІ, оцінка є засобом утвердження базових ідеологем. Завдяки їй формується аксіологічна модель суспільства, яка закріплює у масовій свідомості політичні, ідеологічні, моральні та інші універсальні та етноспецифічні цінності. Оцінність – найважливіша інтенціональна категорія публіцистичного тексту, за допомогою якої адресант переконує адресата у певних ідеях. У Розділі І зазначалося, що для публіцистичного листа і його жанрів визначальним є принцип соціальної оцінності, який сьогодні виявляє себе радше у цілому публіцистичному дискурсі, ніж в кожному окремому тексті. Однак дослідження контенту текстів у межах дискурсу доводить, що «оцінки, виражені різними авторами різних текстів, у дискурсі об'єднуються навколо полярних полюсів ідеологічної шкали оцінки» [88: 34].

Оцінка з самого початку закладена у повідомленні, але її присутність у тексті не помітна, вона не нав'язується, а навіюється реципієнту. Адресат услід за автором сприймає задану оцінку на сугестивному, емоційному рівні. Йому здається, що він самостійно дійшов даного оцінного висновку. Формування у адресата потрібної оцінки відіграє величезну роль в ідеологічній орієнтації останнього [185: 60].

Оцінність як системоутворювальний фактор виявляє себе вже на початковій стадії створення тексту відкритого листа. Автор займає ту чи іншу позицію стосовно явища, оцінює його тим чи іншим чином як на основі самого явища, так і на основі свого власного світогляду, спрямованості, інтересів і цілей. Ідеологічна, світоглядна позиція адресанта ВЛ відіграє важливу роль у виборі певних мовленнєвих засобів для характеристики та оцінки відображених ним життєвих реалій. Адресант дає оцінку інформації, яку повідомляє, займає активну громадянську позицію і прагне сформувати таку ж позицію у читача. Адресант репрезентує власну оцінку того, що відбувається, але ця особиста оцінка стає предметом осмислення аудиторії читачів і засобом впливу на них. Автор стимулює громадянську активність, вказує конкретні шляхи і способи досягнення бажаного результату, наводить

аргументи на користь того, що збереження ситуації, яка склалася, є згубним для суспільства, громади або окремих її представників.

Крім власної оцінної позиції автора ВЛ, суттєвим є факт залежності оцінок від позиції видання, в якому друкується ВЛ. У кожному конкретному виданні на сьогодні існує власна шкала цінностей, яка зумовлює оцінки, розподілені відповідно до опозиції «своє»/«чуже»: загальносоціальні, ідеологічні, групові, індивідуальні. Це підтверджують і проаналізовані нами ВЛ, опубліковані в різних виданнях. Так, наприклад, після основного тексту «ВЛ І. Вакарчуку стосовно клерикалізації шкільної освіти» автори подали наступну інформацію:

***Наведений вище відкритий лист розіслано в ряд центральних українських друкованих та інтернет-видань***. *Переважна більшість видань проігнорувала прохання про розміщення. Про мотиви подібної «солідарності» різнопланових видань висновки запрошуємо робити Вам самим. Наведений нижче список буде оновлюватися і доповнюватися по мірі одержання інформації про друк наведеного вище листа.*

***Проігнорували****: Газети «Дзеркало тижня», «Україна молода», «День», «Свобода», «Сегодня», «Урядовий кур'єр», «Київський телеграф», «Всеукраїнська технічна газета»; УНІАН, «Українська правда», «ForUm», «Главред», «Корреспондент.Net», «Обозреватель», «Освітній портал», «Освіта.UA», «Подробности.UA», «Інститут релігійної свободи».*

***Підтримали****: Тижневик «2000», Інфопорн, Український науковий клуб, Портал Українські науковці у світі, Научно-популярный журнал «Пропаганда», Газета «Голос України», Всеукраїнська громадська організація Асоціація вчителів біології України* [21].

Як бачимо, шкала цінностей є універсальним способом відбору і створення мовленнєвих засобів для вираження авторської світоглядної позиції і вибору певної стилістичної манери викладу.

Наступним кроком на шляху дослідження комунікативної організації МЖ ВЛ є аналіз мотивів, які спонукають адресанта до написання відкритого

листа. «Мотив – перша інстанція у породженні мовлення. Він же стає останньою інстанцією у зворотному процесі – процесі сприйняття і розуміння висловлення, оскільки ми розуміємо не мовлення, і навіть не задум, а те, заради чого виражає наш співрозмовник ту чи іншу думку, тобто мотив мовлення» [68: 13]. Аналіз текстів ВЛ дозволив виділити такі мотиви:

- прагнення спонукати вербалізованого адресата припинити негативні дії, не повторювати їх у майбутньому;
- прагнення спонукати позначеного адресата здійснити бажані з точки зору автора дії;
- викриття винних, бажання публічно виказати негативну оцінку, представити публіці справжнє обличчя тих, кого адресант вважає винними у певній ситуації, обставинах. Цей мотив найчастіше стосується відомих людей, наділених владою, повноваженнями і здатних справляти вплив на життя в країні;
- прагнення дати вихід негативним емоціям, з'ясувати стосунки з об'єктом дискредитації;
- прагнення зняти з себе відповідальність за певну несприятливу ситуацію [189: 229–230].

Як бачимо, чимало мотивів спрямовані на спонукання адресата здійснити/припинити певні дії. Оскільки контакт комунікантів є опосередкованим ЗМІ, то автор не може розраховувати на миттєву реакцію вербалізованого адресата, тому провідною інтенцією адресанта буде саме оцінка, яка має вплинути на ціннісні орієнтири читацької аудиторії. Остання формує громадську думку, яка вже може вплинути на конкретну особу – винуватця несприятливих дій з метою заохочення до виконання певної дії або застереження щодо неї.

Для подальшого аналізу МЖ ВЛ скористаємося ідеєю «паспорту жанру» Т.В. Шмельової [201: 88], доповненого категоріями комунікативного смислу, жанрової тональності та «моделі семантичних примітивів» А. Вежбіцької.

**1. Комунікативна мета.**

МЖ «відкритий лист» є поліінтенціональним оцінно-імперативним жанром. Комунікативна мета МЖ ВЛ становить єдність трьох компонентів, котрі формують його жанрову структуру: 1) спонукати адресата листа втрутитись у хід справи, ситуацію, процес, про які йдеться; долучитися до розв'язання проблем, невирішеність яких може призвести до небажаних наслідків для окремих людей, груп чи суспільства в цілому; 2) у гострій, гранично відвертій, високоемоційній формі поставити перед громадськістю (читачами видання) питання, що мають суспільне значення; 3) дати оцінку вербалізованому адресату, ситуації, особам, про яких йдеться, сформувати відповідне до них ставлення і таким чином вплинути на громадську думку.

У згорненому вигляді комунікативна мета виглядає так: спонукання адресата до дій через вплив на ціннісні орієнтири та громадську думку в заданому автором напрямку.

Опис комплексу названих комунікативних цілей у їх сукупності можливий у межах культурно-обумовлених сценаріїв [276] на основі моделі аналітичного формулювання семантичних примітивів:

*– Знаю, що з вини когось відбувається дещо погане;*

*– Почуваюся погано з цього приводу;*

*– Говорю це, тому що хочу, щоб ти знав, що те, що відбувається, мені не подобається;*

*– Знаю, що ти можеш змінити це погане;*

*– Говорю це, тому що хочу, щоб ти змінив це погане;*

*– Не знаю, чи ти це зробиш, тому говорю це всім;*

*– Хочу, щоб всі про це знали. Хочу, щоб всі зробили так, щоб ти змінив це погане.*

**2. Загальний комунікативний смисл.**

Узагальнений комунікативний смисл МЖ, слідом за Ф.С. Бацевичем, розуміємо як «явлену інтенцію учасників спілкування» [12: 81]. У випадку ВЛ комунікативний смисл фактично тотожний комунікативній меті і

визначається сутністю цього жанру в системі жанрів епістолярної публіцистики:

*Я сутність певної проблеми бачу саме таким чином. Констатую, що певні дії адресата можуть суперечити бажаному стану речей. Я хочу (можу/повинен) втрутитись і переконати адресата у правоті своєї позиції, щоб спонукати його до зміни або збереження існуючого стану речей.*

Адресант, виходячи із задуму, кодує певний смисл, завдання адресата – розкрити і зрозуміти цей смисл через декодування вербальних знаків.

**3. Образ автора.**

У ВЛ стосунки між комунікантами обумовлюються об'єктивною і статусною характеристиками. Вплив особистості автора на сприйняття змісту листа є безперечним. Образ може бути сформований його мовленням або вчинками, але частіше за все ставлення обумовлене соціальним чи професійним статусом адресанта.

Для спілкування у МЖ ВЛ характерна асиметричність: партнери не рівні за статусом та комунікативними ролями, один вищий, інший нижчий. Адресант ВЛ не наділений достатніми повноваженнями, він визнає за адресатом право на прийняття рішення стосовно проблеми, з якою він звертається. Отже, загальний рух комунікації у ВЛ відбувається «знизу вверх». Нами зафіксовані поодинокі випадки текстів з рівноправними статусними стосунками між адресантом та адресатом ВЛ, як, наприклад, депутат депутатові, журналіст журналісту, науковець науковцю тощо. Відсоткова кількість таких листів становить ~ 8% від загальної кількості. Проте незалежно від статусних характеристик адресанта, він вважає себе достатньо компетентним, щоб коментувати певну проблему, робити висновки і вимагати вирішення цієї проблеми, часто пропонуючи свої шляхи для цього.

Автор, створюючи текст ВЛ, виступає від себе особисто або від імені групи. Відтак, авторство відкритого листа може бути індивідуальним (52%) і колективним (48% проаналізованих прикладів), з незначною перевагою в бік індивідуального. Однак за будь-якого типу авторства текстовий суб'єкт

мовлення персоніфікується у свідомості читача. Автор є людиною, особисто зацікавленою у ситуації, яку він репрезентує, у підтримці/непідтримці дій, поглядів вербалізованого адресата. Адресант звертається до позначеного адресата і громадськості з метою зміни реального стану справ або, навпаки, не допущення його зміни. Він є одночасно інформатором і носієм соціально значущої оцінки.

Характерною особливістю ВЛ є імітація адресантом безпосереднього мовлення із співбесідником. Хоча лист в газету не є вже приватним листом, а «документом», він дає чітке уявлення про особу автора, його світосприйняття, настрої, стосунки з людьми. Соціально-рольова позиція автора доповнюється конкретно-чуттєвою та містить відомості про його емоційно-психічні особливості.

У процесі написання відкритого листа суттєвим фактором є роль, у якій виявляє себе комунікант. Рольовий статус адресанта – це основний компонент, що посилює сукупну ілокутивну силу контексту. Іншими словами, роль задає ракурс бачення події, напрям її інтерпретації [188: 172]. Комунікативні ролі адресанта МЖ ВЛ будуть проаналізовані нижче.

Отже, загальний портрет автора відкритого листа виглядає так: безвідносно до типу авторства (індивідуальне/колективне) він виступає у ролі рупора ідей певної соціальної групи, партії, класу; незалежно від соціального статусу, це людина, яка вважає, що має право давати оцінки, коментувати певну ситуацію, обговорювати поведінку її учасників, вирішувати, що добре і що погано. Для нього характерне небайдуже ставлення до того, що відбувається, наявність власної оцінної позиції щодо об’єкта оцінки, а також деяке емоційне збудження, піднесення.

**4. Модель адресата.**

У будь-якому тексті разом з комунікативною діяльністю автора відображається і комунікативна діяльність адресата, тобто мовлення будується як **мовлення для іншого** [192: 120**]**. Оскільки контакт через ЗМІ є опосередкованим, то обов’язковим учасником комунікації є адресат-

спостерігач, а особа, до якої звертається автор, присутня в ситуації лише «потенційно». Відкритий лист є метареферентно одноплановим текстом [193: 95]. Автор ВЛ безпосередньо звертається до конкретного адресата (реальної особистості), але при цьому передбачає, що лист буде читати широка аудиторія, і будує текст з урахуванням цієї обов'язкової множини учасників спілкування.

**Формальний адресат** (псевдоадресат) – особа, наділена владою, правами, можливостями, яких не має адресант. У її руках вирішення проблеми, з якою до неї звертається автор. Аналіз текстів ВЛ показав, що формальними адресатами МЖ ВЛ є: керівники держави (президент, прем'єр-міністр) – 50%, міністри, депутати – 21,1%, відомі суспільно-політичні діячі – 18,8%, громадські і політичні організації – 8,8%. У той же час 1,3% листів у якості адресата називають громадськість у цілому або конкретну групу населення.

Автор навмисно виокремлює і називає адресата, і, таким чином, фокусує увагу аудиторії на його особі, тих або інших вчинках, оцінках, рисах характеру, що виявляються у певній ситуації. Це дозволяє автору створити бажаний для нього образ адресата в очах громадськості [190: 172].

Окрім того, у ВЛ наявний прихований адресат – гіпотетична аудиторія однодумців, на підтримку яких сподівається адресант листа. Автор свідомо розраховує повідомлення не лише на позначеного адресата, але, перш за все, на загал читачів. Таким чином, **істинним адресатом** ВЛ виступає читацька аудиторія – саме тому відкритий лист друкується в газеті, журналі чи Інтернеті, а не посилається в конверті безпосередньо адресату. Масова аудиторія є різноплановою за віком, соціальним та професійним статусом, інтересами та іншими ознаками. Однак масовий характер аудиторії зовсім не виключає орієнтації у кожному конкретному випадку на певний, конкретний тип читача. Мовленнєва поведінка адресанта може виходити за межі параметрів його мовної особистості і підлаштовуватися до параметрів мовної особистості масового адресата, його тезаурусу, лінгвокультурних переваг,

психології, мотивів та очікувань. Оскільки прямими адресатами ВЛ відомі політичні та суспільні діячі, які є представниками партій, сповідують певні політичні погляди, підтримують певні програми, то і читацька аудиторія відкритих листів різниться залежно від сповідуваної читачами видання системи цінностей, мовної свідомості, картини світу. Будь-яка інформація спирається на певні цінності, тому навіть логічно бездоганні аргументи приречені на невдачу, якщо вони виходять з чужих для адресата принципів та ідеалів. Невипадково вчені говорять про поняття «дискурсивні співтовариства» у ЗМІ, учасники якого «об'єднані однаковими очікуваннями щодо форми і змісту комунікативних дій» [135: 209]. Тому, формуючи текст відкритого листа і публікуючи його у певному виданні, автор розраховує на «свого», цільового адресата, який підтримує його суспільно-політичну позицію як частину своєї концепції. Адресант використовує систему засобів формування громадської думки шляхом ретельно вивірених коментарів та збудження позитивних чи негативних емоцій у читачів.

Є.П. Прохоров конститутивною ознакою ВЛ називає ефект присутності читача при особистій розмові двох людей. Ця особливість відрізняє ВЛ від інших жанрів ЗМІ: від репортажу, де журналіст моделює ситуацію, за якою читач є ніби учасником події; і від статті, де автор розгортає перед читачем ланцюг міркувань і аргументів, звернених відразу до всіх і лише потім до окремого читача. Адресант моделює ситуацію, за якої читачі видання ніби стоять осторонь, ніби випадково підслухали чужу розмову, отримали чужий лист. Лист своєю зверненістю до когось «третього» значною мірою активізує внутрішню розумову діяльність читача, змушує його самостійно доходити висновків, які містяться у листі, «звіряти» власні спостереження, думки, почування, прагнення відповідно до чужого листа [140: 35–36].

**5. Подійний зміст.**

Як і будь-який лист, ВЛ має рамочну конструкцію, де роль рамок відіграють ініціальне звертання і фінальний підпис. Між ними знаходиться змістова частина.

Зовнішня, композиційна структура ВЛ складається з послідовності вступної, експлікальної та резюмуювальної частин, змістовно інтегрованих у єдине ціле темою ВЛ. Вступна частина передбачає постановку проблеми, в експлікальній частині ВЛ дається оцінно-критичний аналіз предмета обговорення, резюмувальна частина – це заклик до адресата та/або відозва до аудиторії, її емоцій. До композиції зараховуємо також запропоновану нами ознаку даного МЖ – самоназву тексту. Для автора вказівка на жанр твору відображає його задум, для читача назва «відкритий лист» є початковою смисловою одиницею, яка, відтворюючи задум, несе інформацію про зміст та налаштовує на відповідне сприйняття тексту. Цю позицію підтверджують слова Ст. Гайди, який відзначає, що «жанр функціонує як горизонт очікувань для слухачів і модель створення для мовців» [33: 24]. Ідентифікація жанру реципієнтом забезпечує «орієнтування у мовленнєвій події, в якій він бере участь, активізацію відповідного сценарію, збереженого у довготривалій пам'яті, і, відповідно, налаштування на потрібну хвилю, ввімкнення відповідної установки, перцептивної і діяльнісної, і, як наслідок, можливість прогнозувати подальше розгортання дискурсу і адекватно реагувати на нього» [59: 10].

Іншими конститутивними ознаками структури ВЛ є такі [186: 121]:

*1.* Заголовок (факультативно). Цей елемент у відкритому листі успадкований від інших жанрів дискурсу ЗМІ. Нами виділено два типи:

- заголовок, у якому міститься вказівка на сутність справи, що змусила автора звернутися до адресата з листом: *«Відкритий лист української інтелігенції президенту України щодо порушень прав людини в Республіці Білорусь та потреби демократичної солідарності»* [36]; *"List otwarty tłumaczy-hobbystów w sprawie zatrzymań osób tworzących napisy do filmów"* [87]; *"An open letter to President George W. Bush on the question of torture and cruel, inhuman or degrading treatment"* [106];

- заголовок, що має художню форму і покликаний, передусім, своєю яскравістю привернути увагу якомога більшої кількості читачів. Такий заголовок є квінтесенцією смислу повідомлення, він передає загальний зміст або сутність усього тексту. Одночасно заголовок видає авторську оцінку події та інтенціонально прогнозує реакцію читача на неї: *«Ющенко, пора у відставку! ВЛ П.Симоненка»* [43]; *"List otwarty komitetu pamieci ofiar stalinizmu w Polsce. Protestujący Białorusini – nie popełniajcie polskich błędów!"* [77]; *"Vacation is Over…an open letter from Michael Moore to George W. Bush"* [124];

*2.* Номінація адресата, адреса (факультативно). Позначатися може як умовний адресат (особа, до якої звернений лист), так і дійсний адресат (громадськість);

*3.* Звертання до адресата. Для відкритого листа притаманними є звертання-номінації, що вказують на соціальний статус адресата, професію, посаду і т. і.: *Пане Президенте, Panie Ministrze, Mr. President.* З огляду на правила етикету, типовим засобом вираження звертання в українській мові (офіційний дискурс) є: прикметник *шановний*, *вельмишановний*, у поєднанні з іменником або власною назвою. В англійській мові типовими ввічливими зверненнями є слова: *sir, madam, mister, lady, Mr. President, Prime Minister* з прикметником *dear* або без нього. Звертання *madam* і *sir* вказують на певну асиметричність соціальних ролей комунікантів. Особа, яка вживає ці звертання, передбачає, що вона має нижчий соціальний статус; демонструє повагу по відношенню до адресата. Для польської мови етикетними є звертання *Pan, Pani* у поєднанні з прикметником *Szanowny* або без нього.

Початкове звертання, з одного боку, ідентифікує адресата як реципієнта мовлення; з іншого боку, в апелятиві ВЛ часто виражається ставлення адресанта до адресата:

*Левку Григоровичу!*

*Мушу зазначити, що, на жаль, не можу вживати загальноприйняту форму ввічливості й поваги у таких випадках (Шановний), бо ваша*

*аморальна поведінка мені давно відома* [34]

*Pani Barbaro Labudo,*

*Wybaczy Pani, iż nie zwracam się do Pani per "Szanowna Pani", ale na szacunek niestety trzeba zasłużyć* [49].

Про близькість стосунків між комунікантами свідчить звертання адресанта до адресата по імені *В'ячеславе!* (при зверненні до віце-прем'єр-міністра України з гуманітарних та соціальних питань В'ячеслава Кириленка у ВЛ від Анжеліки Рудницької. Комунікантів пов'язують давні дружні стосунки).

Крім зазначеного, початкове звертання визначає стилістичну тональність повідомлення, формує відповідно до інтенцій адресанта адекватне ставлення адресата до змісту листа і до адресанта.

*4.* Опис стану справ, пояснення причин, що викликали необхідність звернення до адресата. Переважають наративні, описові конструкції, інформативні та оцінні висловлення, котрі експлікують негативне ставлення адресанта до дій або бездіяльності адресата або третіх осіб, що спричинило несприятливу для адресанта ситуацію.

*З невідомих нам причин Ви утрималися від видання Указу про нагородження прокурорів та слідчих прокуратури. В той же час з нагоди професійного свята отримали вищі спеціальні звання та державні нагороди працівники міліції, судді, державні службовці органів місцевого самоврядування, що однозначно засвідчує наявність у Секретаріаті Президента «особливого», дуже далекого від об'єктивного, ставлення до органів прокуратури України. Цей черговий прояв зневаги став останньою краплею, що переповнила чашу нашого терпіння. Саме вона змусила нас звернутися до Вас з цим листом* [16].

*5.* Пояснення, аргументація необхідності втрутитися у дану справу, змінити наявну ситуацію.

*Pan, jako głowa Państwa, powinien zareagować na tę falę nienawiści nie mieszczącą się w polskiej, wielowiekowej kulturze i położyć temu natychmiastowy*

*kres, pogonić tego człowieka do stu diabłów! Jeśli Pan tego nie zrobi, Panie Prezydencie, a także i Pan, Panie Premierze, to niech Pan pamięta, że w żaden inny sposób nie powstrzyma Pan już za czasu swojej kadencji tej fali głupoty i nienawiści* [61].

*6.* Прохання/вимога від адресата змінити стан справ; пропонування своїх шляхів вирішення справи (факультативно). Мета автора полягає у тому, щоб домогтися від адресата або третьої особи виконання певних дій, що здатні змінити ситуацію, яка не влаштовує адресанта. Для цього адресант використовує дієслова у наказовому способі, перформативи, які експліцитно вказують на дії, котрі повинен виконати адресат. Прохання відрізняє усвідомлення мовцем свого залежного стану стосовно адресата в момент акту комунікації, того, що виконання прохання цілком залежить від волі адресата.

*As an infantry officer, I am not accustomed to begging. But I beg you today: Do not fire me. Do not fire me because my soldiers are more than a unit or a fighting force – we are a family and we support each other. Their professionalism should not be rewarded with losing their leader. I understand if you must fire me, but please do not discredit and insult my soldiers for their professionalism* [107].

Вимога має більш категоричний характер, її особливістю є переконаність мовця утому, що він має право наполягати на виконанні адресатом бажаної для нього дії.

*Тому ми – члени української інтелектуальної спільноти, свідомі громадяни, виборці, зрештою, платники податків, - вимагаємо від Вас, пане Президенте, засвідчити солідарність із жертвами політичних репресій у Білорусі й не словом, а ділом наблизитися до ЄС, насамперед заборонивши білоруським порушникам прав людини в'їзд в Україну і пересування її територією* [36].

*7.* Підпис. Етикетними формулами завершення листа є укр. *З повагою*, англ. *Sincerely*, польськ. *Z poważaniem* та підпис-номінація адресанта. Під час аналізу нам зустрілися випадки порушення етикетних

норм, коли фінальний підпис експліцитно виражав ставлення автора до формального адресата відкритого листа:

*З огидою, Степан Хмара* [34];

*З повагою (це офіційно, що ніяк не відповідає моєму особистому ставленню до Вас), Олег Бодрук* [10].

*Już bez poważania i szacunku, Piotr Nowakowski – Pański były wyborca* [51].

**5. Чинник комунікативного минулого.**

Уважаємо ВЛ реактивним жанром, оскільки кожному листу передує ініціативна конфліктна ситуація, яка спонукає адресанта відреагувати. За нашими спостереженнями, приблизна тематика конфліктних ситуацій, що провокують появу ВЛ, є такою: зовнішня і внутрішня політика країни, дії найвищого керівництва держави (53 % від загальної кількості листів); фінансово-економічні проблеми країни або певної спільноти, колективу людей (17%); культурні, морально-етичні проблеми (20 %); порушення прав людини (10 %). Узагальнені відсоткові показники подано у діаграмі 2.1 (Див. додаток В). Етноспецифічними темами є: в американській лінгвокультурі – війни, бойові дії США у різних країнах (36,6 % від загальної кількості); в українській лінгвокультурі – історичні події, пов’язані з діяльністю ОУН та УПА, що діаметрально протилежно оцінюються залежно від ідеологічної спрямованості адресанта (7,9 %); питання функціонування української мови (майже 4% від загальної кількості листів); у польській лінгвокультурі – посткомунізм (7,1 %); питання терпимості/нетерпимості до єврейського народу і пов’язана з цим оцінка подій ІІ Світової Війни на теренах Польщі (11,4 %).

**6. Чинник комунікативного майбутнього.**

Відкритий лист не передбачає обов’язкової формальної відповіді псевдоадресата (лише 2 % листів позначені вимогою відповісти адресантові). Проте автор сподівається, що буде почутий ним, і справа, якою він опікується, буде вирішена найближчим часом (26 % реалізують це

прагнення). Про успішність комунікації свідчить інформація про резонанс, що його викликав лист та/або повідомлення про вичерпаність конфлікту. Так, наприклад, після публікації ВЛ Мирослава Мариновича, у якому він висловив протест проти шенгенської бюрократії у ставленні до українців, на сайті «Радіо Свобода» з'явилася інформація: *«На відкритий лист Мирослава Мариновича уже зреагували польські посли до Європарламенту, які планують звернутись до усієї Європи щодо питання візової політики з Україною»* [12].

Звернення уваги на особу формального адресата, критика його вчинків, слів, поведінки передбачає, що його реакцією на ВЛ буде: визнання помилок, каяття і навіть вибачення (на це спрямовано 14 % текстів); припинення негативних дій (6 %); дії, що їх вимагає адресант (9 %). Аналіз виявив певну кількість ВЛ (11 %), спрямованих виключно на приниження, дискредитацію вербалізованого адресата. У цьому випадку адресант за допомогою ВЛ передбачає «очорнити» опонента, представити його у негативному ракурсі перед громадськістю.

У формі ВЛ автор прагне привернути увагу читачів до певних проблем, презентувати власну позицію, підштовхнути читачів замислитися над питаннями, що їх експлікує у листі адресант (22 %). Сприйняття і мовленнєва реакція істинного адресата буде залежати від того, наскільки той відчуває себе громадянином, відповідальним за все, що відбувається в країні, наскільки активною є його громадянська позиція. Так, реакція може виявитися як у формі певної дії: долучення до підписів даного звернення, участі у чомусь (на це розраховано 10% текстів), так і у формі байдужого прочитання публікації Відсоткові показники узагальнено у діаграмі 2.2 (Див. додаток В).

**7. Жанрова тональність.**

Загальна емоційна атмосфера висловлювань у ВЛ, пронизана суб'єктивним оцінним ставленням до повідомлюваної інформації, обумовлює інваріантну для МЖ ВЛ тональність:

- за орієнтацією на ситуацію – офіційна;
- за орієнтацією на адресата: ділова, наполеглива;
- за манерою: серйозна, емоційна, впевнена, часом нахабна, роздратована, навіть зухвала.

Комунікація мовців з різними соціальними статусами зумовлює «нерівноправну» тональність спілкування, яка у тексті ВЛ може змінюватися залежно від комунікативних ролей адресанта і адресата. Комунікативні стратегії мовця задають тональності певні координати: від стриманої, шанобливої, демократичної до роздратованої, обуреної і навіть агресивної. Беручи до уваги факт, що поява ВЛ зумовлена конфліктною ситуацією і провідною інтенцією адресанта є дискредитація винних у цій ситуації, переважатиме гнівно-викривальна тональність (виражає пафос заперечення) та, з іншого боку, піднесена тональність (використовується для самопрезентації адресанта).

**8. Мовне втілення.**

Аналіз організації мовного коду МЖ ВЛ засвідчує наявність усіх типів мовленнєвих актів (далі – МА). Уживання тих або інших МА залежить від композиційної структури ВЛ, його подійного змісту. Так, у вступній частині переважають інформативи; експлікуюча частина, яка скерована на оцінно-критичний аналіз подій, проблем, позицій, насичена експресивами, вердиктивами, комісивами; резюмуюча частина представлена директивами, декларативами, експресивами.

У відкритому листі переважають аксіологічно-експресивні мовленнєві акти та директиви, декларативи. Ця тенденція, на нашу думку, пояснюється кількома факторами: по-перше, функціонуванням ВЛ у публіцистичному дискурсі, де експресивність та оцінність є однією з провідних ознак; по-друге, загальною метою ВЛ як публіцистичного тексту – переконати адресата в істинності авторських положень, змусити його включити задані адресантом оцінки в особистісну картину світу.

Помітною комунікативною особливістю українських та польських ВЛ є високий ступінь категоричності, наслідком чого є домінування прямих МА, на відміну від текстів англомовного дискурсу, які вирізняються більшою толерантністю, переважанням непрямих МА, інтелектуальних, імпліцитних оцінок.

Найтиповіші лексико-морфологічні засоби втілення МЖ ВЛ представлені у таблиці 2.1 (Див. додаток А).

Синтаксична будова ВЛ передбачає синтез нейтральних та емоційно-експресивних елементів впливу на реципієнта. Домінувальними є складні (найчастіше складнопідрядні з підрядними причини, мети, умови) речення, інколи доповнені відокремленими членами, що надають викладу логіко-предметного характеру: *Ми внесли Вас на український престол, сповнені віри, що, нарешті, Україна матиме сильну, справедливу і українську владу, що із випущеними голубами з Ваших рук відлітають наші українопожираючі біди: самоїдство, примітивна хуторянська «гетьманщина», спрощене розуміння української ідеї, боязнь рішучих політичних рішень, тривіальна сентиментальність замість сильної і послідовної політичної волі…*[28]; *Panie Prezydencie, reprezentuję diametralnie inny pogląd niż Pan na temat akcji "Wisła" i dlatego ośmielam się twierdzić, że to Pana wypowiedź, oceniająca tę operację, jest "haniebna" i "nie mająca żadnego usprawiedliwienia"* [56]; *No person of any country is less worthy than a U.S. soldier. Even people of the Taliban and al-Qaeda, they are also of flesh and blood, they do not kill for the sake of killing, blow themselves up in order to hurt the innocent, the kind of tragedy is because of U.S. hegemony. If the U.S. can let go of expansion and aggression, these people will naturally stop their terrorist acts* [108].

Найбільш поширені емоційно марковані засоби ми узагальнили у таблиці 2.2 (Див. додаток А).

Запропонована анкета дає чітке уявлення про структурну інваріанту організацію МЖ ВЛ, що формується як перетин певної кількості характерних або типових властивостей-ознак. Модель опису МЖ Т.В. Шмельової часто

стає в основі аналізу конкретних жанрів, проте вона лише перераховує параметри опису жанру і не містить у собі критерії розмежування і об'єднання різних варіантів в один і той самий жанр.

Для аналізу МЖ з метою виділення певних піджанрів Н.Б. Лебедєва пропонує застосовувати домінантно-детермінантний підхід, сутність якого полягає у виявленні домінантних ознак, які можуть бути покладені в ядерну зону опису того чи іншого жанру. Ці ознаки визначають основний жанроутворювальний набір інваріантних компонентів, домінуючи над іншими. Домінантні ознаки детермінують інші характеристики жанру [2: 120]. На нашу думку, для ВЛ такими домінантними ознаками є категорії адресанта та адресата. Рольові характеристики автора та реципієнта визначають специфіку тональності, комунікативного смислу кожного окремого ВЛ, певним чином детермінують тематичну спрямованість та дозволяють виявити комунікативно-прагматичні різновиди ВЛ як МЖ. У зв'язку з цим, рольове втілення комунікантів ВЛ потребує окремого вивчення.

### 2.2. Рольова структура мовленнєвого жанру «відкритий лист»

У науковій літературі з проблем жанрознавства акцентується увага на тісному взаємозв'зку жанрової організації мовлення із соціальною взаємодією учасників спілкування. М.М. Бахтін зазначав, що «особливий характер мають віддзеркалені у висловленнях побутових і ділових сфер мовленнєвого спілкування соціальний стан, ранг і статус адресата» [11: 277]. Жанрова організація мовлення підтримує соціальну орієнтацію комунікантів.

Особистість сприймає світ відповідно до свого статусу. Статуси обумовлюють характер, зміст, тривалість, інтенсивність людських взаємин. МЖ ВЛ функціонує в інституціональному дискурсі, де учасники спілкування постають як представники певного соціального інституту в рамках встановлених статусно-рольових і ситуаційно-комунікативних норм. Як зазначає В.І. Карасик, «ознаки інституціональності фіксують рольові

характеристики агентів та клієнтів інститутів, типові хронотопи, символічні дії, трафаретні жанри та мовленнєві кліше. Інституціональне спілкування – це комунікація у своєрідних масках» [83: 12]. Отже, комуніканти виступають не лише як особистості, індивіди, але й як носії певного соціального статусу. Статус визначає постійні соціальні ознаки мовця (стать, вік, освіта, домінувальна або залежна позиція) та виявляється у соціальній дистанції між учасниками спілкування. Чим більшою є різниця між соціальним становищем учасників спілкування, тим більшою є соціальна дистанція між ними. Дистанційний план статусу виражається в актуалізації стосунків нерівноправності між учасниками спілкування [83: 15].

Крім статусних характеристик, важливе місце у структурі спілкування належить рольовим характеристикам адресанта й адресата. Рольові характеристики учасників спілкування виявляються, передусім, у їхніх соціальних і комунікативних взаєминах. У лінгвістиці прийнято говорити про соціальні, мовленнєві та комунікативні ролі.

Соціальна роль – комплекс стандартних загальноприйнятих очікувань, набір психологічних, соціальних та лінгвістичних характеристик поведінки особистості, співвідносних з її статусним положенням. Суттєвим компонентом соціальної ролі Л.П. Крисін називає саме очікування: «Те, що складає право одного рольового партнера, є обов'язком іншого, і навпаки. «Я маю право на щось» означає: я очікую від інших певних дій та вчинків, які відповідають їхнім ролям, входять у структуру цих ролей як обов'язки» [103: 43]. Більшість членів суспільства знає, чого можна очікувати від поведінки особи при виконанні таких довготривалих та ситуативних ролей, як Президент, священик, пасажир, покупець тощо, тому навіть просте вимовляння імені ролі викликає у свідомості уявлення про комплекс властивих цій ролі прав і обов'язків.

Мовленнєва роль, за І.П. Тарасовою, – «певний можливий і допустимий репертуар мовленнєвих засобів, які можна вжити у різних ситуаціях спілкування» [169: 65]. До складових мовленнєвої ролі належать: певний

лексичний і граматичний мінімум, інтонація, фонаційні та просодичні особливості тощо.

Комунікативні ролі – це «більш-менш фіксовані стандарти поведінки і діяльності, що актуалізують взаємозв'язок соціальних характеристик особистості та її мовлення» [195: 77]. У нашому дослідженні під комунікативною роллю, слідом за Й.А. Стерніним, розуміємо «той образ, який людина свідомо створює у спілкуванні для досягнення певної мети» [163: 79].

Отже, адресант у побудові певного мовленнєвого жанру, презентує себе як носія відповідного статусу і виконавця відповідної комунікативної ролі. Одночасно він враховує ті ж характеристики при зверненні до адресата, тобто формує свою мовленнєву поведінку залежно від того, ким є адресат, яку комунікативну роль він виконує у даному тексті.

### 2.2.1. Рольове представлення адресанта МЖ ВЛ

Адресант керує процесом комунікації, оскільки саме він визначає зміст повідомлення і його ілокутивну силу, спрямовує його у відповідному напрямку. На основі відомостей про адресанта, наявних у висловлюванні імпліцитно чи експліцитно, у адресата виникає образ мовця, який впливає на його подальшу поведінку. Образ адресанта певним чином формує стратегії і тактики комунікації.

Важливим фактором впливу відкритого листа є створення позитивного іміджу адресанта. Існує пряма залежність образу автора від образу аудиторії, для якої створюється повідомлення [75: 195]. Переконання адресата в обґрунтованості свого ставлення до певних ідей, цінностей, особистостей, груп та формування в адресата потрібної позиції передбачає чітку ідентифікацію комунікатора із своїм адресатом та явне дистанціювання від того, що адресата не влаштовує. Досить ефективним риторичним засобом завоювання симпатій масової аудиторії є застосування так званих ідентифікаційних формул, які дозволяють читачам ідентифікувати себе з

мовцем, з групою, до якої він належить, партією. Адресант для реалізації своєї глобальної стратегії – переконання – вживає всі доступні йому мовні засоби, для чого використовує мовленнєву «маску» або комунікативну роль, яка дозволяє йому сконструювати необхідний образ.

Аналіз текстів МЖ ВЛ дозволив виділити такі символічні комунікативні ролі адресанта: «Патріот», «Народний захисник», «Борець за соціальну справедливість», «Інтелектуал-професіонал». Схарактеризуємо їх детальніше.

Комунікативна роль «Патріот» може виражатися експліцитно у номінації адресантом самого себе:

*Порушити мовчанку мене змушує мій громадянський обов'язок українського патріота* [34];

*Jesteśmy Polskimi patriotami, nie jesteśmy nacjonalistami zamkniętymi w ciasnych horyzontach wszechpolskich* [83].

Спільними міжнаціональними темами, характерними для рольового образу «Патріот» у досліджуваних лінгвокультурах є: зовнішня і внутрішня політика, економічний і соціальний розвиток країни, а також обговорення «невикорінних лих» суспільства:

*We agree with Secretary of State Powell that the United States must find and punish the perpetrators of the horrific attack of September 11, and we must, as he said, "go after terrorism wherever we find it in the world" and "get it by its branch and root". We agree with the Secretary of State that U.S. policy must aim not only at finding the people responsible for the incident, but must also target those "other groups out there that mean us no good" and "that have conducted attacks previously against U.S. personnel, U.S. interests and our allies"* [104].

*Турбота про національну культуру, її поширення в світі, забезпечення розгалужених і ефективних культурних комунікацій є святим обов'язком кожної держави … На цьому тлі Україна залишається великою «чорною дірою». Наші культурні й інтелектуальні надбання, класична й сучасна українська література – Великий Невідомий для світу. Здобутки української*

*гуманітарної думки також майже не включені в світовий мислительний простір* [31].

*Musimy jednoznacznie odnieść się do wszelkiej korupcji, do złodziejstwa, łapówkarstwa, zaprzaństwa, do wszelkiego zła moralnego, towarzyszącego dziejom narodu* [86].

Аналіз фактичного матеріалу дозволив виділити етноспецифічні теми, що відрізняють образ «Патріот» у досліджуваних лінгвокультурах. В американській лінгвокультурі це:

- винятковість та обраність Сполучених Штатів як супердержави: *America has a unique mission that we should be proud of … What a great country America is, how fine and noble the American democracy is…* [101];
- «боротьба з тероризмом», тобто війни США в Іраці, Афганістані, Пакистані, які залежно від ідеологічної спрямованості адресанта схвалюються і підтримуються або різко засуджуються: *We write to endorse your admirable commitment to "lead the world to victory" in the war against terrorism. …We agree with the Secretary of State that U.S. policy must aim not only at finding the people responsible for this incident, but must also target those "other groups out there that mean us no good" and "that have conducted attacks previously against U.S. personnel, U.S. interests and our allies"* [89]*;*

В україномовному дискурсі такими питаннями є:

- функціонування української мови у державі: *Планомірна окупація чужоземною мовою радіо і телеефіру призводить до втрати автентичного мовного середовища корінної нації, що в свою чергу звужує сфери впливу українців на суспільні процеси, розвиток науки, освіти, економіки в державі. А відтак сприяє загрозі цілковитого зникнення україномовного простору на території України – пряма загроза національній безпеці держави Україна* [32];
- оцінка діяльності ОУН-УПА; голодомор 1932–1933 рр.: *Ваші відверто провокаційні ініціативи, такі як: присвоєння звання Героя України*

*кривавому кату гауптштурмфюреру СС, кавалеру нацистських залізних хрестів Р. Шухевичу, Указ «Про святкування 65-ї річниці створення УПА», кампанія зі знесення пам'ятників радянського періоду, прославляння таких одіозних особистостей, як зрадник І. Мазепа, бандити С. Бандера, С. Петлюра та інші ведуть до зростання напруженості в суспільстві й розколу країни* [40];

У польській лінгвокультурі національно-маркованою темою, за якою впізнається «Патріот», є політика «посткомунізму»: *W niepodległej Polsce roku 2006 posowiecka agentura nadal nadaje ton debacie publicznej. Media, których właściciele i kierownicy swą pozycję zawdzięczają uczestnictwu w układzie postkomunistycznym, wykorzystują fakt, że w wolnej Polsce PRL nie został formalnie uznany państwem niesuwerennym, podporządkowanym imperium sowieckiemu* [59].

Рольовий образ «Патріот» імпліцитно ідентифікується за специфічними маркерами, що актуалізують концепти:

- відданості: *я все життя служив і служу Вітчизні ... не зраджую залежно від кон'юнктури базових переконань, не став перевертнем заради шкурних інтересів на шкоду Україні та її народу* [45]*; Ja w imię szczerej Wiary, w imię Prawdy, w imię Patriotyzmu wam się przeciwstawiam! Nikt nigdy mnie nie pokonał, nie zastraszył i nie zastraszy! Można mnie zabić, ale nie pokonać!* [54]; *We live in the USA, the land of opportunity to do and say what we desire, respecting dissenting points of view, of course and without reprisals* [110]; *I love my country. I truly want to see the United States remain a great nation* [113];
- боротьби в ім'я Батьківщини: *я буду боротись, як завжди, бо мені не байдуже, що буде з моєю країною і з моїм народом* [34]; *Za Wiarę i Ojczyznę byłem i jestem gotów oddać wszystko. To w imię Prawdy, Boga i Patriotyzmu udało mi się najwięcej osiągnąć. Osiągnąć dla Polski; nigdy nie godził się i nie godzi z antypolskimi działaniami i zakusami* [79]; *I want to continue to serve our country because of everything it stands for* [107].

Опозиція «свій – чужий» є базовою у семіотичному просторі рольового образу «Патріот». Парольний смисл «свій» входить до семантики одиниць, що позначають ціннісні домінанти, до яких апелює адресант-патріот. Апеляція до ціннісних домінант викликає емпатію читачів, підсилює вплив тексту на масову аудиторію.

На мовленнєвому рівні в наших матеріалах врахування ціннісних орієнтирів істинного адресата представлено ключовими словами, що відображають ціннісні домінанти тієї чи іншої лінгвокультури. Так, загальними позитивними категоріями для українського патріота є: *«збереження української ідентичності», «зміцнення України як європейської нації і держави вільних людей», «українські Схід і Захід – разом»; «забезпечення прав і свобод наших громадян»;* для польського патріота це: *“dbanie o dobre imię Polski”; “praca dla dobra Polski”, “dochowanie standardów demokracji; obrona polskich interesów i oczyszczenie życia politycznego w naszej Ojczyźnie”;* для патріота США: *“America’s larger role as a world leader”; “peacefully co-existance with the Muslim world”; “ensuring of Vital national interests of the United States”; “the American dream”; “principled American Leadership”, “freedom and education, government for the people”.*

Основа успішності даного рольового образу – єдність інтересів та життєвих прагнень адресанта і адресата-читача.

Негативні реалії, що уособлюють антиціннності, також розподіляються залежно від ідеологічної спрямованості адресанта. Аби заручитися підтримкою якомога більшої кількості громадян, «Патріот» часто апелює до загальнолюдських антиціннностей, що їх не може заперечити адресат. В українських ВЛ це: *«елементи пихатої зневаги до української мови і культури»; «глузування з українців як нації та особливо української інтелігенції», «образливі для національної гідності оцінки соціальної й інтелектуальної притомності нашого народу», «корупція, яка демонтує будь-які прогресивні реформи», «наруга над природними правами і свободами людини»* тощо.

Зло для «Патріота» Сполучених штатів символізують: *"terrorist organizations and those who harbor and support them"; "those who tried to destroy the US"; "threat of radical Islam and terrorism"*. Серед внутрішніх проблем, які його хвилюють, називаються *"division of America about race and about class"; "those lives needlessly lost in endless war"*.

Польський «Патріот» звертається до таких антиціннostей: *"fala anty-polskiej propagandy, która przynosi Polakom i Polonii tak wiele złego", "ekonomiczna ruina państwa polskiego"; "złoczyńcy, którzy ciągle grabią Polskę", "oparte na kłamstwie, kruche podstawy polskiej polityki"*.

Наступний рольовий образ адресанта ВЛ – «Народний захисник» (борець за правду). «Народний захисник» звертається з відкритим листом, тому що прагне захистити інтереси співгромадян, які, на його думку, не враховуються при вирішенні важливих для країни проблем:

*Підписання вищими посадовими особами української держави цього листа відбулося без згоди українського суспільства; виборці не мали можливості виявити волю з цього питання ... більшість громадян у всіх регіонах нашої держави не підтримує приєднання до НАТО ... рішення про приєднання України до ПДЧ не буде відповідати дійсним інтересам і прагненням українського народу* [37];

*The majority of Blacks in this country do not support abortion. I believe when they cast their vote for you they did not intend for you to support a bill that would fund genocide of Black babies over this nation* [93]*;*

*Nasze najwyższe zaskoczenie budzi fakt, iż do przedmiotowego zespołu nie zostali zaproszeni przedstawiciele tego środowiska, którego prace zespołu najbardziej dotyczą – młodych prawników. ... Takie postępowanie budzi neodparte wrażenie, że politycy zwracają się do nas wtedy gdy potrzebują naszych głosów, naszego wspracia* [66].

Народ, який захищає адресант, у контексті подібних ВЛ набуває соціально-психологічних характеристик і постає як *принижений, пригноблений, жертва.*

У ролі «Народний захисник» виступає також адресант-представник певного колективу, угрупування, який своїм зверненням у формі ВЛ прагне донести позицію цього колективу, групи осіб, відновити порушену справедливість у певній галузі громадського життя. У цьому аспекті особливо потрібно відмітити польськомовний дискурс, де майже 5% листів спрямовано на захист прав євреїв у Польщі, на оцінку історичних подій ІІ Світової Війни за участі євреїв на теренах Польської республіки: *Komentując rezolucję Parlamentu Europejskiego w sprawie pogłębiania się w Polsce przejawów nietolerancji, w tym również antysemityzmu oświadczył Pan, że "nie spotyka się" Pan z przejawami nietolerancji w Polsce. Chciałbym zakwestionować to Pańskie stwierdzenie. Przecież Pan jako zawołany kibic piłkarski nie mógł nie zauważyć, że na polskich stadionach słowo "Żyd" traktowane jest jako najbardziej obelżywy epitet. A sprawa nie ogranicza się wyłącznie do stadionów. Póki jest na to społeczne przyzwolenie, Polska nie ma nawet prawa pretendować do miana kraju tolerancyjnego* [60].

Мовленнєвими корелятами образу є інклюзивні займенники 1-ї особи множини ми/my/we зі значенням спільності, солідарності, часто у поєднанні з відокремленим уточненням: *«ми, українці, звертаємося до вас…», "nasz głos w tej sprawie jest głosem całego pokolenia Polaków", "my – wyborcy mamy w tym momencie prawo czuć się przez Pana oszukani", "we the people can't take it any more"*. У контексті відкритого листа така форма стає розширеним позначенням відправника повідомлення, за допомогою якого він об'єднує себе в адресантній функції з іншими особами, і, таким чином, створює ефект колективного адресанта повідомлення. Серед інших засобів, що реалізують ми-дискурс «Народного захисника» трапляються лексеми із значенням спільності (*разом, більшість; razem, wszyscy; all nation, together*); лексеми з компонентом групової (соціальної) віднесеності (*друзі, товариші; wyborcy, zwykli ludzie; democrats, conservatives*); етноніми (*українці, Polacy, American citizens).*

Типовою ознакою текстів «Народного захисника» є такий спосіб аргументованого впливу як статистичний виклад, що містить результати підрахунків, соціологічних досліджень (force of facts, [266]):

*Наголошуємо, що нашими клієнтами є понад 4 млн. осіб, тобто майже кожен десятий українець. І ваші заяви завдають шкоди насамперед їм, руйнуючи довіру до банків і забираючи в них впевненість в завтрашньому дні* [25];

*Dziś tylko 3,3% polskich dzieci chodzi do Polskich szkół, a powinno chodzić ich minimum dwa razy tyle* [65].

*Planned Parenthood murders millions of Black babies each year* [93].

Складовою образу захисника є лозунги, директиви, які виступають маркерами об'єднання та згуртованості: *«Народ стомився, його терпіння не безмежне!»; «Припиніть знущатися над людьми і Україною!»; «Пам'ятайте про людей не тільки перед виборами, але й після того, як вони за Вас проголосували!»*; *"Do not disappoint us. Do not betray the desires of billions and the hopes of the poorest of our world"; "Opamiętajcie się i przestańcie mącić i niszczyć ten zmęczony Naród!"*.

«Народний захисник» апелює до певного соціального прошарку, позиціонує себе як одного з багатьох, того, кому зрозумілі та близькі лиха й турботи народу, хто справді розуміє і поділяє інтереси більшості: *«у мене, як і в мільйонів пересічних («маленьких») українців, виникає багато запитань»; «мене, як просту людину з подільської глибинки цікавить»; "black conservative woman"; "a military mom"; "ordinary people of America"; "poczciwy obywatel"; "wyborca i podatnik"*.

Іншим виявом рольового образу «Народний захисник» є комунікативна роль «Борець за соціальну справедливість», до сфери інтересів якого входять питання захисту:

- пенсіонерів: *У той час, коли олігархи жирують, хіба можна зрозуміти такий факт, коли офіцер у званні полковника, прослуживши 25 років, маючи сім'ю, звільняється, не одержавши ніякої, навіть тимчасової*

*або відомчої житлової площі. Не розв'язуються проблеми пенсійного забезпечення, пільгового проїзду в транспорті, медичної допомоги й лікування ветеранів, пенсіонерів та інших громадян* [40];

- трудівників: *Ostatnia podwyżka płac, jakkolwiek nie bez znaczenia, nie zmieniła jednak istotnie statusu materialnego lekarzy, zatrudnionych w publicznej służbie zdrowia. Nadal ich pensje za jeden etat są 2-3 razy niższe niż np. sędziów, prokuratorów, oficerów wojska lub policji czy wyższych urzędników państwowych, także wynagradzanych ze środków publicznych* [61];
- інвалідів: *Але чому держава не піклується про захист співгромадян-інвалідів (у даному разі, з ураженням опорно-рухового апарату)? Невже тому, що ці знедолені не можуть стати на рейки з метою звернути увагу керівництва на свої насущні потреби? Такі інваліди, по суті, десятиліттями перебувають під домашнім арештом* [41];
- малозабезпечених сімей: *Jesteśmy szczególnie zaniepokojeni sytuacją kobiet ubogich, które nie są w stanie pokryć wysokich kosztów nielegalnego zabiegu przerwania ciąży w kraju (2 tys. złotych) bądź opłacenia równie kosztownego wyjazdu za granicę i tym sposobem szczególnie odczuwają ogromny ciężar obowiązującego w Polsce prawa antyaborcyjnego* [61].

Імідж борця за соціальну справедливість упізнається за викривальним, звинувачувальним тоном повідомлень, подекуди навіть агресивною тональністю: *олігархи нажили мільярди доларів, а простих трудівників залишили ні з чим …вас не цікавить, що замерзають люди у своїх будинках, діти – в дитячих садках і школах, хворі – в лікарнях, що зупиняються підприємства, зростає безробіття* [43].

Здійснений аналіз свідчить, що рольовий образ «Борець за соціальну справедливість» є характерним для українського і польського дискурсів. Практична відсутність такої ролі в англомовних відкритих листах, на нашу думку, пояснюється більшою соціальною захищеністю названих верств населення у США. Роль «Борець за соціальну справедливість» представлена в

американській лінгвокультурі лише листами на тему захисту прав сексуальних меншин: *After I publicly announced that I am gay, I reported for training and led rifle marksmanship. I ordered hundreds of soldiers to fire live rounds and qualify on their weapons. I qualified on my own weapon. I showered after training and slept in an open bay with 40 other infantrymen. I cannot understand the claim that I "negatively affected good order and discipline in the New York Army National Guard". I refuse to accept this statement as true* [107].

Позитивна самопрезентація адресанта в очах масового одержувача тексту реалізується через вибір комунікативної ролі «Інтелектуал-професіонал». Тематичний репертуар його листів може варіюватися (моральні, культурні, наукові, освітні, правові проблеми тощо), проте це завжди ті теми, у межах яких автор вважає себе безперечним фахівцем, здатним давати поради чи засуджувати некомпетентність інших. Мовленнєвими корелятами комунікативної ролі «Інтелектуал-професіонал» є позитивні твердження, які покликані засвідчити його професійну принадність: *«Я, як експерт-науковець, знаю», «маю значний науковий і практичний досвід», «не один рік досліджую питання», «моє прізвище можна побачити під конкретними публікаціями», «можу фахово готувати пропозиції для держави»; "Uważam, że mój trzydziestoletni dorobek i moje nazwisko świadczą o mnie"; "have a considerable experience".*

Адресант свідомо перераховує свої професійні досягнення з метою акцентувати увагу на власній компетентності та підвищення статусу в очах одержувача інформації.

*Chciałbym również skromnie zaoferować TVN moje kwalifikacje uprawniające mnie być może do takiego zaszczytu jakim będzie udział w powyższych dyskusjach w TVN:*

*1. Doktorat ze studiów amerykańskich z Uniwersytetu Nowy Meksyk, USA*

*2. Magisterium z filologii angielskiej z Uniwersytetu Jagiellońskiego*

*3. Publikacje w języku angielskim i polskim na wyżej wymienione tematy w prasie amerykańskiej i polskiej (lista i kopie do dyspozycji TVN)*

*4. Ponad 20-letni okres pobytu w USA, czyli znajomość kultury i polityki amerykańskiej nie tylko z książek i z bajek medialnych FOXa czy CNN, ale również z własnych doświadczeń szarej codzienności, czyli rzeczywistości, życia w USA*

*5. Redagowanie całkowicie niezależnego, czyli unikatowego, amerykańskiego magazynu The American Rationalist przez siedem lat, co wymaga nie tylko znajomości angielskiego na poziomie zawodowym ale również w takim stopniu znajomości filozofii racjonalizmu, logiki i humanizmu świeckiego.*

*Mógłbym również wymienić inne jeszcze moje skromne kwalifikacje, ale mam nadzieję, że te powinny wystarczyć* [73].

«Інтелектуал-професіонал» часто пропонує свою кандидатуру для залучення до вирішення певних проблем:

*Вважаю, що мої здібності як фахівця у галузі юриспруденції, здатність думати системно, знаходити вихід із складних ситуацій, аналітичні якості та далекий погляд у майбутнє може бути використаний у проведенні кардинальних змін* [11].

*There I established the Center for Middle Eastern Studies and was also president of the Adlai Stevenson Institute of International Affairs. Before going to Chicago, during the Kennedy administration I was the member of the Policy Planning Council responsible for the Middle East and Central Asia. A Democrat, I was an early supporter of yours. So I hope you will accept the following analysis and proposals as being from a friend as well as a person with considerable experience on Afghanistan and Pakistan* [111].

Свої твердження «Інтелектуал-професіонал» завжди підсилює конкретними фактами, цитатами, посиланнями на статті Конституції та наукові джерела:

*Amnesty International stresses that the "numerous incidents of sadistic, blatant, and wanton criminal abuse" found by the Taguba investigation constitute acts of torture or cruel, inhuman or degrading treatment, in violation of international law. The Fourth Geneva Convention (Article 147, Convention (IV) relative to the Protection of Civilian Persons in Time of War, Geneva, 12 August*

*1949) lists "torture or inhuman treatment", without distinguishing among the two in terms of gravity, among their "grave breaches"* [106].

«Інтелектуал-професіонал» зазвичай виступає як спеціаліст у галузі, який володіє мовою наукових текстів і знає галузь як фахівець. Його тексти нерідко насичені піднесеною, книжною та спеціальною лексикою: *«суміш ультралівого люмпенського псевдомарксизму, нігілістичного синдикалізму та морального ультра консерватизму», «контраверсійні оцінки та думки»; «доволі нормальний факт перетворюєте на доказ колабораціонізму», "fundamental principles of human rights", "egregious acts and grave breaches of international law".*

О.С. Іссерс пропонує схематично розглядати модель мовленнєвого іміджу у вигляді «дерева», де основу складає ядро (домінанта), а периферію – факультативні мікроролі. Крону «дерева іміджу» утворюють окремі якості особистості [75: 201]. Так, адресант ВЛ для того, щоб привабити адресата, схилити його на свій бік у вирішенні питання, з яким він звертається, повинен продемонструвати, що він наділений якостями «героя», що йому і його словам можна довіряти. Адресант як герой є носієм:

- загальнолюдських моральних цінностей: *«понад усе кожен з нас цінує людське індивідуальне, тобто самодостатність і свободу кожної людської особистості»* [6]*; «намагаюся жити у злагоді із своєю совістю»* [8];
- позитивних якостей особистості: він чесний, порядний: *"mam czyste sumienie, nigdy nie byłem agentem"* [79]; *«честь і гідність проніс без прогріхів майже 83 роки»* [45]; принциповий: *"Nigdy nie donosiłem na nikogo. I nigdy nie podjąłbym się donoszenia na swoich kolegów. Nie robiłem tego, nie robię tego i nie będę tego robić"* [76]; компетентний, діловий: *"I'm in a unique position to tell you a few things about the Republicans from inside perspective. As someone who appeared numerous times on the 700 Club with Pat Robertson, as someone for whom Jerry Falwell used to send his private jet to bring me to speak at his college, as an*

*author who had James Dobson giveaway 150,000 copies of my of my fundamentalist books allow me to explain something: the Republican Party is controlled by two ideological groups"* [112]; небайдужий, рішучий: *"We will ceaselessly fight for them until they can go out to pray without fear of being attacked, and until their girls can walk safely everywhere without fear of being abducted. We will also never ever give up our fight until the Copts have had their full citizenship rights which they are entitled to enjoy in their own land"* [101]; турбується про людей: *«своїм покликанням обрав благородну справу захисту населення та держави від надзвичайних ситуацій, щоденно ризикуючи власним здоров'ям та життям заради життя та добробуту інших»* [33]; *"w oparciu o konstytucyjne prawa i wolności zrzeszania się i działania w ramach różnych form prawnych, w poczuciu odpowiedzialności za państwo, społeczeństwo, lokalne społeczności, angażują się w rozwiązywanie wielu problemów, nie czekając aż zrobi to za nie państwo"* [80] тощо.

Реалізація зазначених рольових образів в англомовному дискурсі вирізняє більш високий ступінь толерантності, суспільної та особистісної культури, вміння виключити (або принаймні зменшити) агресію із стосунків з іншими людьми. Тональність їх листів переважно спокійна, серйозна, поміркована, ділова.

Толерантність, притаманна англомовним текстам, протиставляється агресивності, безапеляційності та конфліктності україномовних та польськомовних текстів ВЛ. Більшість з цих текстів позначена тиском на адресата, прагненням за будь-яких обставин наполягти на своєму, змусити комуніканта відмовитись від іншої думки. Висловлюванням притаманна висока міра категоричності: судження не допускають подвійних тлумачень; відсутня альтернатива – є лише те, що вважається правильним, істинним, і те, що наполегливо відкидається.

Відносні відсоткові показники функціонування вищеназваних комунікативних ролей у досліджуваних лінгвокультурах представлено у діаграмі 2.3 (Див. додаток В).

Крім довготривалих комунікативних ролей «Патріот», «Народний захисник», «Борець за справедливість», «Інтелектуал-професіонал», здійснений аналіз дозволив виділити короткотривалі комунікативні ролі адресанта МЖ ВЛ, як-от: «Скаржник», «Викажчик», «Порадник», «Спростовувач», «Звинувачувач», «Обурений». На нашу думку, вищеназвані ролі задають певні координати жанровій тональності, зумовлюють загальний емоційний фон тексту МЖ ВЛ. Нижче розглянемо короткотривалі комунікативні ролі адресанта ВЛ докладніше.

Якщо мотивом для звернення у формі відкритого листа є скарга, то інтенція адресанта-скаржника полягає у тому, щоб довести до відома отримувача інформацію про стан, в якому він знаходиться з метою вплинути на адресата, який повинен змінити ситуацію, оскільки це входить у сферу його повноважень. Обов'язковою умовою скарги є вищий соціальний статус адресата. Мовець-скаржник звертається зі скаргою і проханням про покарання винних до високопосадовця, який має певні повноваження та владу для вирішення проблеми, що виникла. Висловлювання адресанта-скаржника спрямовані на захист власних інтересів або інтересів групи, представником якої він є. У відповідності до своїх конкретних цілей скаржник будує лист таким чином, щоб викликати у адресата співчуття і бажання допомогти. Причинами для скарги є дії іншої особи, державної структури тощо, які «Скаржник» оцінює як негативні особисто для нього, і тому вони викликають незадоволення: *Administracja i władze spółdzielni wbrew prawu spółdzielczemu, wbrew ludzkiej przyzwoitości uznają kwestie bezpieczeństwa za naszą prywatną sprawę. Mimo naszych próśb nie zajęły publicznego stanowiska, nie zwróciły się do społeczności osiedlowej w naszej sprawie, ba nie zechciały nawet zająknąć się o tym w ich regularnie wydawanym Biuletynie osiedlowym* [62].

Комунікативний зміст скарги полягає у повідомленні невідомої негативної інформації, у тому, щоб дати негативну оцінку певному факту, явищу дійсності і представити себе жертвою обставин, що склалися: *звернутися безпосередньо до Вас нас спонукало те, що колектив утомився від тієї нервозної обстановки, в якій ми змушені з волі згадуваних у листі панів жити і працювати останнім часом. Нам не дають працювати, нам створюють штучні перешкоди, намагаються дестабілізувати обстановку в колективі. Хочуть просто позбутися нас як підприємства, роблячи спроби практично рейдерського захоплення підприємства* [35].

Завершує своє звернення адресант-скаржник, зазвичай, тим, що просить про допомогу, просить позначеного адресата долучитися до вирішення означених проблем: *Israeli government continues to supress Palestinian nonviolent resistance, unarmed demonstrators in Nillin are still met with tear gas and live bullets, in Hebron and At-Tuwani children on their way to school are still attacked by Israeli settlers and settlements continue to grow. We ask you, President Obama, to demand that Israel stop its campaign of violence against the Palestinian people* [99].

Тональність текстів адресанта-скаржника в цілому емоційна, прохальна, іноді улеслива, за орієнтацією на внутрішній стан мовця – ображена, сердита.

Іноді «Скаржник» може набувати більш агресивного образу «Викажчика». На відміну від скарги, виказ спрямований проти інтересів тієї особи, про яку повідомляється. Автор оперує фактами, цифрами, відкрито називає прізвища винних: *Як нам стало відомо, Центральною виборчою комісією України 4 січня 2005 року за списком громадянського блоку «ПОРА-ПРП» в якості кандидатури в народні депутати України за № 195 зареєстрований начальник Служби соціального розвитку і господарського забезпечення ВАТ «АК Київ водоканал» Судницин Федір Семенович. Вважаємо, що це сталося, мабуть, через те, що керівництво блоку «ПОРА-ПРП» не володіє повною і об'єктивною інформацією про ділові і моральні*

*якості цієї людини. Колектив ВАТ «АК Київ водоканал» вважає, що сталася прикра помилка і Судницин Ф.С. не має, перш за все, морального права бути учасником виборчої кампанії працюючи в нашому колективі, своїми діями він намагався дестабілізувати його роботу, постійно і свідомо не виконує розпорядження керівництва Товариства, спонукає до цього своїх підлеглих* [23].

Викажчика характеризує звинувачувально-викривальний тон висловлювань, конфронтаційна, агресивна, вимоглива тональність: *Aby tego jeszcze było mało w dniu 19 kwietnia br. na stanowisko prezesa Przedsiębiorstwa Gospodarki Komunalnej został wybrany (przez jedynego udziałowca - czyli przez Urząd Miasta reprezentowany jak by nie było przez Pana osobę) p. Janusz Dudkiewicz. Człowiek, którego poczynania w Urzędzie Miasta sprzed 4 lat doprowadziły do niczym nieuzasadnionego zadłużenia miasta i kilku zupełnie zbędnych i nietrafionych inwestycji, z których nie można się wg Pana teraz wycofać. Dodatkowo osobiste, niczym nie uzasadnione rozgrywki personalne p. J. Dudkiewicza w Urzędzie Miasta naraziły Olkusz (a konkretnie podatników - no bo oczywiście nie osobiście p. J.Dudkiewicza) na wypłatę odpraw w wysokości kilkudziesięciu tys. zł., kilka procesów sądowych i konieczność przywrócenia do pracy niesłusznie zwolnionych pracowników, a mnie na konieczność znalezienia jej 40 km poza Olkuszem* [51].

Аналіз текстів ВЛ засвідчив відсутність комунікативної ролі «Викажчик» в американській лінгвокультурі, та фрагментарну представленість комунікативної ролі «Скаржник» (налічує лише 6% від загальної кількості листів). На нашу думку, це зумовлено особливостями ментальності, національною специфікою мовленнєвої поведінки, яка не дозволяє комунікантам, пов’язаним офіційними стосунками, скаржитись на наявні проблеми, а тим більше виставляти їх на обговорення громадськості. Крім того, незважаючи на будь-які життєві негаразди і проблеми, іноземці не схильні вважати себе нещасними. Слабкість, невміння вирішувати свої проблеми самостійно є негативними рисами, що засуджуються успішним

американським суспільством. Особливістю ж комунікативної поведінки слов'ян є, навпаки, їх надмірна увага до тих, хто потребує допомоги й співчуття. Цим пояснюється така широка представленість вищеназваних комунікативних ролей в листах представників української та польської лінгвокультур.

Адресант-спростовувач має на меті доведення неправильності, помилковості, хибності чиїх-небудь тверджень, переконань і т. ін.: *Decyzją Pana i Pana urzędników zostałem oskarżony i skazany w oparciu – jak twierdzi pan Antoni Macierewicz – o "twarde dowody". Nie znam tego terminu, nie znam tych dowodów i nie potrafię sobie ich wyobrazić* [76]; або спростування негативної оцінки своєї поведінки шляхом повідомлення про справжній стан речей: *слова та висловлювання Олега Тягнибока чомусь ставляться у провину «5 каналу», який авторка називає «дзеркалом революції». У цьому і призначення дзеркала, що «нечего на зеркало пенять, коли рожица крива». Ми показуємо людей такими, якими вони є, події такими, якими вони є і говоримо про проблему у прямому ефірі* [4].

У першій частині таких висловлень подається короткий опис і негативна (іноді зневажлива) оцінка чиєїсь думки, твердження, яке заперечується адресантом. У другій частині презентується думка мовця, сприйняття якої адресатом посилюється за допомогою великої кількості аргументів і контраргументів:

*It was evident from the electronic version that it was a scurrilous piece of journalism. That's clear even from internal evidence. The reporter obviously had a definite agenda: to focus the defamation exercise on my denial of Srebrenica massacre. ... she simply invented the denial repeatedly, along with others. The centerpiece of the interview was this, describing my alleged views, in particular, that:during the Bosnian war the "massacre" at Srebrenica was probably overstated. (Chomsky uses guotations marks to underline things he disagrees with and, in print at least, it can come across less as academic than as witheringly teenage; like, Srebrenica was so not a massacre.)*

*Transparently, neither I nor anyone speaks with quotation marks, so the reference to my claim that "Srebrenica was so not a massacre" shown by my using the term "massacre" in quotes, must be in print – hence "witheringly teenage" as well as disgraceful. That raises the obvious question: where is it in print, or anywhere? I know from letters that were sent to me that a great many journalists and others asked the author of the interview and the relevant editors to provide the source, and were met by stony silence – for a simple reason: it does not exist, and they know it. Furthermore, as Media Lens pointed out, with five minutes research on the internet, any journalist could find many places where I described the massacre as a massacre, never with quotes. That alone ends the story. I will skip the rest, which also collapses quickly* [118].

Тональність спростування в цілому емоційна, ділова, нерідко насмішкувата, саркастична, коли йдеться про оцінку адресантом розумових здібностей, висловлювань або дій опонента.

Комунікативна роль «Порадник» реалізується шляхом настанови, вказівки, пропозиції, інструкції або вимоги, скерованої до формального адресата з метою спонукання його до прийняття розумного, практично доцільного, з точки зору адресанта, рішення. Найбільшу кількість реалізації цього образу знаходимо в англомовних ВЛ, що, на нашу думку, пояснюється загальною толерантністю, делікатністю даної лінгвокультури. «Порадник» застосовує в основному непрямі МА або різні засоби пом'якшення категоричності висловлювань.

Порада може бути відображенням особистого досвіду, роздумів адресанта, які він прагне передати адресату:

*Як на мене, то вам потрібно привселюдно оголосити про залучення фахівців до участі у формуванні нової політичної сили та вжити заходів по подоланню кризи. І уже сьогодні почати діяти, збільшуючи при цьому ряди своїх колег, однодумців та прихильників. Хочу відзначити, що я завжди радий поділитися своїми ідеями, доводами та міркуваннями та надати необхідну допомогу Вам чи Вашим однодумцям у нащій складній та важливій місії* [11].

«Порадник» може попереджати про небезпеку, застерігати адресата: *We must assume that Saddam is prepared to use weapons again. This poses a danger to our friends, our allies, and to our nation. It is clear that this danger cannot be eliminated as long as our objective is simply "containment", and the means of achieving it are limited to sanctions and exhortations. As the crisis of recent weeks has demonstrated, these static policies are bound to erode, opening the way to Saddam's eventual return to a position of power and influence in the region. Only a determined program to change the regime in Baghdad will bring the Iraqi crisis to a satisfactory conclusion* [120]; рекомендувати йому змінити хід його думок або дій: *Don't be deceived into thinking that sending a few more troops into Afghanistan will make a difference, or earn you the respect of the haters* [109].

«Порадник», навіть за умови нижчого соціального статусу, в силу об'єктивної або суб'єктивної компетентності дозволяє собі каузувати дії адресата, проте він не зобов'язує його до виконання. Рішення адресат повинен прийняти сам.

*Nie uda wam się obronić przed gangsterami politycznymi, wspieranymi przez Zachód, światowe banki, wywiady, propagandę. A więc zmiany – tak, naciski na władzę - tak, ale mądrze, powoli, z rozwagą, nie niszcząc dotychczasowego dorobku społeczeństwa ale budując, pomnażając dobro; najpierw przygotować społeczeństwo do mających nastąpić zmian, wykreować i sprawdzić w działaniu kadrę przewodnią która potrafi zorganizować skuteczną obronę przed potencjalnymi bandami, wspólnymi wrogami Białorusi, Polski, Ukrainy i ludzi pracy przed kanibalami kapitalistycznymi* [77].

Даючи свої поради, пропонуючи певні дії, адресант зазвичай вимальовує позитивну перспективу прийняття запропонованих ним рішень:

*We should also re-think the working of the NATO-Russia Council and return to the practice where NATO member countries enter into dialogue with Moscow with a coordinated position. When it comes to Russia, our experience has been that a more determined and principled policy toward Moscow will not only strengthen the West's security but will ultimately lead Moscow to follow a more*

*cooperative policy as well. Furthermore, the more secure we feel inside NATO, the easier it will be for our countries to reach out to engage Moscow on issue of common interest. That is the dual track approach we need and which should be reflected in the new NATO strategic concept* [119].

Наше дослідження свідчить, що за тональністю листи «Порадника» можуть бути серйозними, делікатними, прямолінійними, іронічними, вимогливими, наполегливими.

Сутність жанру ВЛ та сфера його функціонування – публіцистичний дискурс – зумовлюють широке використання автором різноманітних оцінок, як позитивних, так і негативних, для збудження потрібних емоцій. Засоби вираження оцінки, специфічні для кожного типу адресанта, визначаються прагматичною спрямованістю інформації у ЗМК на вплив та маніпуляцію. Переважно діловий, раціональний характер листів одних адресантів протиставляється емоційно насиченому дискурсу інших.

Дискредитація адресата, осіб, задіяних у конфлікті, критика наявного режиму втілюється у комунікативній ролі «Звинувачувач». Адресанту-звинувачувачу характерне небайдуже ставлення до того, що відбувається, наявність власної оцінної позиції. Не маючи достатніх прав і повноважень для офіційних звинувачень вищих посадових осіб, адресант вдається до переконливої аргументації своїх слів, наводить факти, які викривають негативні дії адресата і, таким чином, забезпечує собі підстави, моральне право звинувачувати:

*Я обвинувачую вас, пане Ющенко. Обвинувачую, звичайно, не як прокурор. Ви, всупереч Конституції і законам, тасуєте, ніби примхлива дама рукавички, навіть генеральних прокурорів. Ну прямо за давньоримським принципом: «Те, що дозволено Юпітеру…»*

*Тим більше, обвинувачую не як суддя. Це звучало б анекдотом, бо вади нашої судової системи на вустах і в коаліції, і в опозиції. А як Верховний суд проштовхував вас у президенти, знає вся Україна. І не тільки вона. На порушення Конституції. З третього заходу.*

*Моє право обвинувачувати вас базується на документах, об'єктивних аргументах і фактах, на ваших зневажливих для мене заявах, вчинках, діях.*

*Як виборець я обвинувачую вас у численних порушеннях Присяги Президента, котру ви приймали двічі. Уперше, коли вас ще не проголосили ним, але дуже вже хотілося і вам, і американському сюзерену. А вдруге, коли ви вже офіційно стали главою держави* [45].

Звинувачуючи, адресант прагне вплинути на громадську думку в цілому та на формування переконань й світогляду окремо взятої читацької аудиторії; досягнути сприйняття тих осіб, які зазнають негативної оцінки, та зачепити їх гідність, самопочуття. Для цього адресант, крім індивідуальних оцінок, послуговується оцінками від «загальної думки», а також ретранслює чужі, більш авторитетні оцінки, чи подає їх як істини, що не підлягають сумніву: *Większość wyborców wybaczyła Panu Pańską niezbyt chlubną przeszłość. Uwierzyli oni, że człowiek może się zmienić i skoro przeprasza za to, że współpracował z sowieckim okupantem Polski, rezultatem tych przeprosin będzie zdwojona praca dla dobra Polski. Tak się niestety nie stało. Pięc lat Pańskiej kadencji to bezczynność, której przyczyn mogę się tylko domyślać. Potrafi Pan przekonać wyborców do swojej osoby poprzez uprzejme zachowanie i puste obiecywanie wszystkim wszystkiego. Jednak nie potarafi lub nie chce Pan dbać o polski interes narodowy* [64].

Високий ступінь емоційності подібних ВЛ відповідає загальній тональності цього МЖ. Почуття, які автор переживає щодо предмета свого листа, варіюються від невдоволення до гніву, злості та втрати самовладання. Крайній вияв негативних емоцій знаходить своє втілення у короткотривалій мікроролі «Обурений». Емоційний стан обурення може виражатися експліцитно:

*Пишу цього листа, оскільки обуренню моєму немає меж, і важко стримати емоції, – але все по порядку…*[18].

*I personally resent that you go around the world apologizing for the United States telling Europeans that we are arrogant and do not care about their status in the world* [94].

*Jestem zbulwersowany dzisiejszym programem* [79].

*Chciałabym wyrazić szczere oburzenie skandalicznymi warunkami tysięcy koni, które codziennie opuszczają Polskę, by zostać zabite we Włoszech i Francji* [48].

Крім зазначеного, почуття обурення може супроводжувати й всі інші комунікативні ролі. Маркерами сильних негативних емоцій у ВЛ є:

- емоційно-забарвлені конструкції з семою обурення, які передають стан крайнього незадоволення, гніву: *мене приголомшило, що ви не посоромилися розмістити цю брехню* [40]; *це нонсенс, дикість, але, на жаль, цілковита правда* [38]; *Jak można tak tumanić Naród: opowiadać takie bzdury!* [79]; *How dare you sir! How dare!* [94];
- стійкі словосполучення з негативною семантикою: *прочитайте в кінці-кінців архів* [1]; *втрачається остання крапля терпіння на безвідповідальність та пасивність тієї установи, до якої скеровуєш численні звернення* [14]; *Мені, скажімо, це вже більше не лізе!* [39]; *We are getting increasingly fed up with all of you!* [94];
- запитальні та запитально-спонукальні речення, що передають крайній вияв обурення: *Jak można tak mącić ludziom w głowach? Gdzie wasz rozsądek? W co wierzycie? Jaką Polskę budujecie?* [79]; *А за що, дозвольте спитатися, в такому випадку несете відповідальність Ви? Чи ж не за нас усіх, громадян і державу загалом?!* [39]; *And I got a question for your daughters Mr. Bush. They're not children anymore. Do they support your policy in Iraq? If they do, how dare they not be in uniform, while the children of the poor; black, white, Asian, Hispanic, and all the other American working men and women are slaughtered, maimed and flown back into this country under cover of darkness?* [121];

- лексико-синтаксичний повтор: *Ile jeszcze żyć, ile jeszcze karier złamie Pani przez swoją ignorancję i dogmatyzm?* [49]; *I'm busy, busy, busy and tired, tired, tired!* [99];
- вставні конструкції та пунктуація: *Де ж, я питаю, можна добитися справедливості???* [41];

Необхідно підкреслити, що короткотривалі комунікативні ролі адресанта МЖ ВЛ певним чином взаємодіють у контексті ВЛ, поєднуються або змінюють одна одну, що залежить від тактичних ходів у розгортанні сюжету. Відносне відсоткове співвідношення короткотривалих комунікативних ролей адресанта МЖ ВЛ з урахуванням специфіки лінгвокультур подано у діаграмі 2.4 (Див. додаток В).

Отже, стосунки між комунікантами ВЛ детермінуються їх соціальними та комунікативними ролями. Будь-яка особа у момент породження мовлення виступає одночасно і як носій соціальних якостей, і як виконавець певної комунікативної ролі. Виконання автором різнопланових комунікативних ролей вимагає використання певних мовних засобів, очікуваних партнером по мовленнєвій взаємодії; зміна рольового образу викликає і зміну мовних засобів. Рольові образи адресанта ВЛ визначають його комунікативну поведінку у тексті, зумовлюють тематику листів, задають координати жанровій тональності.

### 2.2.2. Комунікативні ролі формального адресата

Образ адресата втілюється в усіх елементах та на всіх рівнях структури тексту (лексичному, граматичному, стилістичному). До базових ознак текстової категорії адресата МЖ ВЛ належать: наявність у тексті опозиції «свій – чужий», орієнтація на елементи, що репрезентують картину світу адресата та характеризують його стиль життя і соціальний статус. Створюючи ВЛ, адресант орієнтується не певну модель адресата, яка виявляється у комплексі стійких уявлень та когнітивних структур, що координують та регулюють текстову поведінку автора.

Як показав аналіз текстів МЖ ВЛ, автор може виказувати як кон'юнктивні (об'єднуючі, спрямовані на зближення, співробітництво), так і диз'юнктивні почуття (що роз'єднують людей, свідчать про те, що інша сторона сприймається як неприйнятна) залежно від обговорюваної проблеми і характеру адресата. Універсальна опозиція «свій – чужий» впливає на розподіл почуттів та оцінок автора ВЛ щодо адресата і розміщує їх на шкалі: «свій» – хороший, викликає позитивні почуття, що реалізуються у тексті як підтримка, схвалення, захоплення; «чужий» – поганий, провокує негативні почуття, що втілюються у критиці, недовірі, протесті, контраргументах. Це протиставлення конструює, з одного боку, толерантні, емпатичні тексти, а з іншого, – не толерантні й агресивні. За допомогою регулярного негативного чи позитивного контексту у свідомості масового читача вибудовується відповідне ставлення до фактів, подій, людей.

Дослідження особливостей номінації адресата, лексичного та стилістичного відбору мовних засобів, імпліцитних знаків належності/неналежності до певної спільноти дозволили нам виділити базові рольові образи вербалізованого адресата МЖ ВЛ: «Герой, здатний вирішити проблему» (союзник, друг) – «Антигерой» (той, кого критикують, опонент, ворог).

Ситуація, коли першочерговим завданням адресанта ВЛ є вирішення проблеми, з якою він публічно звертається до адресата, вимагає позитивної оцінки вербалізованого адресата, запевнення, що саме він є людиною, здатною зрозуміти адресанта у його прагненні змінити певні обставини і вирішити означені у листі проблеми. За цих умов автор звертається до формального адресата як до уповноваженого вживати заходи, людини, наділеної відповідальністю та правами виправити положення. Адресант апелює до нього як до «Героя», на якого спрямована увага громадськості у зв'язку з його діяльністю, поглядами, який викликає схвалення, захоплення:

*ми … побачили і повірили, що саме Ви обраний, щоб стати мудрим провідником українців* [29];

*Zwracamy się do Pana Premiera z apelem o obronę polskich interesów i oczyszczenie życia politycznego w naszej Ojczyźnie, do czego warunkiem niezbędnym jest usunięcie złoczyńców, którzy ciągle grabią Polskę. Wierzymy, że Pańska partia mająca w swej nazwie tak szczytne hasła jak Prawo i Sprawiedliwość i skupiająca takie osobistości, jak Pan Premier i Pan Prezydent RP, jest w stanie, we współpracy z Samoobroną i Ligą Polskich Rodzin oraz politykami-patriotami polskimi, to wszystko uczynić* [88].

*We, the authors, are proud to live and work in the nation that elected you and hope your presidency will be as successful as your campaign* [113].

Адресат-герой постає як взірець позитивних якостей:

*Pan był dla mnie zawsze synonimem prostolinijności. Mówił Pan, co myśli. Czasem szedł Pan pod prąd, czasem trochę się gubił, ale zawsze miał Pan w sobie odwagę powiedzenia słów prawdy* [54].

*As you showed us again at your press conference of Feb 9, you are a brilliant, articulate and decent man* [112].

Наприклад, маючи високий соціальний та суспільний статус, «Герой» не ігнорує проблеми простих людей: *Ви, один з найповажніших чиновників країни запам'ятали розмову з дівчиною з майдану* [3]. «Герой» може бути корисним не лише адресанту, а й своєму народові, світу: *Mr. President I do believe that you sincerely intend to do all you can to make our world a better place. To be willing to make changes indicates great courage as it means changing the mistakes of the past, no matter how difficult that may be* [110].

Вчинки «Героя», його соціальна роль репрезентують ціннісні орієнтири певної культури:

*Пріоритетність інтересів простих людей – це не порожнє декларування владних гасел, не використання електорального загалу у перетягуванні виборчих симпатій. Це цінності, які сповідуєте Ви, як наш Президент, у які щиро вірить Сумщина* [29].

*It's encouraging to have, as President of the United States, a man who appreciates the role of science and technological innovation as part of America's*

*larger role as a world leader, and who wants to stimulate and encourage America's growth in these areas* [123].

Автор апелює до «Героя», бо він один може щось змінити у ситуації: *звертаюся до Вас, бо тільки Ви сьогодні можете допомогти українській музиці, можете зупинити ту несправедливість, яка планується ... зараз тільки у Ваших силах сприяти відродженню нашої пісні, зараз тільки Ви можете зробити так, щоб українські музичні медійні проекти відкривалися, а не закривалися!* [3]; створити нове, позитивне: *In several of your election speeches, you emphasized the changes that you are planning to carry out once you became President. All of us are hoping that changes will take place, particularly in the United States' foreign policy, mainly towards those countries that do not respect or allow even the barest of human rights to their minorities* [101].

Протилежною образу «Герой» є модель адресата «Антигерой». Більшість ВЛ – це протест проти позиції адресата або критика його вчинків, поглядів, ідей, що виявляються у проблемній ситуації. Коли рівень обурення адресанта сягає критичної межі, він звертається із критичним, звинувачувальним, гнівним листом до позначеного адресата, який у контексті такого звернення набуває комунікативної ролі «Антигерой» (звинувачуваний, ворог).

Презентація впливової офіційної особи з високим соціальним статусом у тексті ВЛ як «Антигероя» сприяє зниженню уявлення про її соціальний статус і одночасно створює яскраво позитивний образ адресанта як «борця зі злом», сміливця, патріота, який не побоявся публічно критикувати й засуджувати відому персону. Соціальні ролі Президента, Прем'єр-міністра, Голови Верховної Ради тощо передбачають шанобливе ставлення до них, однак формування комунікативної ролі «Антигерой» створює негативний образ останніх, який інколи засобами мовленнєвої агресії виформовується у психологічний стереотип «ворога» в очах істинного адресата. Підставою для формування образу «ворога», і відповідно його ознакою, може бути певний факт його деструктивної діяльності, актуалізація не стільки його негативних

рис, скільки тих небезпечних ситуацій, провина за які приписується цій особі. Для більш детальної характеристики комунікативної ролі адресат-ворог скористаємось параметрами, виділеними Т. Євгеньєвою [66: 15]. Комунікативними корелятами ролі є:

1) негативне очікування (усім діям ворога в минулому, теперішньому і майбутньому приписуються деструктивні наміри, тобто усе, що робить ворог, або є негативом, або має антигуманні мотиви):

*Ваші дії на посту глави держави – аж ніяк не результат політичних помилок і прорахунків. Вся Ваша політична кар'єра, від першого до останнього її дня, свідчить про те, що Ви умисне і з маніакальною впертістю завдаєте шкоди Україні, обслуговуючи інтереси заокеанських патронів, які найняли Вас* [43];

*Wyszkowski zapomniał o jednej grupie agentów, niezdefiniowanej, nienazwanej, arcyszkodliwej. To zakompleksieni mąciciele, ludzie tchórzliwi, intryganci. Najgorsze, że te środowiska działają po dziś. Nie zawsze sklasyfikowani, ale swą postawą i intrygami wyrządzali i wyrządzają jeszcze większe szkody niż SB. W waszej działalności widzę metody działania tej grupy. Możecie odegrać rolę tylko zza węgła, tylko podstępem i obmową, tylko przez negatywne działania, zakazując, wykluczając, niszcząc dobre imię. W uczciwej walce nie macie szans* [78];

*Perhaps, Mr. President, you have no interest in world peace, you're just solidifying your enchanting smile, and putting on a long face looking for murder, following the tracks of Bush's road of war? You can't always neglect your duties, pretend that this person is your enemy, or that person is your opponent, right? Also, saying one thing while you were in China, and doing another after you go back, isn't that too hypocritical? Being the head of a large state, why don't you live up to your promises, rather than going back on your own words?* [108]*;*

2) покладання провини на ворога (ворог сприймається як джерело усіх бід, що звалилися на групу; саме він є винним у наявних труднощах та проблемах):

*До якого трагічного маразму доведено політичну та економічну ситуацію в Україні, пане Президенте! Тільки людина з унікальними здібностями здатна була свій захмарний рейтинг опустити до такого жалюгідного рівня. Україна знову втратила шанс випростатися на повен зріст. Завдяки Вам нас знову сприймають у світі, як націю-невдаху. Перед нашим носом зачинилися двері до Євросоюзу та НАТО. Ваші закордонні візити – це завжди привід для доносу на свій же уряд. Через безсистемність та імпульсивність Вашої політики, через бездіяльність Крим ще більше віддалився від України, ми назавше втратили велику частину нафто-газового шельфу у Чорному морі* [28];

*Pańska haniebna, komunistyczna przeszłość powoduje, że brak Panu autorytetu międzynarodowego, a to z kolej powoduje, że nikt poważny w świecie nie liczyłby sie z Pańskim głosem* [64];

*Stop applying sanctions against countries which cannot do the same against you. In Iraq your sanctions killed 500,000 children through depriving them of medicine and food. Others were born deformed* [90];

3) ідентифікація зі злом (система цінностей ворога протиставляється системі цінностей адресанта):

*Більшість народу України – за добросусідські, історично братні відносини з Росією, за Єдиний економічний простір з нею, Білоруссю і Казахстаном. Ви ж уперто тягнете Україну в ЄС… 72% громадян України розмовляють російською. Ви ж проти референдуму про надання російській мові статусу офіційної. Росія – рідний сусід. Україна – не американський плацдарм проти неї. Так вважає більшість наших громадян* [45];

*Stwierdzając, iż "Państwo Polskie nie było w stanie obronić swoich obywateli przed mordem...", nie uznał Pan za stosowne nadmienić, iż państwo to nie zdołało również uchronić w czasie ostatniej wojny ponad trzech milionów swych obywateli katolików – zamordowanych lub umęczonych pod okupacją niemiecką i sowiecką. A przecież pełni Pan urząd prezydenta wszystkich Polaków. Swoją postawą poparł Pan falę anty-polskiej propagandy, która przynosi Polakom*

*i Polonii tak wiele złego, a w następstwie przyczynić się może do ekonomicznej ruiny państwa polskiego* [70];

*Your bowing to the king of Saudi Arabia is an affront to all Americans. Our President does not bow down to anyone, let alone the king of Saudi Arabia. You don't show Great Britain, our best and one of our oldest allies, the respect they deserve yet you bow down to the king of Saudi Arabia. How dare you, sir! How dare you!* [94];

4) мислення з нульовою сумою, тобто що добре для ворога, погано для нас, і навпаки:

*Ви без докорів сумління розпродаєте Україну транснаціональним корпораціям, а заради того, щоб зберегти свою президентську владу й гроші, які вона приносить, віддали американцям і наближеним до Вас олігархам десятки тисяч гектарів багатої на нафту й газ української землі. … Заради наживи Ви організували в країні управлінський хаос* [43];

*Zdobyłeś mandat obiecując prawo, a dla koalicyjnej arytmetyki ściskasz prawicę przestępcy i masz czelność w tym haniebnym uścisku mówić o sprawiedliwości. Oddaj mandat, który uzyskałeś obiecując budowę IVRP, a jedyne czego dokonałeś to zniszczenie IIIRP, która dla wielu Polaków jest symbolem odzyskania wolności po wieloletniej komunistycznej niewoli* [83];

*The Iranians do not want foreign countries to intervene in their affairs. What they want is recognition that they matter and that the dictators that oppress them will not be recognized as a legitimate government. Instead you made it clear that you don't give a damn about the people and that you are prepared to give legitimacy to any thug, as long as he manages to come to power, even fraudulently and by killing the people* [92];

5) стереотипізація та деіндивідуалізація (будь-хто, хто належить до ворожої групи, наш ворог):

*А служити Ви звикли за комуністичного режиму, за Кучми, тепер за антиукраїнської, антинародної, антисоціальної влади Тимошенко. … Тепер Ви самовіддано служите Їй. Мені завжди хотілося називати її – Вона, але*

*вважала, що це неетично. Тепер вже на плакатах – Вона – працює, отже висмоктує зі своїми рейдерами-паразитами українську кров, привласнює з Губським, Портновим, Турчиновим та іже з ними все, що ще було «нічиє»* [9];

*Any people who vote for you after understanding that you are dishonest should be ashamed of themselves for making their personal political issues more important than character. ... Mr. Obama, you are dishonest. Anyone who votes for you is enabling dishonesty* [91];

6) відмова проявити емпатію – у нас немає нічого спільного з ворогами, ніякі факти чи інформація не змінять нашого сприйняття:

*Ніхто не забере у Вас реставровану пам'ять нації про голодоморний ґеноцид 32–33-го років, про Крути і Батурин. Ніхто не применшить Ваших заслуг в українській свободі слова. Ніхто не сумнівається у Вашій, хай більше етнографічній, ефектній, але не ефективній, а все ж українськості. ... Та не спишете ні на кого свої драматичні помилки. Ви гірко розчарували мільйони довірливого українського люду, остаточно вбивши в ньому віру в українську владу, а то і найгірше – доречність існування самої Української держави. У 2004-му ці мільйони повелись на Вашу українськість, на Вашу театральну рішучість на Майдані, на замах на Ваше життя, на принадні гасла, які ми вклали у Ваші уста. Сьогодні вже очевидно для абсолютної більшості українців: Ви не стали Українським Президентом* [28];

*Polskę nie stać na bezczynnego, pozbawionego znaczenia w świecie Prezydenta. Jeżeli nie potrafi Pan bronić dobrego imienia naszego kraju, nie chce lub zwyczajnie boi się narazic komukolwiek, wowczas nie powinien Pan dłużej sprawować tego zaszczytnego urzędu. Naszego Narodu na to nie stać* [64].

*I will work tirelessly to see that you do not get a chance to spend two terms destroying my beautiful country. Yor style has camouflaged your dishonesty… but many of us see you for who you really are… and we will not stop exposing who you are every day, forever if it is necessary* [91];

«Ворог» позбавлений позитивних людських якостей та моральних принципів. Його образ формується виключно на негативі. Так, «Ворогу»

притаманно: *боягузтво, лукавство, лицемірство, цинізм, морально-духовна деградація, моральне виродження, агресивність, аморальність; wieczne sianie nienawiści, fałsz, kłamstwo, pomówienie, cynizm, brak odpowiedzialności, pseudopatriotyzm; hipokryzja; relatywizm; niegodziwość; podłość*; *overwhelming dishonesty, arrogance*; *self-righteous.*

Як засвідчив аналіз текстів, загальна риторика листів, у яких адресат фігурує в ролі «Антигерой», сповнена мовленнєвою агресією, апеляцією до жорстоких людських емоцій, ненависті.

Отже, комунікативний образ адресата-ворога дає цілісне уявлення про опонента, інтегруючи у собі як справжні, так і ілюзорні риси та якості цієї особи. Широке представлення рольового образу «Антигерой» у всіх досліджуваних лінгвокультурах ще раз підтверджує критичний, дискредитативний характер ВЛ як одного з найбільш дієвих, апелятивних, оцінно-імперативних МЖ публіцистичного дискурсу.

Підсумовуючи, відзначимо, що мовні показники будь-якого мовленнєвого жанру, зокрема і МЖ ВЛ, формують комунікативні ролі автора і адресата. Комунікативна поведінка адресанта зумовлена винятково чинником особи адресата, котра може мати як позитивний характер (Герой), так і негативний (Антигерой). Автор будує текст і добирає мовні засоби з орієнтацією на особу адресата і його комунікативні ролі. Відсоткове співвідношення рольових образів формального адресата представлене в діаграмі 2.5 (див. додаток В).

## Висновки до розділу 2

Здійснений аналіз засвідчив: МЖ ВЛ перебуває на межі оцінних та імперативних МЖ, оскільки основними інтенціями, що визначають мовно-стилістичне оформлення відкритого листа, є прагнення проінформувати адресата про негативну оцінку певних дій або бездіяльності, які призвели до несприятливої ситуації, переконати реципієнта в авторській позиції, активізувати адресата та контрольні органи у вирішенні проблемної ситуації.

Спілкування у МЖ ВЛ характеризується асиметричністю, загальний рух комунікації відбувається «знизу вверх». Найважливішою жанроутворювальною ознакою ВЛ є фактор подвійної адресації (формальний адресат – особа, інституція, до якої звернений лист; істинний адресат – читацька аудиторія, на підтримку якої сподівається адресант листа). Зовнішня, композиційна структура ВЛ складається з послідовності вступної, експлікальної та резюмувальної частин, змістовно інтегрованих у єдине ціле темою ВЛ. Згідно класифікації Т.В. Шмельової, ВЛ є реактивним жанром, оскільки кожному листу передує ініціативна конфліктна ситуація, яка спонукає адресанта відреагувати. З погляду комунікативного майбутнього, ВЛ не передбачає обов'язкової формальної відповіді псевдоадресата. Сприйняття і мовленнєва реакція істинного адресата може виявитися як у формі певної дії (долучення до підписів даного звернення, участі у чомусь), так і у формі байдужого прочитання публікації. Глобальна стратегія переконання та спонукання адресата зумовлює домінування директивних, вердиктивних, експресивних та декларативних МА у мовному оформленні ВЛ. Аналіз МА дозволяє зафіксувати функціонування у ВЛ стійкої прототипової ситуації, тобто стереотипу поведінки, який включає чергування констатації негативних факторів дійсності та перформативів, що експлікують варіанти її зміни.

Характер комунікації у ВЛ детерміновано комунікативними ролями автора і адресата, які у ВЛ визначають специфіку тональності і комунікативного смислу кожного ВЛ, детермінують тематичну спрямованість та дозволяють виявити комунікативно-прагматичні різновиди ВЛ як МЖ.

Рольовий набір МЖ ВЛ включає постійні і ситуативні рольові характеристики. Аналіз довів, що довготривалі комунікативні ролі автора МЖ ВЛ («Патріот», «Народний захисник», «Борець за соціальну справедливість», «Інтелектуал-професіонал») зумовлюють загальну й етноспецифічну тематику ВЛ, короткотривалі («Скаржник», «Викажчик», «Спростовувач», «Порадник», «Звинувачувач», «Обурений») – комунікативний смисл й тональність. Узагальнені характеристики комунікативних ролей адресанта МЖ ВЛ

представлені в таблицях 2.4 та 2.5 (Див. додаток А). Реалізація зазначених ролей в англомовному дискурсі вирізняє більш високий ступінь толерантності, суспільної та особистісної культури, уміння зменшити агресію у відносинах з іншими людьми на відміну від безапеляційності та конфліктності україномовних та польськомовних текстів ВЛ.

Наявність у тексті ВЛ базової публіцистичної категорії – опозиції «свій – чужий» – зумовлює формування комунікативних ролей формального адресата: «Герой, здатний вирішити проблему» (союзник, друг), та «Антигерой» (опонент, ворог). Автор, який експлікує у тексті позицію адресат – чужий, використовує агресивну тональність, де авторська позиція утверджується за допомогою різкої критики, а стилістична манера мовлення забарвлена у негативні тони. Акцентуючи у даній семантичній опозиції сферу «свого», автор вдається до мовленнєвого схвалення або меліоративної тональності.

Таким чином, риторико-композиційні прийоми побудови тексту, що реалізуються через рольові образи комунікантів, не лише вміщують емоційне сприйняття описуваного у листі, але й здійснюють потужний вплив на психоемоційну сферу особистості істинного адресата, будучи засобами сугестивного впливу на підсвідомість читача. Рольові образи, адаптовані певною етнолінгвокультурою, набувають стійких регулярно повторюваних форм та втілюються у стереотипах мовленнєвої поведінки.

# РОЗДІЛ ІІІ
# ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ МОВЛЕННЄВОГО ЖАНРУ «ВІДКРИТИЙ ЛИСТ»: СТРАТЕГІЇ, ТАКТИКИ,МОВНІ ЗАСОБИ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНСЬКІЙ, ПОЛЬСЬКІЙ, АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ

Завданням цього розділу є лінгвістичний аналіз основних комунікативних стратегій і тактик у межах міжособистісної взаємодії комунікантів – адресанта і адресатів ВЛ – та конкретних мовних (лексико-прагматичних, синтаксичних) і графічних засобів їх реалізації.

Перш ніж перейти до безпосереднього аналізу матеріалу, вважаємо за доцільне, передусім, дати визначення комунікативної стратегії і тактики та прокоментувати їх співвідношення з поняттям МЖ.

## 3.1. Поняття комунікативної стратегії і тактики у сучасній лінгвістиці

Поняття комунікативної стратегії і тактики отримали широке розповсюдження у лінгвістиці в останнє десятиліття XX століття після виходу в світ праць Т.А. ван Дейка. На сьогодні існує значна кількість тлумачень поняття «комунікативна стратегія». Так, Т.А. ван Дейк визначає стратегію як характеристику когнітивного плану спілкування, тобто загальну організацію деякої послідовності дій, що містить одну або декілька цілей взаємодії [46: 172].

О.С. Іссерс частково дублює визначення ван Дейка. Дослідниця підкреслює усвідомленість і запланованість мовленнєвих дій у межах комунікативної стратегії: «Мовленнєва стратегія містить планування процесу мовленнєвої комунікації залежно від конкретних умов спілкування та особистостей комунікантів, а також реалізацію цього плану. Власне кажучи, мовленнєва стратегія є комплексом мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети» [75: 54].

І.Н. Борисова пов’язує поняття стратегії з поняттям задуму: «Комунікативна стратегія – це спосіб організації мовленнєвої поведінки відповідно до задуму, інтенції комуніканта. У широкому розумінні комунікативна стратегія тлумачиться як надзавдання мовлення, що продиктоване практичними цілями мовця; … комунікативна стратегія мовлення – це спосіб реалізації задуму, він передбачає відбір фактів та їх презентацію у певному ракурсі з метою впливу на інтелектуальну, вольову та емоційну сферу адресата» [18: 85 – 86].

Як надзавдання визначає комунікативну стратегію і О.В. Горіна: «Це спосіб досягнення глобального комунікативного наміру, тобто мовленнєвий механізм внесення змін у свідомість адресата, корекції його моделі світу. Мовленнєва стратегія базується на прогнозуванні ситуації спілкування, спирається на знання і когнітивні моделі соціуму та індивіда» [39: 49].

Отже, враховуючи розглянуті підходи до визначення поняття «комунікативна стратегія», під останньою ми розуміємо *домінантне завдання, загальний комунікативний задум, що передбачає застосування заздалегідь запланованих мовцем мовленнєвих дій (тактик), за допомогою яких адресант впливає на адресата задля досягнення комунікативної мети.*

Можливість досягнути мети різними шляхами знаходить своє відображення у понятті «мовленнєва тактика», яке відповідає поняттю семантичного ходу у ван Дейка – «це така функціональна одиниця послідовності дій, яка сприяє вирішенню локального чи глобального завдання в межах стратегії» [46: 274]. Стратегія і тактика фігурують у монографії О.С. Іссерс як парні поняття. Мовленнєвою тактикою дослідниця вважає «одну чи декілька дій, які сприяють реалізації стратегії» [75: 110]. Якщо стратегія – це надзавдання, то тактика – це конкретні шляхи його вирішення. Більшість вчених погоджуються з думкою, що тактики орієнтовані на виконання способів реалізації стратегій мовлення.

У даному дослідженні тактикою вважаємо *складову частину стратегії, послідовний крок, орієнтований на виконання домінантного стратегічного завдання.* Сутність застосування конкретної тактики полягає у коригуванні певних психологічних параметрів, зміні оцінок та конфігурації моделі світу адресата відповідно до намірів мовця.

Ще меншим кроком на шляху досягнення задуму є комунікативний хід. Це складова частина тактики. О.С. Іссерс визначає його як засіб, який дозволяє розкрити сутність комунікативної тактики, а відтак, і комунікативної стратегії. Усередині ходів виділяються мовні маркери стратегій – мовні

одиниці різних рівнів, мовленнєві прийоми, які в комплексі дозволяють виявити когнітивні механізми впливу висловлення на реципієнта [75: 115].

Використовуючи поняття стратегія і тактика, потрібно враховувати, що вони, передусім, відображають позицію або інтенцію мовця. На думку О.С. Іссерс, «це план комплексного мовленнєвого впливу, який здійснює мовець для «обробки» партнера. Це свого роду «насилля» над адресатом, спрямоване на зміну його моделі світу, на трансформацію його концептуальної свідомості. … Кінцевою метою будь-якої мовленнєвої стратегії є корекція моделі світу адресата» [75: 102 –109]. У зв'язку з цим американська лінгвістика розглядає комунікативні стратегії і тактики як стратегії підкорення партнера по комунікації.

У сучасному жанрознавсті широко обговорюється питання про вибір стратегій і тактик у певній ситуації спілкування. К.Ф. Сєдов зауважує, що на вибір стратегії впливають як фактор адресанта, так і фактор адресата. Крім вибору стратегії, мовець має свободу вибору внутрішньожанрових тактик, які дослідник визначає як «сюжетні повороти мовленнєвої поведінки в межах жанру спілкування» [146: 60]. Вчений наголошує, що кожен МЖ має свій набір тактик, кожна з яких може існувати і як самостійний одноактний жанр, тобто в його концепції МЖ і мовленнєві тактики представлені як одиниці одного рівня. Різнопланові підходи до одного й того ж явища простежуються стосовно МЖ. На думку О.С. Іссерс, «мовленнєва тактика може містити один або декілька мовленнєвих актів, може обмежуватися рамками одного МЖ або поєднувати в собі ознаки різних жанрів» [75: 113]. Натомість І.В. Труфанова стверджує, що МЖ, МА та комунікативні стратегії і тактики не є тотожними явищами, це поняття різних рівнів абстракції [173: 60]. На відміну від мовленнєвого акту, мовленнєва тактика – не відокремлена мовленнєва дія, а прийом здійснення комунікативної стратегії; вибір мовленнєвого акту на певному етапі спілкування або розгортання вибраного МЖ. З точки зору аналізу комунікативних стратегій і тактик у центрі уваги – мовець як суб'єкт

мовленнєвої поведінки, у площині дослідження мовленнєвих жанрів – мовець як автор тексту.

У нашому дослідженні дотримуємося позицій К.Ф. Сєдова, В.В. Дємєнтьєва, О.С. Іссерс, уважаючи, що первинні МЖ можуть розглядатися як конкретні тактики у загальній комунікативній стратегії, притаманній гіпержанрам та складним вторинним МЖ дискурсу. Певна парадигма стратегій і тактик характерна будь-якому дискурсу та будь-якому типу тексту як частини дискурсу.

У наступних параграфах здійснено спробу проаналізувати основні стратегії та систематизувати тактики, які використовує адресант МЖ ВЛ для досягнення комунікативної мети.

Для МЖ ВЛ як частини публіцистичного дискурсу глобальною дискурсивною стратегією є стратегія переконання, яка реалізується за допомогою окремих стратегій (наприклад, дискредитації або апологетики), що втілюються шляхом застосування певних тактик і ходів. Вибір автором будь-якого мовленнєвого засобу в публіцистичному тексті відбувається під контролем глобальної стратегії – переконати адресата не просто в правомірності, а саме в правильності авторського бачення щодо описуваного предмета чи події, обґрунтованості та необхідності дій, що вимагаються.

Як зазначає О.С. Іссерс, «стратегії передбачають мотив (частіше мотиви) … За своєю сутністю мовленнєві стратегії пов’язані з типовими мотивами людської поведінки» [75: 103]. З точки зору ієрархії мотивів у МЖ ВЛ виділяємо комунікативну стратегію дискредитації, стратегію самопрезентації та стратегію персуазивності. Негативний мотив мовлення, тобто прагнення викрити винних, публічно розголосити негативну оцінку, виставити на публіку справжнє обличчя тих, кого адресант вважає винними у ситуації, що змусила його звернутися з ВЛ, спонукає адресанта користуватися стратегією дискредитації. Бажання заручитися підтримкою читачів, схилити їх на свій бік у певній справі налаштовує автора ВЛ на реалізацію стратегії самопрезентації. Загальною установкою ВЛ є реалізація

комплексного впливу на раціональну та емоційну сферу особистості читача – істинного адресата МЖ ВЛ, що виявляється у застосуванні адресантом комунікативної стратегії персуазивності.

Дослідження тактик означених стратегій буде побудовано нами таким чином:

1) характеристика окремої тактики як складової стратегії;
2) приклади та аналіз тактичних ходів;
3) вияв мовних маркерів, що відповідають кожному окремому тактичному ходу.

## 3.2. Мовні засоби втілення комунікативних стратегій і тактик мовленнєвого жанру «відкритий лист» в українській, польській, англійській мовах

Як зазначалося у підрозділі 3.1., найбільш уживаними стратегіями, що реалізує адресант МЖ ВЛ є стратегії дискредитації, самопрезентації та персуазивності. Розглянемо їх детальніше.

### 3.2.1. Стратегія дискредитації

Репрезентація образу «адресат-ворог» реалізується через застосування комунікативної стратегії дискредитації. Дискредитація передбачає підрив довіри до опонента, применшення його авторитету, значення, викриття негативних якостей супротивника, розповсюдження негативної інформації про нього, створення його негативного іміджу в очах громадськості, завдання йому моральної, психічної, емоційної шкоди, що експлікується відповідними вербальними засобами. Стратегія дискредитації характеризується різким тоном висловлювань і оцінок в експліцитному плані тексту, що відображається у ступені категоричності негативно-оцінних висловлень стосовно об’єкта дискредитації. Найбільш чітко сутність цієї стратегії передає поняття «мовленнєва агресія», під якою розуміють «форми

мовленнєвої поведінки, що негативно впливають на комунікативну взаємодію людей, оскільки вони спрямовані завжди на мінімізацію і навіть деструкцію мовної особистості адресата, на його підпорядкування, маніпулювання ним в інтересах автора висловлення» [197: 120].

Завдання автора, який використовує стратегію дискредитації, ускладнюється фактором подвійної адресації ВЛ. Так, комунікатору необхідно підірвати авторитет, применшити статус і навіть принизити об'єкт дискредитації, показати йому, наскільки нікчемні його інтереси та зусилля, і одночасно зробити це применшення гідності переконливим для читача ВЛ. Задля досягнення цієї мети автор використовує характерне для стратегії дискредитації протиставлення ВОНИ – МИ. В групу МИ автор зараховує себе і читачів, ставлячи їх на один бік з собою проти об'єкта дискредитації. Група ВОНИ негативно оцінюється автором, викривається перед аудиторією шляхом апеляції до думок, почуттів, емоцій, дій істинного адресата. Об'єктами дискредитації найчастіше є формальний адресат ВЛ або група осіб, пов'язана певними стосунками з псевдоадресатом; особи, яких автор вважає винними у порушеній проблемі; влада чи суспільний устрій взагалі. Крім того, дискредитації можуть підлягати певні явища, події у житті суспільства.

Здійснений аналіз дозволив виділити наступні тактики у стратегії дискредитації в межах МЖ ВЛ: «звинувачення», «осуд», «образа», «насмішка», «погроза».

### 3.2.1.1. Тактика звинувачення

Ця тактика у стратегії дискредитації в українській та польській лінгвокультурах є однією з провідних. Звинувачення передбачає покладання провини на об'єкт оцінки за скоєння ним певної дії, злочину, порушення певних норм і законів, встановлених у суспільстві, а також розкриття, виявлення його негативних намірів, якостей. Тактика звинувачення надає можливість автору пов'язати негативні дії з особою, що їх здійснила, а також

«оприлюднити» цю негативну інформацію, супроводжуючи її аргументами і фактами. Адресант виражає своє негативне ставлення до вчиненої дії, роблячи акцент на відповідальності адресата. Російська дослідниця Т.В. Дубровська вважає, що мотив засудження завжди присутній у звинуваченні, адресант впевнений, що дії, які виконує об'єкт звинувачення, є поганими, шкідливими для суспільства [61: 65]. З огляду на це, суб'єкт звинувачення більшою мірою відчуває свою правоту, оскільки вважає, що оточення підтримує його оцінку. «Дії, слова, вчинки об'єкта звинувачення можуть завдавати йому моральної або фізичної шкоди, або не стосуватися його особисто, однак викликати неприйняття як такі, що не збігаються з його особистісними життєвими настановами» [61: 89]. Звинувачення є особливо ефективним, здатним змінити ставлення читача до об'єкта дискредитації, якщо воно є соціально значущим, актуальним та відповідає емоційному переживанню адресата. Персуазивність звинувачення виражається в свідомому, навмисному впливові на когнітивно-ментальну сферу читача. З іншого боку, негативні оцінки досягають сприйняття тих осіб, які піддаються звинуваченню, і тим самим завдають їм моральної шкоди.

Для аналізу комунікативних ходів тактики звинувачення ми скористалися класифікацією мовленнєвих тактик звинувачення й осуду Т.В. Дубровської [61: 150–156], доповненої нами специфічними для МЖ ВЛ комунікативними ходами:

Хід 1. Перформативне звинувачення. Це найбільш сильне і наочне виявлення своєї позиції, за нашими спостереженнями, зустрічається дуже рідко, однак в наше поле зору потрапив ВЛ, повністю побудований на перформативному звинуваченні [19]. Кожен новий абзац листа починається зі слів «я обвинувачую вас»:

*Я обвинувачую вас у застосуванні подвійних стандартів. А простіше кажучи, у брехні. ...*

*Я обвинувачую вас у тому, що, ставши президентом, ви відкрито взяли на озброєння расистську політику печерно-зашкарублих націоналістів – розгнуздану, залізну русофобію. ...*

*Я обвинувачую вас у лукавстві, лицемірстві, образливих для усіх ветеранів-переможців у Великій Вітчизняній війні. ...*

*Я обвинувачую вас у тому, що, всупереч думці 2/3 українців-трудівників, ви нав'язуєте країні натовський зашморг. ...*

*Я обвинувачую вас у тому, що ви навмисне, а можливо, і боягузливо ухиляєтеся від відкритого реагування на дуже хвилююче громадськість накопичення відомостей, фактів, повідомлень про вашу сім'ю; заплутана історія з вашим так званим отруєнням; хуліганські, часом злочинні, але безкарні витівки вашого дорослого чада; триваюча досі «метушня» з банком «Україна», більш ніж дивні «біографія» і «автобіографія» вашого батька і, звичайно ж, нічне побиття спецназівця, влаштоване вами у ЦВК при підрахунку голосів президентських виборів…* [45].

Насичення листа повтором перформативного дієслова «обвинувачую» (зустрічається у тексті 14 разів) створює сугестивний ефект навіювання, нагнітає негативні емоції, заражає читача авторською позицією. Мовними маркерами є лексико-синтаксичний повтор, анафора, парцеляція; негативно-забарвлена лексика, що вживається щодо об'єкта звинувачення: іменники *брехні, лукавстві, лицемірстві, побиття;* прикметники *расистську, хуліганські, злочинні, безкарні,* прислівник *боягузливо*; емотивні негативно-оцінні епітети: *печерно-зашкарублих націоналістів, розгнуздану, залізну русофобію, хуліганські, часом злочинні, але безкарні витівкиі*; метафора *нав'язуєте країні натовський зашморг*; зневажливе ставлення передається характеристикою *так званим* у виразі *так званим отруєнням*, іронічна номінація сина президента *доросле чадо*, вищий ступінь порівняння контекстуально-негативного прикметника *дивний* у виразі *більш ніж дивні «біографія» і «автобіографія».*

У польськомовному дискурсі також натрапляємо лише на один випадок застосування подібного тактичного ходу:

*Więc oskarżam Pana o wielokrotne morderstwo polityczne:*

*1. Wykorzystując mandat poselski, uśmiercał Pan prawdę historyczną o banderowsko-melnykowskim ludobójstwie na "czużyńcach", tj. Polakach, Żydach, Rosjanach, Ormianach, Czechach, Romach i innych, pisaną przez uczciwych historyków różnych narodowości.*

*2. Przemilczał Pan fakt, że banderowska "Służba Bezpeki" w równie bestialski sposób wymordowała około 80 tysięcy uczciwych, szlachetnych Ukraińców, którzy ryzykując życie własne i rodzin, odmawiając udziału w mordach, udzielali schronienia i pomagali przetrwać zagrożonym śmiercią Polakom. Ci Ukraińcy pozostaną na zawsze w naszej wdzięcznej pamięci.*

*3. Narody polski i ukraiński przez wieki żyły w zgodnej symbiozie, czego dowodem były i są liczne małżeństwa mieszane, które w czasie banderowskich rzezi stały się ofiarami szczególnego okrucieństwa.*

*4. Zabijając prawdę i pamięć o pomordowanych duchownych katolickich przy ołtarzach i dzieciach podczas pierwszej Komunii Świętej, uśmiercał Pan po raz kolejny setki tysięcy niewinnych ofiar banderowskiego ludobójstwa.*

*5. Panie Marszałku, Pańska obłudna działalność jako Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej zabija ducha Narodu Polskiego, kaleczy sumienia oraz niszczy patriotyzm młodzieży* [69].

Мовними маркерами є перформативне дієслово *oskarżać* у 1 особі теперішнього часу; метафора *uśmiercał Pan prawdę historyczną*; негативно-забарвлена лексика *bestialski, wymordowała, zabijając prawdę, obłudna działalność, zabija, kaleczy, niszczy*; антитеза, виражена за допомогою слів та виразів з негативною та позитивною семантикою: *uśmiercał Pan prawdę historyczną - pisaną przez uczciwych historyków; w równie bestialski sposób wymordowała - udzielali schronienia i pomagali przetrwać*.

Аналіз англомовних текстів ВЛ засвідчив відсутність даного тактичного ходу. У цілому одиничні приклади використання перформативного

звинувачення, на нашу думку, пов'язані з тим, що адресант займає нижче соціальне становище щодо адресата, і формально він не має достатніх повноважень для звинувачення.

Хід 2. Експліцитне звинувачення. Характеризується вживанням особливого інвективного шару лексики, в лексичному фоні якої є семантична доля «делікту»:

*Ви, пане Президенте, і Ваша «помаранчева» команда нажилися й продовжуєте наживатися на незаконній торгівлі «смертю», поставляючи танки, боєприпаси, ракетні комплекси, інші види озброєнь та військової техніки в гарячі точки. ... Ви особисто відповідальні за те, що через ваші незаконні операції зі зброєю українські моряки досі перебувають у руках сомалійських піратів.*

*З перших днів кризи Ви всіляко потураєте знахабнілій банківській мафії. Ви свідомо пішли на злочин, відмовилися від пільгової ціни на російський газ і зірвали переговори з Росією* [43].

Мовними маркерами є: негативно забарвлена лексика *нажилися, незаконній, знахабнілій, мафії, несправедливі*; метафоричні звороти *торгівля «смертю»*, що апелює до різко негативних, аморальних, засуджуваних дій президента; лексема *злочин*, що на юридичному рівні закріплює звинувачення пана Ющенка.

*Rząd pod Pana przewodnictwem oszukał emerytów i rencistów, obiecaliście, że od roku 2007 zacznie funkcjonować ustawa o corocznej waloryzacji emerytur i rent powiększona o 20% wzrostu płac* [57].

Мовним маркером є дієслово з прямою негативною оцінкою *oszukać*.

*... for over half your life you have aligned yourself with radical extremists who hate America and you refuse to publicly denounce these radicals who wish to see America fail. You scare me because you are a cheerleader for the "blame America" crowd and deliver this message abroad* [114].

Мовні маркери: негативно забарвлена лексика *radical extremists, hate;* звинувачення реалізується через вирази *you refuse to publicly denounce these*

*radicals who wish to see America fail, you are a cheerleader for the 'blame America' crowd;* негативна оцінка адресата повідомлення закладена в образному виразі *a cheerleader for the "blame America" crowd.*

Хід 3. Викриття об'єкта звинувачення, тобто наведення низки фактів і аргументів, які виявляють провину, злочинність кого-небудь:

*Під Вашим патронатом тривають «полювання на відьом», переслідування інакомислення, знищення правосуддя, лютує цензура й поліцейщина. … Вашими зусиллями в Україні насаджується людиноненависницька націоналістична ідеологія, провокуються міжконфесійні й міжетнічні конфлікти, нагнітається антиросійська істерія, знищується багатовікова єдність східнослов'янських народів, нашого культурного й духовного простору* [43].

Мовні маркери: нанизування дієслів *насаджується*, *провокуються*, *нагнітається, знищується* та віддієслівних іменників *полювання, переслідування, знищення* з негативною семантикою, емоційно-експресивні епітети *людиноненависницька, антиросійська*, негативно забарвлений фразеологізм *«полювання на відьом»*, зворотний порядок слів з актуалізацією присудка.

*W tym samym czasie, gdy był ambasadorem w Urugwaju, bezprawnie sprzedawał samohody, był zamieszany w aferę prania brudnych pieniędzy, sprzedał konsulat honorowy Polski Żydowi z Paragwaju – Woldenbergowi. Potem był wplątany w milionową aferę czeków bez pokrycia* [88].

Мовні маркери: нанизування однорідних дієслів з негативною семантикою; образний вираз *prania brudnych pieniędzy*; повтор лексеми *afera.*

*Oh, Mr. Obama,*

*1. You lied to America. You lied many times. You distorted facts. You parsed your answers like a lawyer.*

*2. You distorted the record of John McCain in your words and in your advertisements.*

*3. You had associations with some very bad people for your personal political gains and then lied about those associations.*

*4. You divide America about race and about class* [91]

Таке структуроване звинувачення адресата нагадує юридично оформлене суддівське обвинувачення за пунктами злочину, передає чіткість викладення авторської позиції і є більш аргументативним та переконливим для істинного адресата-читача.

Мовними маркерами є нанизування простих двоскладних стверджувальних речень, лексико-синтаксичний повтор, паралелізм синтаксичних конструкцій, дієслова з негативною семантикою *lied, distorted*, прикметник *bad*, підсилений прислівником *very.*

Хід 4. Звинувачення на майбутнє. Випереджуюча негативна оцінка має певні прагматичні цілі: автор моделює ситуацію, яка може відбутися у майбутньому, оцінюючи її як негативну, але причини змодельованої ситуації знаходяться у сьогоденні, і вони залежать від адресата, відтак, читача спрямовують до висновку: треба вплинути на адресата, змінити хід його дій або думок, і тоді результат буде позитивним.

*If you go to West Point tomorrow night and announce that you are increasing, rather than withdrawing, the troops in Afghanistan, you are the new war president. Pure and simple. And with that you will do the worst possible thing you could do – destroy the hopes and dreams so many millions have placed in you. With just one speech tomorrow night you will turn a multitude of young people who where the backbone of your campaign into disillusioned cynics. ... Your potential decision to expand the war (while saying that you're doing it so you can "end the war") will do more to set your legacy in stone than any of the great things you've said and done in your first year* [109].

Мовні маркери: дієслова у формі простого майбутнього часу; лексика з негативною оцінною семантикою *war, destroy, disillusioned cynics, haters*. Для

посилення переконливого впливу автор використовує маркери спільності, кількості, внаслідок чого наголошує, що адресат зраджує інтереси більшої частини населення: *destroy the hopes and dreams so many millions have placed in you; you will turn a multitude of young people into disillusioned cynics.* Метафори *one more throwing a bone from you to the Republicans; nation will be back in the hands of the haters* підсилюють загальний емоційний тон висловлювання, створюючи яскраво негативний образ майбутньої перспективи.

Хід 5. Називання «ворогів» поіменно. Хід використовується у випадку, коли об'єктом звинувачення є не формальний адресат листа, а особи, яких автор вважає винними у ситуації, з якою він звертається до громадськості. Хід концентрує увагу аудиторії на конкретній особі, конкретному винуватці певних несприятливих, небажаних, злочинних дій. Такий прийом викликає довіру в істинного адресата, відчуття щирості, сміливості адресанта:

*«Артек» навмисне доводять до банкрутства! І причина цього проста: дуже образився Ющенко, батько чотирьох дітей, на «поганий» прийом американської підданої Кетрін-Клер Чумаченко-Ющенко в дитячому таборі «Артек» торік. Дрібна помста самодержця – з одного боку й жадібні зазіхання товстосумів – з другого – ось джерело всіх бід «Артека»* [2].

Мовні маркери: прислівник *навмисне*, який вказує на цілеспрямовані шкідливі дії об'єкта звинувачення по відношенню до табору; образливий метафоричний ярлик *самодержець*. Номінація дружини президента на американський манер *Кетрін-Клер* з вказівкою на її американське громадянство застосовується, аби наголосити на «ненашості» В. Ющенка та його сім'ї.

*Mamy bowiem do czynienia na co dzień ze zorganizowaną akcją niszczenia Polonii i tradycyjnych organizacji polskich. Oto Marszałek Senatu RP, B. Borusewicz, rozdaje państwowe pieniądze na tworzenie i podtrzymanie przy życiu nowych organizacji polonijnych, tzw. kulturalnych, które są jaczejką wszystkiego, co antypolskie, żydowskie i komunistyczne. W Buenos Aires*

*przeznaczono setki tysięcy dolarów dla agentów postkomuny w celu niszczenia organizacji polskich, katolickich i patriotycznych w Argentynie, gdzie w takiej działalności celują w tym momencie pp. Stachnik, Kozłowski, Wesołowski, Łuciw i wielu innych...* [88].

Мовні маркери: слова та словосполучення з негативною семантикою, перифраза-ярлик *agentów postkomuny*; русизм радянської епохи *jaczejką,* при якому вжиті означення *antypolskie, żydowskie i komunistyczne,* утворюють градацію, оскільки в польській концептуально-мовній картині світу *antypolskie* асоціюється, передусім, з *żydowsko- komunistycznym.*

*George W. Bush has led us into an illegal pre-emptive war* [116].

Мовним маркером є прикметники з негативною семантикою *illegal, pre-emptive*, покликані виразити негативну оцінку автора.

Хід 6. Протиставлення або зіставлення. Використання цього ходу ускладнює механізм впливу на читача, оскільки зіставлення в цьому випадку є аргументом на користь авторської оцінки:

*У буржуазній Україні, тимчасово окупованій американсько-галицькими націоналістами, знайшлися мільйони доларів на підтримку агресії фашиста Саакашвілі, на утримання шестиста нікому не потрібних, чужих нам людей Секретаріату президента, на спорудження монументальних скульптур жертвам так званого голодомору, зраднику народу України Мазепі, королю Швеції, фашистам-націоналістам Західної України. А ось для розвитку дитячого оздоровчого центру «Артек» уже третій рік у бюджеті країни немає жодної копійки* [2].

Автор налаштовує істинного адресата на несхвалення, читач концентрується на негативі, і надалі, яку б інформацію не запропонував автор, готується сприймати її через цей негатив. Сприяє цьому перенасичення висловлення негативно-оцінними лексемами та словосполученнями, апеляція до історичних фактів та асоціацій. Мовними маркерами є перифраза *американсько-галицькими націоналістами,* розгорнуте протиставлення *знайшлися мільйони доларів – немає жодної копійки.*

*Są pieniądze na budowę nowych szkół litewskich na Wileńszczyźnie, ale brak ich na remont szkół polskich. Dziś tylko 3.3 % polskich dzieci chodzi do Polskich szkół, a powinno chodzić ich minimum dwa razy tyle. Litwini wszelkiej maści politycznej chcą jednego - likwidacji polskiego szkolnictwa* [66].

Мовними маркерами є: антитеза *Są pieniądze - ale brak ich*, *chodzi - powinno chodzić* поєднані сполучниками *ale, a*.

*You don't show Great Britain, our best and one of our oldest allies, the respect they deserve yet you bow down to the king of Saudi Arabia. How dare you, sir! How dare you!*

*You can't find the time to visit the graves of our greatest generation because you don't want to offend the Germans but make time to visit a mosque in Turkey. You offended our dead and every veteran when you give the Germans more respect than the people who saved the German people from themselves. What's the matter with you?* [94].

Адресант засуджує дії Барака Обами, відкрито звинувачує його у прояві неповаги до союзників та ветеранів. Мовні маркери: складносурядні речення з протиставним зв'язком, вираженим за допомогою протиставних сполучників *but, yet*. Порівняльна конструкція, поєднана сполучником *than*. Окличні речення, лексико-синтаксичний повтор, риторичне питання, що передають крайній вияв обурення.

Запропоновані комунікативні ходи вважаємо прийомами прямого звинувачення. Крім того, досить часто трапляються випадки непрямого пред'явлення провини. Оскільки номінальними адресатами ВЛ найчастіше є відомі публічні люди, то з огляду на правила етикету, автор може уникати прямих оцінок псевдоадресата. Істинному адресатові пропонується повідомлення, яке не лежить на поверхні, експліцитно вербально не виражене.

Хід 7. Звинувачення шляхом негативної самооцінки:

*I have a confession Mr. Bush. I was idiotic enough to vote for you. Yes, I confess, it's true. It wasn't because I thought you were great as a candidate. It*

*wasn't because I agreed with your views on abortion or the death penalty because I DO NOT! It was because you claimed you would seek justice against those who tried to destroy the US. … There has been no justice for 9-11 and now we have lost even MORE people because of this insane war* [96].

Імпліцитно автор передає наступний зміст: я довірлива, я тобі повірила, а ти мене обманув. Мовними маркерами є інвективний прикметник *idiotic*, підсилений прислівником *enough*; лексико-синтаксичний паралелізм; перифраза *those who tried to destroy the US*; виділення особливо важливої інформації великими літерами.

Хід 8. Констатація негативних дій стосовно групи-ми:

*Сьогодні мова йде вже не просто про необґрунтовану та некоректну публічну критику цілком законних рішень прокурорів та слідчих з боку вищих посадових осіб держави та окремих її канцеляристів, а про публічне надання вказівок з боку Гаранта Конституції про хід розслідування кримінальних справ, які знаходяться у нашому провадженні. Сюди ж слід додати і розвернуту в ЗМІ кампанію з демонізації образу прокуратури і прокурорів в очах пересічних громадян, фактичне блокування будь-якої позитивної інформації про роботу органів прокуратури України* [16].

Адресант не дозволяє собі прямо звинуватити президента, владу, тому, звертаючись до нього, вживає перифрази *керівники держави, Гаранта Конституції, вищих посадових осіб держави.* Негативні дії передаються іменниками з негативною семантикою або контекстуально негативно забарвленими іменниками: *критику – надання вказівок – кампанію з демонізації – блокування*, прикметників із заперечним префіксом НЕ: *необґрунтовану та некоректну.*

*Przypomnę, że pierwszym krokiem niepodległej Litwy było rozwiązanie demokratycznie wybranych władz lokalnych Wileńszczyzny, które znalazły się w rękach Polaków, którzy są tam większością mieszkańców. Bo nie rozwiązano tak samo wybranych władz terenowych reszty Litwy. Tych Polaków, co chcieli autonomii Wileńszczyzny w składzie państwa Litewskiego, postawiono pod sąd, ale*

*Litwini, gdy Wileńszczyzna była w składzie państwa polskiego, dwa razy oferowali jej autonomie w składzie ich państwa. Zablokowano powstanie w Wilnie polskiego uniwersytetu, filli SGH i nie respektują dyplomów, jakie Polacy z Litwy dostali w Polsce. Nie oddaje się Polakom koło Wilna ziemi, nie zezwała na niej stawiać domów, a ich ziemie z prawem stawiania domów daje się Litwinom z innych części kraju* [66].

Мовні маркери: нанизування дієслів із заперечною часткою НЕ *nie rozwiązano, nie respektują, nie oddaje się, nie zezwala,* що акцентують увагу на негативних діях литовської влади по відношенню до поляків.

*The Imperial Rulers steal nearly half of American working people's product; they imprison a larger percentage of we who live here than any other State in the world – what with its permanent mock wars on drug users and immigrants, landowners, the productive and the poor. The rulers of the US Evil Empire have debased our money, seduced our children into becoming murderers, and sell our future for their short-term personal plundered booty* [98].

Мовні маркери: перифрази *the Imperial Rulers, Evil Empire*; лексика із семою «злочин» *steal, imprison, debased, seduced, murderers;* градація, яка досягається використанням дієслів з негативною семою, демонізує образ влади в очах читача.

Хід 9. Покладання провини через звинувачення третьої особи, пов'язаної певними стосунками зі справжнім об'єктом дискредитації:

*Ваш випад проти Президента не випадково збігся з масовою інформаційною й політичною атакою на Президента з боку Тимошенко, за розробленим у Кремлі сценарієм спецоперації проти України. Ви просто тупо виконали замовлення Тимошенко.*

*Чомусь ви, Левку, відмовчувалися у 2005 році, коли Ю. Тимошенко остаточно почала переорієнтовуватися на вчорашніх кучмістів, великий мафіозно-олігархічний космополітичний капітал всупереч проголошуваним нею ж гаслам про необхідність відлучити від політики і влади бізнес. А діяла навпаки* [34].

Мовні маркери: негативно забарвлений вираз, вжитий у переносному значенні *інформаційною й політичною атакою,* апеляція до стереотипу «ворога» – Росії досягається використанням перифрази *Кремль*, іменника *спецоперації*, що асоціюється з воєнними діями; приниження справжнього об'єкта звинувачення прислівником *тупо*. Негативні дії Ю. Тимошенко характеризуються емоційно забарвленим розмовним дієсловом *дурити,* перифраза-ярлик *вчорашніх кучмістів*, емоційними епітетами *мафіозно-олігархічний космополітичний капітал*, парцеляцією.

*Pan Grzegorz Białoruski, szef Pańskiego gabinetu politycznego, z którym współpracował Pan jeszcze w Kancelarii Prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego, okazał się być człowiekiem nieuczciwym, ponieważ wbrew przepisom obowiązującym urzędników państwowych zasiadał w radzie nadzorczej prywatnej spółki. To było łamanie prawa antykorupcyjnego co do zasady a tym bardziej, że prywatna firma POLDOK, wykonywała zamówienia na rzecz MSWiA.*

*Zachodzi w pełni uzasadnione podejrzenie, że Pan Minister Spraw Wewnętrznych i Administracji Krzysztof Janik znał ten stan rzeczy i akceptował z sobie tylko znanych przyczyn* [53].

Мовні маркери: прикметник з негативною семантикою *nieuczciwy*; юридична негативно-оцінна лексика *wbrew przepisom, łamanie prawa antykorupcyjnego* виражає протиставлення (те, якою виявилася поведінка державного службовця, і якою вона повинна бути насправді); антитеза *łamanie prawa - znał ten stan rzeczy i akceptował.*

*You did not take an active role in the rescue plan. You claimed that the Senate did not need you while the real reason that you abstained was because of your close relationships with the executives of Fannie Mae, Freddie Mac, Countrywide, and Acorn ... who all helped cause the financial problems of today ... and they all made major contributions to your campaign. ...*

*You forgot to mention that you personally represented Tony Rezko and Acorn. Tony Rezko, an Arab and close friend to you, was convicted of fraud in Chicago real estate transactions that bilked millions of tax dollars from the Illinois*

*government for renovation projects that you sponsored as a state senator ... and Acorn has been convicted of voter fraud, real estate sub prime loan intimidation, and illegal campaign contributions… While your relationships with Rezko and Acorn are of concern, the greater concern is that you omitted important facts about your relationships with them to America* [91].

Для звинувачення Барака Обами автор наводить витримки з судових обвинувачень осіб, які спонсорували кандидата в президенти на виборах. Факти їх деструктивної діяльності щодо Америки та її народу підсилюють різко негативну оцінку адресата звинувачення.

Мовні маркери: юридична лексика з семою «злочин» *convicted of fraud*, *bilked millions of tax dollars, convicted of voter fraud*, *illegal campaign contributions*; вставна конструкція, виділена трикрапкою; лексико-синтаксичний повтор.

Хід 10. Імпліцитне звинувачення шляхом опису ситуації, яка склалася в результаті дій, вчинків, слів звинувачуваного:

*Маємо тисячі звільнених з посад, сотні змушених покинути рідні домівки, ховаючись від переслідування, десятки кинутих за грати. Владою керує тільки жага помсти. Політичні банкрути, які зайняли серйозні місця у владі, оголосили себе вершителями долі людей. Наслідком такої політики стало: серйозний спад в економічній сфері, погіршення ситуації в соціальній, зростання безробіття, різкий скачок нелегальної еміграції. Корупція в правоохоронних органах досягла свого апогею. Десятки тисяч закарпатців не можуть виїхати за межі області через безлад на кордоні* [13].

Мовні маркери: порівняння, апеляція до історичних фактів, перебільшення *тисячі звільнених, сотні переслідуваних, десятки кинутих за грати.* Градація, внаслідок якої нагнітається негатив через вживання іменників з негативною семантикою: *спад, погіршення, зростання безробіття, корупція.* Фразеологічні звороти *жага помсти, вершителі долі,* перифраза *політичні банкрути.*

*Warto się zastanowić: co np. Polska zyskała, a co straciła w wyniku tzw. transformacji ustrojowej? Zyskała 300 tysięcy bezdomnych wegetujących w kanałach, na ogródkach działkowych, w przytułkach, na dworcach, na klatkach schodowych, setki tysięcy eksmitowanych lub zagrożonych eksmisją na bruk, oficjalnie jest prawie 3 miliony bezrobotnych, (w rzeczywistości ich liczbę szacuje się na około 5 milionów), miliony migrujących w poszukiwaniu pracy, chleba i godnych warunków życia, zwłaszcza młodych, zdolnych, wykształconych i potrzebnych w kraju obywateli, 40 % dzieci codziennie przychodzących do szkoły głodnych, dziesiątki tysięcy mieszkańców, których nie stać na opłacenie czynszu mieszkaniowego, dziesiątki tysiące ludzi mających już odcięty prąd i gaz, setki tysięcy chorych nie wykupujących podstawowych lekarstw ratujących zdrowie i życie i umierających w bólach* [77].

Мовні маркери: використовується непряме спонукання, виражене модальним дієсловом *warto* та інфінітивом; антоніми *zyskała – straciła*; іронічна оцінка *tzw. transformacji ustrojowej*, виражена маркером *tak zwanej*; нагромадження однорідних членів в різних синтаксичних функціях; дієслово *Zyskała* у контекстуально антонімічному негативному значенні; числівники, які роблять імпліцитне звинувачення більш аргументованим.

*Now, because I've been on the streets of Baghdad during this occupational war, outside the Green Zone, without security, and you haven't; I've met children there. In that country of 25 million, these children have now suffered minimally, a rainstorm of civilian death around and among them totaling the equivalent of two hundred September 11ths in just four years of war. Two hundred 9/11s. Two hundred 9/11s* [121].

Мовні маркери: протиставлення *I've been on the streets - you haven't*; метафора *a rainstorm of civilian death;* апеляція до фонових знань (подій 11 вересня 2001р.); негативна оцінка посилюється завдяки фінальному повтору.

Іншим виявом ходу є опис ситуації, що склалася в результаті повної бездіяльності звинувачуваного:

*Буржуї хочуть відібрати в дітей їхнє місце під сонцем! Їм, ненаситним тварюкам, мало того, що вони вже розікрали надра нашої землі, наші природні багатства, наші заводи й фабрики. Мало того, що вони вже привласнили звичні місця перебування дітвори: ясла, садки, школи, пансіонати, санаторії, поліклініки, спортивні й прикладні клуби, палаци піонерів і палаци культури. Вони вже викинули дітей на вулиці й смітники. Вони вже відібрали в них радісне, здорове й щасливе дитинство, пропонуючи натомість азартні ігрові клуби, нічні розважальні кубла розпусти й борделі, оповиті дурманом спиртного й наркотичного чаду.*

*Тепер дійшла черга до піонерських таборів, розташованих на берегах морів, рік та озер. ... І їх зазіхання мовчазно підтримує президент України* [2].

Перераховуючи негативні дії ворога щодо дітей, автор протиставляє їх бездіяльності президента. Мовні маркери: перифрази *буржуї, кубла розпусти,* інвектива *ненаситні тварюки,* лексико-синтаксичний паралелізм.

*Jednak to nasze konsekwentne wołanie o reformę jest celowo przemilczane przez rządzących, również przez Pana. Łatwo jest bowiem usprawiedliwić się wobec społeczeństwa z niskich płac dla lekarzy, trudniej z tego, że tysiące chorych umiera, czekając w kolejkach do leczenia, że wiele szpitali popada w ruinę, że pieniądze publiczne są marnowane w niejasnych układach, którym sprzyja obecny system. Obecny rząd nie robi nic, aby tę sytuację – faktycznie – zmienić* [61].

Мовні маркери: протиставлення *Łatwo - trudniej*, перебільшення, лексичний повтор сполучника *że*, пунктуаційне виділення прислівника *faktycznie,* що виступає аналогом інтонаційного виділення.

Хід 11. Натяк. Імпліцитна оцінка знаходиться у контексті – потужному механізмі формування потрібної оцінки.

*Пане Яворівський, епіграфом до свого відкритого листа до Вас беру безсмертні слова Лесі Українки:*

*Не поет, хто забуває*

*Про страшні народні рани*

*Щоб собі на вільні руки*

*Золоті надіть кайдани*

*Ви навіть не в переносному значенні маєте такі «кайдани», бо експонуєте масивний золотий ланцюг на руці під час засідання Верховної Ради. Про це якийсь часопис писав, розповідаючи про те, які прикраси полюбляють «народні обранці». Написала це словосполучення в лапках, бо які ж ви народні? Просто Вам, як і багатьом іншим запропоновано служити ширмою в олігархічному БЮТі* [9].

Вміщуючи красномовний епіграф на початку свого ВЛ, адресант експлікує негативне ставлення до названого адресата. Натяк підкріплюється у другій частині висловлення конкретними фактами. Мовними маркерами є метафори *страшні народні рани, золоті кайдани, служити ширмою;* псевдономінація *«народні обранці»;* негативно-оцінний епітет *олігархічному.*

*Panie Prezydencie, historia jest nie tylko pamięcią narodu, ale także nauczycielką życia. W czasach PRL-u samozwańcza "przewodnia siła narodu" traktowała ją jako ogniwo frontu ideologicznego, by zniewalać umysły Polaków w duchu* ***homo sovieticus****. Wprawdzie czasy się zmieniły, ale nawyków pozostało wiele, zwłaszcza u tych, którzy swoje pióra, przekonania, sumienia wystawili na sprzedaż. Niewygodne fakty zastępowano komentarzem, często dla umocnienia przyjaźni polsko-radzieckiej. Z przykrością stwierdzam, że dość często dostarcza Pan wymownych dowodów, świadczących o tym, że jest Pan synem minionej epoki* [56].

Змальовуючи в негативному ракурсі соціалістичне минуле Польщі, автор аргументує свою несхвальну номінацію президента. Фактично адресант проводить паралель між людьми, які зрадили свої переконання, та президентом, натякає, що й він є саме такою людиною, з числа тих, що *swoje pióra, przekonania, sumienia wystawili na sprzedaż*. Мовними маркерами є словосполучення, що вказує на стан впевненості адресанта та підтверджує його позицію *wymownych dowodów*, перформатив *stwierdzam* у поєднанні з прислівниковим виразом *z przykrością* найчіткіше виражає авторську

негативну оцінку президента; експресивний вираз ***homo sovieticus,*** виділений графічно, метафоричний зворот *przekonania, sumienia wystawili na sprzedaż.*

Хід 12. Нанизування грубих або категоричних вимог чи наказів, спрямованих на виконання або припинення певних дій адресатом. Перераховуючи свої вимоги до адресата, автор концентрує увагу аудиторії на тих негативних фактах, які потрібно змінити, і зміна яких цілком залежить від позиції або волі вербалізованого адресата листа. Спонукаючи адресата до реалізації бажаних дій, автор таким чином негативно оцінює його поведінку:

*1) Stop killing people. The United States is too fond of killing people in order to achieve its objectives. You call it war, but today's wars are not about professional soldiers fighting and killing each other. It is about killing people, ordinary innocent people by the hundreds of thousands. Whole countries will be devastated. War is primitive, the cavemen's way of dealing with a problem. Stop your arms build up and your planning for future wars.*

*2) Stop indiscriminate support of Israeli killers with your money and your weapons. The planes and the bombs killing the people of Gaza are from you.*

*3) Stop applying sanctions against countries which cannot do the same against you. In Iraq your sanctions killed 500,000 children through depriving them of medicine and food. Others were born deformed. What have you achieved with this cruelty? Nothing except the hatred of the victims and right-thinking people.*

*4) Stop your scientists and researchers from inventing new and more diabolical weapons to kill more people more efficiently.*

*5) Stop your arms manufacturers from producing them. Stop your sales of arms to the world. It is blood money that you earn. It is un-Christian.*

*6) Stop trying to democratize all the countries of the world. Democracy may work for the United States but it does not always work for other countries. Don't kill people because they are not democratic. Your crusade to democratize countries has killed more people than the authoritarian Governments which you overthrew. And you have not succeeded anyway.*

*7) Stop the casinos which you call financial institutions. Stop hedge funds, derivatives and currency trading. Stop banks from lending non-existent money by the billions. Regulate and supervise your banks. Jail the miscreants who made profits from abusing the system.*

*8) Sign the Kyoto Protocol and other international agreements.*

*9) Show respect for the United Nations* [90].

Мовні маркери: імперативи; мілітаристська лексика *war*, *to kill*, *weapons, the bombs*; повтор лексеми *war*, слів із семою «вбивство»: герундія *killing*, іменника *killers*, дієслова *to kill*; емотивні негативно-забарвлені епітети *diabolical weapons*, *blood money*; контекстуально-негативне дієслово *democratize*, вжите як евфемізм (насправді це війна); анафора; парцеляція, конструкція, що містить питання і відповідь на нього.

Таким чином, аналіз ВЛ, у яких наявна тактика звинувачення, засвідчив їх широку репрезентативність у ЗМІ, ефективність, впливовість, соціальну значущість. Основними засобами впливу на адресата виступає емоційно-забарвлена лексика різних тематичних груп і сфер уживання, емотивно-негативні епітети; лексеми, ужиті у переносному значенні, антитеза, повтори, паралелізм, фразеологічні звороти, які відображають національно-мовну специфіку адресантів.

### 3.2.1.2. Тактика осуду

Осуд займає 2 місце за частотністю застосування адресантами українських і польських ВЛ та 1 місце в американській лінгвокультурі, що засвідчує її більшу стриманість й толерантність. Тактика покликана виявити негативне, несхвальне ставлення до об'єкта дискредитації, дати гостру критичну оцінку його діям, і таким чином вплинути на його морально-емоційну сферу та поведінку, зробити явними його недоліки для істинного адресата. Засуджуючи, «суб'єкт дає негативну оцінку, виходячи з власного життєвого досвіду, уявлень про хороше і погане, морально-етичних норм у цілому» [61: 68]. На відміну від звинувачення, де оцінка носить соціально-

правовий характер, осуд стосується, передусім, морально-етичної сфери. Розглянемо детальніше основні форми вияву тактики осуду.

Хід 1. Перформативне засудження:

*Ми засуджуємо незаконні, аморальні й антилюдяні ваші укази та вчинки* [1].

Мовними маркерами є перформативне дієслово *засуджуємо,* прикметники з заперечним префіксом *а-, анти-, не-*, що створюють текстуальну компресію з контрастним змістом.

*We denounce the Christian terrorism of the rulers in Washington DC* [98].

Мовні маркери: перформативне дієслово *denounce*, перифрази *christian terrorism, rulers in Washington DC.*

Хід 2. Експліцитне вираження несхвалення:

*Якщо назвати речі своїми іменами, то можна сказати, що Ви ведете відверту війну проти Прем'єр-міністра. Це війна проти жінки, яка, на відміну від Вас, має честь не відповідати на огульні звинувачення та безпідставну критику-лайку. ... Це непорядно і як для чоловіка, і як для політика, але ще більше це неприйнятно для Вас, як для глави держави. Президент не має морального права діяти таким чином, бо тут йдеться вже не про Вашу особисту репутацію, а про репутацію всієї країни* [24].

Мовні маркери: повтор негативно-оцінної лексеми *війна;* протиставлення *на відміну від Вас, має честь*; осуд дій Президента реалізується через несхвальну характеристику його слів і вчинків *огульні звинувачення, безпідставну критику-лайку;* фінальне стверджувальне речення передає безапеляційність, упевненість авторської позиції *Президент не має морального права діяти таким чином.*

*Ten właśnie sposób myślenia polegający na licytacji czyje krętactwa, przewinienia, przestępstwa i nadużycia są większe albo bardziej widoczne dla społeczeństwa dyskwalifikują Pana i całą pańską formację* [53].

Мовними маркерами є лексеми з негативним оцінним значенням *krętactwa, przewinienia, przestępstwa i nadużycia, dyskwalifikują.*

*I personally resent that you go around the world apologizing for the United States telling Europeans that we are arrogant and do not care about their status in the world* [94].

Мовні маркери: негативно забарвлене емоційно-експресивне дієслово *resent*, нанизування дієприкметників *apologizing, telling*.

Хід 3. Картання. В основі картання – гострий докір, різка критика, осуд. Картання вказує на невідповідність поведінки адресата соціальним нормам, прийнятим у суспільстві. Адресант вдається до картання під впливом образи, роздратування, розчарування або навіть відчаю:

*Кому має бути соромно, що в той час, коли численні «слуги народу» їздять у дорогих іномарках, десятки тисяч ваших, пане Президенте, співгромадян, які страждають від хвороб опорно-рухового апарату, роками не можуть вийти за межі своїх квартир через відсутність якого-небудь транспортного засобу?* [41].

Мовні маркери: докір реалізується через риторичне питання, звернене до влади. Адресант використовує перифразу *«слуги народу»,* розгорнуту антитезу *їздять – не можуть вийти, дорогих іномарках – відсутність якого-небудь транспортного засобу.*

*Jako jedna z osób myślących inaczej niż pańskie środowisko jestem zaniepokojny i zniesmaczony tym, co dzieje się po wyborach wygranych przez Platformę Obywatelską, choć ani mi PO brat, ani swat. Ponad tygodniowe milczenie głowy państwa i brak gratulacji dla zwycięskiej partii nie jest oczywiście złamaniem prawa, ale tak po ludzku źle świadczy o Prezydencie. Bo czy godzi się, żeby Prezydent RP obrażał się na jedną z partii, obrażał się na decyzję narodu? By pozwolił społeczeństwu odnieść wrażenie, że ważniejsze są listy uwierzytelniające ambasadorów Sri Lanki czy Cypru niż komentarz głowy państwa do najważniejszego wydarzenia w demokracji, czyli wyborów?* [71].

Мовні маркери: слова з оцінною конотацією *zaniepokojny i zniesmaczony* та словосполучення *źle świadczy, brak gratulacji*, *złamaniem prawa*, фразеологізм *ani mi PO brat, ani swat*, повтор дієслова *obrażał się*, парцеляція,

риторичні питання з модальним дієсловом *godzi się*; контекстуальна антонімія *listy uwierzytelniające – komentarz głowy państwa*.

*You are so obsessed with appeasing the Europeans and the Muslim world that you have abdicated the responsibilities of the President of the United States of America. You are responsible to the citizens of the United States. You are not responsible to the peoples of any other country on earth* [94].

Мовними маркерами є частка *so,* яка посилює емоційність негативної конотації виразу *so obsessed with appeasing*, вжитий у переносному значенні вираз *abdicated the responsibilities* набуває негативної оцінності у контексті – вказує на ступінь обурення адресанта тим, що президент не переймається проблемами своїх громадян. Докір виражений у формі протиставлення, автор нагадує президенту, що він *responsible to the citizens of the United States*, а не *the peoples of any other country on earth.*

Хід 4. Апеляція до авторитету. Хід передбачає негативну оцінку об'єкта дискредитації через посилання на видатних/відомих або значущих для адресата осіб, інституцій тощо:

*Повертаючись до Доручення, зауважимо, що фактично громадянин В. А. Ющенко вигадав нову учбову дисципліну – «Етику віри», яка не спирається на жодну відому в світі наукову дисципліну. Її назва по суті є евфемізмом, який приховує, що зміст запропонованої дисципліни має збігатися з православним варіантом християнської етики. При цьому не врахована наявність в Україні вірних багатьох інших конфесій… До того ж, Україна прагне йти в Європу, а, як відомо, остання одним з принципів своєї життєдіяльності визнає світськість. Європейський суд вже неодноразово жорстко засуджував появу в школах тієї чи іншої країни будь-яких ознак примусової конфесійності, навіть удавався до штрафування країн, де мали місце прояви таких тенденцій. Відтак, країну із середньовічним мисленням на державному рівні Європа не сприймає і не сприйме ніколи* [21].

Як аргумент, що підсилює осуд автором позиції МОН України та його очільника, використовується посилання на авторитет Європейських країн, до

яких Україна прагне залучити і себе. У цьому контексті Європа стає синонімом стабільності, високого рівня життя, процвітання і добробуту, прикладом для наслідування. Квінтесенцією негативної оцінки є останнє речення висловлення, яке звучить як вирок: Україні у Європі не бути! Мовними маркерами є контекстуально забарвлене дієслово *вигадав* щодо дій Президента; обмежувальний прикметник *жоден* підсилює негативне враження від дієслова *вигадав*, і у цьому контексті свідчить про абсурдність, непрофесійність згаданого доручення; перифраза *країна із середньовічним мисленням* у значенні Україна.

*Boli nas, że pogardliwych i antysemickich wystąpień dopuszcza się reprezentant naszego Kościoła. Taka postawa kapłana jest sprzeczna z Ewangelią miłości, którą głosił Jezus Chrystus. Zaprzecza również nauczaniu Jana Pawła II, który Żydów nazwał "starszymi braćmi w wierze", a antysemityzm określił jako "ciężki grzech"* [74].

Адресант засуджує слова о. Ридзика з посиланням на авторитет Євангелія та Яна Павла ІІ, який є символом віри для всіх поляків. Такий контекст значно посилює слова автора, віруючим полякам важко заперечити авторитет церкви, тому вони схильні сприймати таку оцінку як незаперечну.

Мовними маркерами є дієслово *boli nas*, що вказує на почуття адресанта; лексика з негативно-оцінною конотацією *pogardliwych i antysemickich*, апеляція до стереотипів свідомості, протиставлення, посилене повтором однокореневого дієслова *zaprzeczać* і пасивного дієприкметника *jest sprzeczna*.

*President Obama, it's time to come home. Ask your neighbors in Chicago and the parents of the young men and women doing the fighting and dying if they want more billions and more troops sent to Afghanistan. Do you think they will say, "No, we don't need health care, we don't need jobs, we don't need homes. You go on ahead, Mr. President, and send our wealth and our sons and daughters overseas, "cause we don't need them, either". What would Martin Luther King do? What would your grandmother do? Not send more poor people to kill other*

*poor people who pose no threat to them, that's what they'd do. Not spend billions and trillions to wage war while American children are sleeping on the streets and standing in bread lines* [109].

Автор для найпотужнішого впливу на адресата, з одного боку, апелює до видатної постаті в історії США Мартіна Лютера Кінга, а з іншого – до родинних сімейних цінностей президента (*What would your grandmother do?*), до думки пересічних громадян США (*Ask your neighbors in Chicago and the parents of the young men and women…*). Мовні маркери: конструкції з дієсловами у формі умовного способу, лексика з негативною семантикою *dying, to kill, threat*; гіперболізація кількісних даних *spend billions and trillions to wage war*.

Хід 5. Спонукання адресата до реалізації бажаних дій. Виражаючи імперативно свою волю, автор таким чином негативно оцінює поведінку, дії, слова того, кого засуджує, робить для читача очевидним те, *що* об'єкт дискредитації зробив/не зробив, захотів/не захотів зробити.

*Пане президенте, <u>почніть</u> з себе. Поки існує ваша посада, <u>зробіть</u> перший крок до людей. <u>Продемонструйте</u> щирість своїх намірів бути рівним з народом. …*

*<u>Вибачтеся</u> перед суспільством і <u>відмініть</u> усі незаконні укази, які ви підписали. … <u>Оголосіть</u> Всеукраїнський референдум за народною ініціативою з питання НАТО, як того вимагає від Вас Конституція.*

*Нарешті, <u>виконайте</u> хоча б частку тих обіцянок, які Ви так щедро роздавали під час президентської виборчої кампанії: <u>віддайте</u> ваші кримські і карпатські резиденції під дитячі санаторії та лікувально-оздоровчі заклади.*

*<u>Відмовтеся</u> від зайвої охорони особисто та <u>познімайте</u> державну охорону, яку Ви за рахунок платників податків також щедро понадавали своєму оточенню та кумам-бізнесменам* [44].

Мовні маркери: нанизування імперативних конструкцій, пряме звертання, фразеологізм *зробіть перший крок*; слова з негативним компонентом значення*, незаконні укази, зайвої охорони*; розмовне слово

*понадавали,* ярлик-перифраза *кумам-бізнесменам* на фоні нейтральної лексики повідомлення створюють стилістичний контраст, підсилюють експресивність.

У наступному прикладі адресант концентрує увагу на негативних діях об'єкта осуду (в даному випадку влади) та їх наслідках для суспільства за допомогою нанизування риторичних питань, звернених до всіх і до кожного:

*1.Dlaczego dla naszych przedstawicieli ważniejsze są interesy ugrupowań politycznych, aspiracje wodzowskie oraz dobra materialne, a nie nasze dobro wspólne?*

*2.Dlaczego w czasach niepodległej Polski żaden parlament nie potrafił wyłonić stabilnej większości i stabilnego rządu zdolnego podejmować strategiczne decyzje? Dlaczego jest w tym względzie coraz gorzej?*

*3.Dlaczego 50% obywateli permanentnie nie dojada, 60% młodzieży chce wyjechać za granicę i 60% obywateli nie idzie do wyborów?*

*4.Dlaczego nasze zadłużenie publiczne jest wielokrotnie wyższe niż po 44 latach PRL–u? Kto i kiedy będzie musiał je spłacić? Czy ktoś nam kiedykolwiek je umorzy?* [46].

Мовні маркери: риторичні питання, лексична анафора, протиставлення, виражене словосполученнями *interesy ugrupowań politycznych, aspiracje wodzowskie oraz dobra materialne – nasze dobro wspólne*; прислівники у формі вищого ступеня порівняння *ważniejsze, coraz gorzej, wielokrotnie wyższe.*

Хід 6. Вираження несхвалення через вказівку на правильну дію:

*Глава держави має дбати про повагу до свого народу і своєї країни, а не виставляти її на посміховисько перед усім світом незваженими й необґрунтованими заявами, не глумитися над пам'яттю мільйонів мертвих і ненароджених українців, росіян, казахів, представників інших національностей, які стали жертвами голоду 1932 – 1933 років* [17].

Мовними маркерами є протиставлення (протиставний сполучник а), вживання модального імперативу *має дбати*, посилення експресії нанизуванням дієслів із заперечною часткою НЕ *не виставляти*, *не*

*глумитися* та прикметників із заперечним префіксом НЕ- *незваженими й необґрунтованими* (експресивність негативних префіксів створює стислий контраст), стійке словосполучення *виставляти на посміховисько.*

*W państwowym radiu i TV są antypolskie audycje na co nie reaguje polska ambasada. Litwini pokazali krajom za Bugiem, że jeśli oni mogą bezkarnie pluć "Polakom w twarz", to czemu nie ma ich naśladować Białoruś, Ukraina czy Rosja? Co Polska może teraz zrobić? Zażądać od Litwy traktowania swych Polaków jak traktują Szwedów w Finlandi, których jest tam nie 9% jak Polaków na Litwie, a 7%. Szwedzki jest tam językiem urzędowym, jest państwowy szwedzki uniwersytet w Turku, wyższa szkoła ekonomiczna, państwowe szwedzkie radio i TV. Jest szwedzka partia i jeden z ministrów jest z zasady Szwedem. Czy choć raz, raz jedyny, dyplomacja polska żądała czegoś podobnego od Litwy? Nie!* [66].

Мовні маркери: риторичне питання, питально-відповідні конструкції, що використовуються для акцентування уваги на явищі, що його описує адресант; для посилення негативної експресії використовується лексика із заперечними префіксами і частками *antypolskie*, *nie reagują*; трансформований фразеологізм *pluć "Polakom w twarz"*; нанизування речень з дієсловом *jest*, яке виступає або як зв'язка в складеному іменному присудку, або як самостійне дієслово у стверджувальному реченні; окличне слово-речення.

*When in your adult life will you reach out to Black women and call for abstinence and not abortion? When will you go back to the slums of Chicago that made you and your family rich and stand up for a Black woman's right to choose structured two family homes, personal responsibility and education? Instead, you choose to fund an organization that earns millions each year off the heart ache of a young black teenagers who lives in slums across this nation who will be scared for the rest of her life from the hurt of an abortion* [93].

Мовні маркери: риторичні питання, розгорнуте протиставлення, що реалізується за допомогою прислівника *instead,* лексико-синтаксичний паралелізм, створення яскравого образу *organization that earns millions each year off the heart ache of a young black teenagers.*

Хід 7. Осуд під виглядом демонстрації поваги. Цей хід характерний саме для англомовного дискурсу як найбільш етикетного і такого, в якому не прийнято публічно давати негативні оцінки вищим посадовим особам держави:

*I am assuming it is your sincere hope that the approach you have chosen to take, as evidenced by what I'm sure was a carefully crafted speech, will ultimately prove successful. However, it pains me to say this, Sir, but, while you said in your speech that you are a "student of history", it is abundantly clear that, in these matters, you do not know history and thus, as George Santayana noted, you are doomed to repeat it. In doing so your efforts, however well-intentioned they may be, will not produce what you profess to hope they will produce* [102]

Автор позитивно оцінює наміри президента, вживаючи словосполучення *well-intentioned efforts, your sincere hope* з емоційно-забарвленими епітетами, але в той же час м'яко посилаючись на власні відчуття *it pains me to say this,* обвинувачує його в абсолютному незнанні історії та прогнозує негативні наслідки президентських дій стосовно Іраку. Для посилення негативної оцінки адресант використовує зворот *abundantly clear*, де прислівник, вжитий перед прикметником, передає безапеляційність, оцінку як таку, що не підлягає сумніву.

*У ньому* (інтерв'ю – А. Ч.) *ви слушно зазначаєте, що в українську історію привнесено велику кількість міфів, які через підсвідомість багатьох поколінь формують «відчуття чорної нашої історії», страждальності та репресивності існування українського народу. В результаті в українців уже сформувався комплекс історичної депресії, яка нас весь час наздоганяє, навертає сльози і дуже часто роз'єднує українців.*

*Попри такі мудрі слова, вважаю, що Ви припустилися серйозної помилки і Ваша як глави держави оцінка трагедії голодомору 1932 – 1933 років необґрунтована і спрямована на формування чергового українського міфу та посилення комплексу меншовартості в українців* [17].

У першій частині висловлення адресант шанобливо виказує повагу до *мудрих* (позитивно-заряджений прикметник) слів президента, в другій частині фактично звинувачує главу держави за допомогою його ж слів. Мовними маркерами є дієприкметник з негативною конотацією *необґрунтований*, апеляція до стереотипу свідомості *комплекс меншовартості в українців*.

Таким чином, здійснений нами аналіз ВЛ із застосованою адресантом тактикою осуду свідчить про спільність позамовних і мовних чинників впливу в усіх мовах. Найбільш поширеними ходами є картання, апеляція до авторитету та спонукання адресата до реалізації бажаних дій. Мовними маркерами виявлених емоцій виступають риторичні питання, повтори, нанизування імперативних конструкцій, протиставлення, нанизування дієслів з заперечною часткою -не (українська мова) та слів із заперечними префіксами і частками (польська мова), трансформація фразеологізмів (англійська мова) тощо.

### 3.2.1.3. Тактика образи

Крайньою формою реалізації стратегії дискредитації є тактика образи, яка концентрує усі форми мовленнєвої агресії щодо об’єкта дискредитації. За нашими спостереженнями, тактика образи зустрічається перш за все у мовленні адресантів, що втілюють конфліктно-агресивний тип мовної особистості (за типологією К. Ф. Сєдова) [147: 249 – 250].

Образою є «такий ілокутивний мовленнєвий акт, за якого, внаслідок мовленнєвої агресії, відбувається пониження соціального статусу адресата», це «спосіб здійснення вербальної агресії, який сприймається у даній семіотичній (під)групі як різкий або татуйований» [108: 7]. Оцінне значення образи у текстах ВЛ найчастіше є статусно-оцінним. Негативна оцінність знижує статус об’єкта оцінки, навіть якщо за об’єктивними ознаками суб’єкт оцінки має нижче соціальне положення. Образа може бути виражена у прямій або непрямій формі. До першої групи належать лексичні засоби з

інвективним відтінком смислу, до другої – слова, які набувають подібного змісту у відповідному контексті. Експліцитні образи на лексичному рівні найчастіше марковані інвективами або пейоративами у поєднанні з вказівкою на реальний об'єкт негативної оцінки. Засобами вираження імпліцитної образи є слова, які початково не мали у своєму значенні інвективних відтінків смислу, проте набули їх в умовах контексту.

Нерівноправність соціальних статусів комунікантів ВЛ зумовлює практичну відсутність у текстах листів експліцитної образи, вираженої пейоративами за формулою «Ти – х» (де х – пейоратив-іменник з інвективним або вульгарним значенням). З огляду на правила етикету такі послання навряд чи могли б бути надрукованими на шпальтах видань. Домінують образи, виражені лексемами з пейоративним або негативно-оцінним значенням, що фігурують як образлива характеристика особи не прямо, у контексті. У рамках нашого дослідження такі образи будемо також вважати експліцитними, з огляду на високий соціальний статус адресатів ВЛ подібний вияв вербальної агресії – найбільше, що може дозволити собі адресант.

Розглянемо окремі комунікативні ходи, що презентують тактику прямої образи у МЖ ВЛ [191: 90–92].

Хід 1. Пейоративна характеристика особи як об'єктивно-неспроможної, такої, що має вади, засуджувані суспільством, або виявляє неповагу до суспільства:

*Я розумію, що теперішній ваш ганебний вчинок* (випад проти Президента Ющенка – А.Ч.) *має своє підґрунтя у вашій аморальності, політичному пігмействі і користолюбстві* [34].

Мовними маркерами прямої образи є інвективні іменники *аморальність, користолюбство*, негативне значення яких входить до їхнього змісту, і тому є образливим. Автор посилює негативну характеристику особи через вживання яскравої метафори *політичне пігмейство*, яка створює різко негативний образ об'єкта дискредитації, одночасно принижуючи і

викриваючи його. Непрямою образою у даному реченні є вжитий як дисфемізм прикметник *ганебний* вчинок, що характеризує дії політика.

*You Misters Bush and Cheney, you Ms. Rice are villainously and criminally obscene people, obscene human beings, incompetent even to fulfill your own self-serving agenda, while tragically neglectful and destructive of ours and our country's* [121].

Мовними маркерами є пряма негативна характеристика політиків пейоративним прикметником *obscene*, підсилена прислівниками *villainously and criminally;* лексико-синтаксичний повтор; негативно-оцінна лексика *incompetent, neglectful and destructive*.

Хід 2. Загальна пейоративна характеристика особи як суб'єктивно-неспроможної людини. Експлікація емоційної складової компонента образи замість наведення доказів:

*Постійне ваше і вашого охвістя зазіхання на визначальну ознаку нації – українську мову – свідчить лише про одне: ви агресивні, аморальні чужинці, помножені на засимільованих хохлів-плебеїв, – ніколи не здолаєте незалежної Української держави – бо вона вічна, ви ж – тимчасові, як ваша сумнівна перемога у депресивному регіоні; тимчасові, як ваші брудні статки, з якими навіть у пекло не входять; тимчасові, як безвольність і роздвоєність ющенків та популізм і брехня тимошенків.*

*Ви своєю плебейською психологією, моральним виродженням та агресивним чужинством мобілізуєте мільйони українців на повстання проти неоколоніалізму* [22].

Мовні маркери: негативно заряджені прикметники *плебейський, агресивний, аморальний, депресивний, брудний, сумнівний*; пейоративний лайливий іменник *охвістя;* іменники з негативно-оцінною семою *зазіхання, чужинство*, *безвольність і роздвоєність, брехня, популізм*; пейоративна характеристика жителів сходу України *засимільованих хохлів-плебеїв*; антономазія *ющенки, тимошенки*.

*Treści audycji z udziałem p. Wyszkowskiego ocierają się o poziom bredni wariata i sprowadzają dyskusje do poziomu korytarzy szpitala psychiatrycznego* [79].

Мовні маркери: вислови з негативною оцінною семантикою *bredni wariata, korytarzy szpitala psychiatrycznego.*

*I resent that you take me and my fellow citizens as brain-dead and not caring about what you idiots do* [94].

Мовні маркери: інвективи *brain-dead, idiots,* протиставлення.

Хід 3. Інвективна характеристика з посиланням на авторитет:

*Газета «2000» від 30 січня цього року опублікувала відкритого листа народного депутата Д.Табачника, саме того депутата, про якого його колега по партії висловився так: «Казнокрад, не создавший в своей жизни никакого бизнеса? Как он вообще может судить? Что он вообще умеет делать, кроме того, как книжки и картины из, и так небогатых, украинских музеев тырить?»*

*Здавалось би, чи варто ще щось коментувати після цієї характеристики?* [42].

Мовні маркери. Пейоративний іменник *казнокрад* (той, що привласнює державні кошти) фактично є не лише образливим, але й таким, що звинувачує пана Табачника у махінаціях з державними коштами. Ця характеристика посилюється за допомогою дієслова *тырить*, яке у словниках подається з поміткою просторічне, вульгарне і має значення красти. Фраза *из и так небогатых украинских музеев* демонструє ступінь морального падіння об’єкта негативної оцінки. Різко негативний тон висловлення підкреслюється низкою риторичних питань, які є експресивним засобом активізації уваги адресата. Спрацьовує прийом приватизації знань, коли автор ставить своє останнє риторичне питання. Висновок лежить на поверхні: якщо пана Табачника не поважають колеги по партії, його однодумці, які дають йому таку характеристику, то, вочевидь, це людина негідна, недостойна, і зважати на його випад проти міністра не потрібно.

*Zastanówcie się czy w ferworze emocji i amoku protestów, nie intencjonalnie, nie utorujecie drogi do objęcia władzy w waszym kraju przez różne męty polityczne, społeczne, przez złodziei, oszustów, karierowiczów, gangsterów żądnych władzy, jak stało się to w Polsce? Nawet arcybiskup Józef Życiński, przeciwnik wszelkich przemian, swego czasu stwierdził, że po 1989 roku, władze w Polsce objęły i rządzą "pętaki", a Wałęsa nazwał ich "popaprańcami". Ja te rządzące ekipy nazywałem także dosadnie "gówniarzami": nie ze względu na wiek, ale na niedojrzałość umysłową i intelektualną tych ludzi* [77].

Автор спрямовує образу не на конкретну особу, а на владу в цілому, на політичну систему, що склалася після 1989 року. Мовними маркерами є пейоративи *męty polityczne, społeczne, przez złodziei, oszustów, karierowiczów, gangsterów*, інвективи *pętaki, popaprańcami, gówniarzami*; риторичне питання, що містить імператив *zastanówcie się.*

Хід 4. Несхвальна характеристика особи як посередньої, нерозумної людини. Такі пейоративи констатують безумовно нижче інтелектуальне положення адресата порівняно з автором:

*Усвідомлюю, що ваш рівень інтелекту та морально-духовної деградації, як і всіх ваших подножків, не здатен збагнути сили цих аргументів, тому підсумую простіше* [22].

Мовні маркери: інвективне словосполучення *морально-духовної деградації;* лайливий принизливий іменник *подножків*; приниження адресата через характеристику його інтелектуальних здібностей зі знаком мінус *рівень інтелекту не здатен збагнути аргументів.*

*I am convinced that you and the members of your administration have the historical and intellectual depth of a mud puddle* [92].

Пряма образа президента і його команди досягається метафоричним виразом *depth of a mud puddle.*

Хід 5. Перетворення власних імен на загальні:

*… цинічно-наклепницький тон* ***табачників*** *оживає саме тоді, коли на прогнилій та деморалізованій політичній шахівниці розігрується чергова*

*популістська гра з міністерськими портфелями. ... Саме ця молодь, яка вступила за незалежним тестуванням завдяки реформі міністра Івана Вакарчука та його попередників, будуватиме майбутню Україну без корупції та відвертого хамства, викине всіх табачників на смітник історії* [42].

Уживання маленької літери на позначення власного імені є принизливим для об'єкта образи і порушує норми інституціонального спілкування. Мовні маркери: антономазія ***табачників***; епітет *цинічно-наклепницький тон*, що виражає негативну оцінку слів пана Табачника. Дискредитація адресата повідомлення досягається через метафору *викинути на смітник історії.*

Непрямою образою є «образлива характеристика особи, що подається завуальовано і робить акт мовленнєвої агресії іноді навіть більш дієвим, оскільки сприймається не на «лексично-усвідомленому» рівні, а на синтаксичному або витікає із усього контексту висловленого, є висновком із усієї фрази» [108: 8]. Саме висловлення не вміщує елементів з різко негативним експресивним забарвленням. Образливим для адресата є те, що йому приписуються якості, думки, вчинки, які засуджуються суспільством, дискредитують адресата. Розглянемо деякі ходи тактики непрямої образи.

Хід 6. Завуальована образлива характеристика особи як непрофесіонала, не фахівця:

*Мені зрозуміле Ваше ставлення, пане Карасьов до науковців, яке ви так зверхньо висловили під час ефіру, бо Ви самі так і не спромоглися підготувати і захистити більш-менш прийнятний варіант дисертації, хоча і працювали в філії Національного інституту стратегічних досліджень. Я вбачаю у Вашій позиції брутальну образу на тих, хто «недооцінив» Ваші можливості* [10].

Мовними маркерами є: емоційно-забарвлене дієслово *не спромоглися* замість нейтрального *не змогли*. Якісний прислівник *більш-менш* у поєднанні з дієприкметником *прийнятний* у вислові *більш-менш прийнятний варіант дисертації* створюють різко негативний образ об'єкта дискредитації як

людини, яка не змогла підготувати хоча б який-небудь, навіть поганий, варіант дисертації, проте позиціонує себе як науковця, фахівця у різних галузях знань. Іронічне вживання слова *недооцінив* у лапках сприяє виникненню емоційно-оцінної енантіосемії, де лапки стають графічним сигналом, що вказує на неї. Говорячи *«недооцінив» Ваші можливості*, автор має на увазі протилежне – навпаки науковці належно оцінили можливості пана Карасьова, точніше відсутність будь-яких можливостей (здібностей).

*Pytanie, czy Bronisław Wildstein jest dziennikarzem bezstronnym, wzbudza parsknięcie śmiechem nawet u bardzo młodych dyskutantów. Obiektywność? Obyczaj sprawdzania prawdziwości publikowanych faktów? Dążenie do tego, aby informować, a nie wprowadzać czytelników w błąd? Przyznasz chyba, że gdybyś był moim podwładnym w BBC musiałbym natychmiast zaproponować zwolnienie cię z pracy* [50].

Негативно характеризуючи особу журналіста, адресант використовує розмовний експресивний вислів *parsknięcie śmiechem.* Питальні речення містять імпліцитне заперечення. Оцінка журналіста та його професійної діяльності виражається умовним реченням *gdybyś był moim podwładnym ... musiałbym zaproponować zwolnienie cię z pracy.*

Нами зафіксовані часті випадки використання графосемантичних засобів для реалізації тактики образи. Основним каналом сприйняття газетного тексту є зір, тому кожен друкований знак набуває особливого значення. Пунктуаційним засобам належить важлива роль у передачі ставлення автора до висловлення, у натяку на підтекст, у підказці емоційної реакції, на яку очікують від читача. Графічні одиниці можуть створювати у тексті стилістичні, емоційні та експресивні відтінки. Перед істинним адресатом на тлі загального завдання зрозуміти інформацію постає усвідомлена чи неусвідомлена проблема вирішення того, які смислові відношення і стилістичні відтінки вносять графічні засоби до слова й у тексти в цілому. На використанні графосемантичних засобів побудовані 7 та 8 ходи тактики непрямої образи.

Хід 7. Псевдономінація:

*Під час дискусії «політолог» пан Карасьов висловив думку з приводу того, що подібні структури є недолугими, громіздкими, не оперативними та малоефективними, і що в ринкових умовах державі слід спиратися на незалежні центри на кшталт того, який він очолює* [10].

Лапки в даному випадку допомагають натякнути, що названі особи, предмети, явища, властивості зовсім не є такими. Тут лапки виступають як аналог експліцитного вербального засобу «так званий». Градація прикметників з негативною семантикою *недолугими, громіздкими, не оперативними та малоефективними*, порівняння.

*Jako obywatel interesujący się Ojczyzną, chciałem się dowiedzieć od głowy państwa III RP, dlaczego do tej pory pracują w budżetówce na ważnych funkcjach państwowych, zbrodniarze z PZPR w Słupsku? "Prezydent wszystkich Polaków"- podobno - widocznie akceptuje taki układ. Jemu w ogóle to nie przeszkadza; a co to zbrodniarz...to też ojciec, mąż, kochanek... Poczciwy człowiek* [47].

Мовні маркери: вислів *"Prezydent wszystkich Polaków"*, поданий у лапках виражає авторську негативну оцінку президента; пейоративний іменник *zbrodniarze* вживається для характеристики самого президента. Демонструючи, як виглядають злочинці в очах президента *ojciec, mąż, kochanek,* адресант поступово надає слову *zbrodniarze* позитивної конотації і включає його до синонімічних зв'язків з висловом *poczciwy człowiek.*

Хід 8. Актуалізація презирливого, іронічного ставлення засобами графосемантики.

*СЬОГОДНІ український (?) «премьер-міністр» Янукович обіцяє надати мові попси та блатняку абсурдний статус «другої державної», а вже ЗАВТРА вона остаточно витіснить «першу державну» на всі можливі узбіччя та маргінеси, вже ЗАВТРА мова малописьменного «проффесора» та його братви безальтернативно запанує на всій «калиново-солов'їній» території* [6].

Уживання знаку питання в дужках стосується слова *український* і передає ставлення автора до опонента як не до українського, не гідного українців прем'єр-міністра, прем'єр-міністра не всієї України. Піддається сумніву сама належність Януковича до українців, прозоро натякається на його зв'язок з Росією, на замовлення якої нібито працює пан Янукович. Крім того, знак питання в дужках звернений також і до істинного адресата ВЛ. Адресант натякає читачам: чи може бути українським прем'єр-міністр, який не володіє українською мовою? На підтвердження цієї тези він цитує об'єкт образи, наводить слова, у яких колишній кандидат в президенти припустився граматичних помилок і які в даному контексті є характеристикою самого пана Януковича. Таким чином, автор реалізує два завдання: активізує емоції читача, передає власну оцінку та принижує, ображає особу-об'єкт дискредитації. Вираженню негативної оцінки, крім засобів графосемантики, сприяє також контекст, у якому ім'я Януковича згадується поряд з лексемами тюремного жаргону: *блатняк*, *братва*. Уживаючи слово *братва* поряд з займенником *його*, автор прозоро натякає на кримінальне минуле прем'єр-міністра, а також апелює до негативних прагматичних смислів, що стосуються сфери «кримінал» у цілому: агресивність, нечесність та ін.

Отже, як засвідчує наше дослідження, тактика образи є крайньою формою реалізації стратегії дискредитації і потребує специфічних засобів впливу на адресата. Крім типових для ВЛ емоційно-забарвлених лексем, метафоричних і фразеологічних виразів, риторичних запитань, більшість аналізованих ходів тактики образи містить пейоративи, антономазію, графосемантичні засоби, контекст тощо.

### 3.2.1.4. Тактика насмішки

Сутність тактики насмішки полягає у вираженні комічно оформленої негативної оцінки у поєднанні з наміром завдати моральних збитків об'єкту дискредитації, висміяти, досадити йому, виказати ворожість. Насмішка є фактично актом приниження, покликаним виказати презирливе ставлення

засобами пародії або фальшивого вираження щирості. Об'єктом насмішки найчастіше є вербалізований адресат ВЛ або явища дійсності чи особи, певним чином пов'язані з ним. Предметом висміювання є якості об'єкта, які оцінюються адресантом як негативні: розумові здібності, поведінка, мовлення, думки, смаки, а також його оточення. Інвектогенний характер тактики дає можливість оцінити насмішкуватий тон тексту як неприпустимий, такий, що дискредитує честь, гідність і ділову репутацію об'єкта висміювання. Насмішка межує з образою, і може трансформуватися у неї за умови комунікативної дистанції між опонентами. Вона спрямована на те, щоб очорнити добре ім'я осіб, які займають високе соціальне становище у суспільстві.

Хід 1. Саркастичне переосмислення, тобто неочікувана зміна смислу висловлення, що призводить до трансформації основної думки автора, демонструє справжній стан речей:

*Державники ж повинні бути не просто розумними, а мати особливу мудрість – мудрість державну, котру людині може дати Сам Бог. Це написав не для повчання, і не для красного слівця, а тому що дякуючи державній «мудрості» тріумвірату президентів Кравчука-Кучми-Ющенка, окрім шаленого вимирання українського народу, маємо ще й жахливу бідність. І факт, що до семи мільйонів людей найбільш працездатного віку державна «мудрість» українських президентів змусила покинути Україну.*

*Вельмишановний «ліберал» і український «патріот»* ***Віктор Ющенко своїми діями фактично вчинив конфіскацію майна громадян України****, і кожен громадянин виявився пограбованим на 54500 доларів!* [8].

Спочатку автор використовує підкреслено шанобливі форми звертання до президента, вживаючи слова з позитивно оцінною семантикою *вельмишановний ліберал і український патріот,* які апелюють до загальнонаціональних цінностей. Але неочікувано змінює свої судження до протилежного, фактично звинувачуючи президента у шахрайстві, від якого постраждав кожен громадянин. Цим прийомом автор демонструє істинний,

протилежний очікуваному зміст. Беручи слова *ліберал і пампіом* у лапки, адресант дає читачеві підказку, поступово підводить його до розуміння, що об'єкт висловлення таким насправді не є. Сарказм виявляється у тому, що явищу навмисне приписують ті якості, властивості, яких воно не має, що подвійно акцентує увагу на їх відсутності. Особливо важлива інформація у тексті виділена графічно.

*Pana porażka przede wszystkim ocali wiele istnień. Wszyscy ci, którzy są na granicy targnięcia się z pana winy na własne życie, bo nie mogą już wytrzymać tego szczucia, tej nienawiści, zamordyzmu i beznadziei – na czele z Jackiem Żakowskim, Wiktorem Osiatyńskim, Barbarą Skargą, Tomaszem Lisem, Jarosławem Kurskim i Adamem Michnikiem – nie będą zmuszeni do tego rozpaczliwego kroku. Przy życiu trzyma ich jedynie nadzieja, że pan przegra. Niech pan nie bierze na swoje sumienie tych wspaniałych, wrażliwych ludzi, szczerze oddanych Polsce i demokracji, a przy tym prawdziwych internacjonalistów* [63].

Мовними маркерами є гіпербола, виражена різними мовними засобами: звороти *ocali wiele istnień, targnięcia się z pana winy na własne życie, Przy życiu trzyma ich jedynie nadzieja, że pan przegra*; слова з негативним оцінним значенням *szczucie, nienawiść, zamordyzm, beznadzieja*.

*Let me express my condolences for the loss of your chief of staff, Lewis "Scooter" Libby. With all true Americans, I recognize the valuable service Mr. Libby performed for you and the country, particularly the oil companies, over the past five years, and the key role he played in helping to create the democratic paradise of today's Iraq. Certainly history will smile upon his contributions and gloss over the baseless charges brought against him by political partisans. (Perjury? Come on! It's not like the guy got a blowjob…)* [122].

Усе висловлення пронизане в'їдливим сарказмом. Адресант удавано солідаризується з об'єктом насмішки, виражає йому співчуття з приводу ув'язнення Льюіса Ліббі. Мовними маркерами є саркастична метафора з різко-негативним, засудливим значенням *to create the democratic paradise of*

*today's Iraq*; контекстуально негативно забарвлений іменник *contributions*; вставлена конструкція у формі питання – відповідь, заперечний вигук *Come on!*, порівняння, розмовний інвективний іменник *a blowjob.*

Хід 2. Іронічний натяк. Стилістична фігура іронії, за допомогою якої створюється різко знижений образ об'єкта насмішки, займає сильну позицію у тексті і має на меті приниження гідності, ділової репутації об'єкта дискредитації. Інвективна функція цієї фігури визначається контекстом. На мовленнєвому рівні іронія виражається в тому, що нейтральні у стилістичному відношенні мовні засоби набувають експресивного значення. Негативне ствердження в іронії передбачається, однак експліцитно воно не представлене, відбувається переосмислення значення цілого висловлення, яке набуває смислу, що в нього вкладає мовець.

*Скажіть, будь ласка, за рахунок яких коштів існує Ваш центр і де можна ознайомитись з кінцевим продуктом, який виникає внаслідок використання певних коштів?*

*Не бійтесь, шановний – моє запитання не пов'язане із спробою записатись у чергу студентів, які претендують на місце у Вашому центрі, але мені було б цікаво почути про кількість працюючих у Вашій структурі.*

*Що стосується Вашої аналітичної діяльності, то вона відбувається або занадто закрито – і громадськість не може оцінити Ваші зусилля, або занадто популістські, що не можна кваліфікувати інакше як «учасник політичного шоу», який бігає по всім каналам телебачення з метою підтримки особистого рейтингу* [10].

Мовні маркери: насмішкувате застереження *не бійтесь* у поєднанні з підкреслено шанобливим зверненням *шановний*. Використання конструкції *або…, або…* покликане підтвердити думку автора про те, що пан Карасьов не є науковцем, політологом, фахівцем у своїй справі, а лише учасником шоу. Зневажливе ставлення передається фразою *бігає по всім каналам*, де дієслово *бігає* набуває негативно-оцінної і водночас комічної конотації.

*Bardzo ciekawi mnie (i zapewne również wielu mieszkańców Olkusza), jakiż to rewelacyjny list referencyjny przedstawił Janusz Dudkiewicz i jakimż to specjalistycznym wykształceniem się legitymuje, aby móc dobrze zarządzać PGK? Czyżby zdaną nie tak dawno maturą i zaświadczeniem o studiowaniu w Kielcach? Z tego, co znam życiorysy kontrkandydatów, to wybrana została osoba najmniej doświadczona. Fajny będzie "menadżer" zarządzał niemałym jak by nie było majątkiem PGK! A może to częste pobyty p. Janusza Dudkiewicza "na pokojach" w Urzędzie Miasta spowodowały konieczność znalezienia dla biedaka jakiejś lekkiej i dobrze płatnej pracy? Kto to widział, aby tak wybitny i zasłużony dla rozwoju miasta człowiek pozostawał przez 2 lata bez pracy. No i w końcu praca się znalazła – i to nie byle jaka. Przecież taka zasłużona osoba nie może pracować na pospolitym stanowisku za pospolitą pensję* [51].

З метою надання тексту іронії автор використовує питальні конструкції, які акцентують увагу на рисах особи, про яку йдеться. Мовними маркерами є контекстуальна лексична антитеза *rewelacyjny, specjalistycznym wykształceniem, fajny "menadżer", biedak, wybitny i zasłużony, taka zasłużona osoba* – насправді, ці слова мають абсолютно протилежне значення. Іронію передає також вислів *pobyty "na pokojach" w Urzędzie Miasta.*

*In the meantime, obviously, you will be in need of a new chief of staff, so let me get right to the point: I'm your man.*

*My qualifications are as follows:*

1. *I am pure evil. I can provide letters of reference from former girlfriends, as well as from my previous landlord, to attest to this fact.*
2. *I can keep a secret, especially if it involves your criminal and immoral conspiring against other Americans, State Department officials, intelligence agents, or the leaders of the U.S. military. ...*
3. *I'm a big fan of your plans for world domination and strongly support the groundless invasion of foreign countries in pursuit of this goal. I would be eager to help draft plans for future invasions of other countries that refuse to toe the American line, for example: Venezuela (if we can't kill Castro, why*

*not send a message by knocking off his best friend?), Egypt (wouldn't those pyramids look great in Wyoming?), France (come on, who wouldn't support invading France?), or New Zealand (just for kicks).*

4. *You'll also see on my resume that I've spent the last 10 years in university English departments, so I am well versed in backroom intrigue, whisper campaigns, character assassination, and internecine warfare, skills I know you value highly in your dealings with the rest of the U.S. government* [122].

Говорячи *I'm your man*, і наводячи далі свої негативні характеристики, автор таким чином натякає читачу, що насправді ці характеристики притаманні об'єкту дискредитації, в аналізованому випадку віце-президенту США Діку Чейні. Мовними маркерами іронії є вставлені конструкції з риторичними питаннями; негативно-забарвлена лексика: *pure evil, your criminal and immoral conspiring*, *in backroom intrigue, whisper campaigns, character assassination, and internecine warfare*; іронія, удаване звеличування, схвалення, за яким насправді стоїть осуд *I'm a big fan of your plans.*

Насмішка може бути репрезентована у мовленнєвих актах прохання, поради, пропозиції у переносному значенні.

Іронічне прохання:

*У бесіді «не для протоколу» пан слідчий розвів руками і пояснив, що в нього немає коментарів до Кримінального Кодексу, де він міг би взяти відповідні коментарі фахівців для тлумачення статті 171 Кримінального Кодексу України…*

*Отже, шановний пане Генеральний прокурор … подаруйте в день свого професійного свята новокаховській міській прокуратурі примірник Кримінального Кодексу України з коментарями, аби працівники цього підрозділу більше в присутності журналістів не посилалися на його відсутність* [5].

Іронія досягається завдяки уїдливому дошкульному проханню, зверненому до однієї з вищих посадових осіб у державі – Генерального прокурора України – подарувати примірник Кримінального Кодексу України,

що є неприпустимим, зважаючи на комунікативну дистанцію між мовцями. Абсурдність даного прохання пояснюється самою ситуацією: у міській прокуратурі відсутній примірник Кримінального Кодексу. Цей прозорий натяк дозволяє зробити висновок про роботу місцевих прокурорів. Мовні маркери: фразеологізм *розвів руками*; парцеляція; пряме звертання; три крапки, що у даному контексті є маркером інтонаційної паузи.

Іронічна пропозиція:

*... tylu pracuje "w Pałacu" ludzi, iż mógłbym śmiało nazwać to "Mrowiskiem"... Po co tylu Panie Prezydencie wałęsających się ludzi tam, nie lepiej ich zagonić na społeczne żniwa czy wykopki ziemniaczane? To nie żart. Wszyscy poprzednicy, i w tej epoce i w poprzedniej epoce, nie mieli takiej dywizji ludzi naprawdę niepotrzebnych* [47].

Фрагмент тексту реалізує непряме спонукання до розгону президентської адміністрації. Мовні маркери: порівняння палацу президента з *mrowiskiem*; запитання зі звертанням, яке теж виражає непряме спонукання; слова з негативною конотацією *wałęsających się ludzi, niepotrzebni ludzie*; модальна конструкція з інфінітивом *nie lepiej zagonić* вживається як непряме спонукання; гіпербола *dywizji ludzi, mrowisko*.

Іронічна порада:

*And don't listen to those who, in the coming days, will reveal how you specifically reduced the Army Corps of Engineers' budget for New Orleans this summer for the third year in a row. You just tell them that even if you hadn't cut the money to fix those levees, there weren't going to be any Army engineers to fix them anyway because you had a much more important construction job for them – BUILDING DEMOCRACY IN IRAQ! ...*

*You hang in there, Mr. Bush. Just try to find a few of our Army helicopters and send them there. Pretend the people of New Orleans and the Gulf Coast are near Tikrit* [124].

Мовні маркери: імперативи *don't listen, tell them, try to find, send, pretend*; іронічне вживання вислову *a much more important construction job for*

*them – BUILDING DEMOCRACY IN IRAQ!*, де позитивно-забарвлені лексеми змінюють оцінний компонент на негативний; графічне виділення особливо важливої інформації великими літерами.

Хід 3. Мовне обігрування:

*Я з великою повагою і шаною відношусь до колективу 5-го каналу, але, здається, що за рік «помаранчевої» влади ТАК нічого і не змінилося* [26].

Мовні маркери: іронія досягається шляхом обігрування передвиборчого гасла президента Ющенка «Ющенко ТАК!» та підсилювальної частки *так* у вислові *так нічого і не змінилося*.

Хід 4. Підкреслення своїх розумових здібностей шляхом приниження об'єкта висміювання:

*На додачу, у своїх опусах, які нерідко займають цілі газетні розвороти, пан Карпець демонструє феноменально вільне поводження з фактами, коли намагається якось аргументувати свої твердження. Нічого, крім реготу, не викликали у обізнаних читачів його патетичні описання гнівних інвектив, які начебто кидала Роза Люксембург Леніну та Троцькому з трибуни І конгресу Комінтерну (насправді вона була вбита за два місяці до цього конгресу)*[19].

Мовними маркерами є іменник *опус*, вжитий у жартівливому зневажливому значенні. Прислівник *феноменально* підкреслює масштаби недбалості пана Карпеця у поводженні з фактами. Неозначений прислівник *якось* у поєднанні з дієсловом *намагається* створює негативний образ об'єкта насмішки як нерозумного, недосвідченого, не професійного журналіста, який, не знаючи фактів, використовує неперевірену інформацію. Цей зневажливий образ протиставлений обізнаним читачам (до яких автори зараховують і себе, про що свідчить вставна конструкція з прислівником *насправді*), у яких такі твердження викликають навіть не сміх, а *регіт* – нестримний голосний сміх. Усе висловлення пронизане в'їдливим сарказмом, прагненням принизити, висміяти опонента.

*Mniemał pan, że jest jak nikt inny w urzędzie omnibusem w każdym temacie – niestety życie i sądy różnych instancji brutalnie to zweryfikowały, a że pan ciągle*

*tego nie potrafił zrozumieć i, o czym świadczą kolejne pozwy nadal nie rozumie, to już pana coraz większy problem. W swej wielkoduszności nie wypomnę panu już rzeczy, jakie pan przed sądami wygadywał i które nijak się miały do poruszanych spraw, ale nie ma się co dziwić – jak myślę zapewne, jako "wszystkowiedzący" nie skorzystał pan z kilkuminutowej bezpłatnej porady u radców prawnych zatrudnionych na etatach w urzędzie. Jak zwykle pan wiedział wszystko najlepiej i zapewne pańskie ego i rozbudzona ambicja nie pozwalała panu zasięgnąć opinii podwładnych, którzy zwykle lepiej znali się na swojej robocie niż pan, gdyż wykonują ją już od lat* [51].

Саркастична характеристика об'єкта дискредитації досягається використанням лексем з оцінним значенням *omnibus, "wszystkowiedzący", pańskie ego, rozbudzona ambicja*, конструкції *jak zwykle pan wiedział wszystko najlepiej*, які у цьому контексті мають протилежне значення і негативну оцінку. З саркастичним підтекстом вживаються книжні піднесені слова *mniemał pan, zasięgnąć opinii.*

*If you're going to use words like socialism, communism and fascism, you must have at least a basic understanding of what those words mean (hint: they're NOT synonymous!)* [95].

Мовні маркери: вставна конструкція з іменником *hint*; виділене графічно слово *NOT.*

Хід 5. Применшення значущості об'єкта висміювання:

*The world is in a great peril and the Americans have given the rudder of their country, in the middle of the worst storm, to a pretender who acts and thinks like a juvenile and who has no more grasp of reality than a teenager. It is so pathetic to see people call you "Mr. President," when in reality you are only a sad joke* [92].

Замість форми 2 особи множини до адресата звертаються у формі 3 особи однини. Імпліцитно адресату насмішки дають зрозуміти, що він не являє собою нічого значимого в очах адресанта. У висловлюваннях такого типу, зазвичай, використовується слово, яке навмисно занижує статус

інформаційного опонента, знецінює його особистісні якості (у даному випадку це словосполучення *a sad joke*). Іншими мовними маркерами є порівняння, метафора *the rudder of their country.*

*Jest w nim miejsce także dla tzw. sprawy Marcinkiewicza – politycznego dzieciaka, który nie potrafi się zamknąć i skupić na jakiejś konkretnej robocie. Chodzi więc Kazio i szuka mamusi, która przytuli, obetrze łzy czy opatrzy poharatane kolanka. Nic tylko kupić mu jeszcze smoczek i śliniaczek* [72].

З метою применшення значущості об'єкта дискредитації використовується зворот *polityczny dzieciak*; демінутив *Kazio*; слова зі зменшувально-пестливими суфіксами *smoczek, śliniaczek* для характеристики поважної політичної особи.

Здійснений аналіз засвідчив, що тактика насмішки превалює в американській та польській лінгвокультурах, в той час як українські дописувачі ВЛ частіше послуговуються агресивною тактикою образи. Насмішка має на меті висловлення негативної оцінки у комічній формі. Цей ефект досягається завдяки графічним засобам, саркастичним метафорам, вставленим конструкціям, стилістичним фігурам іронії, контекстуальній антитезі, гіперболі тощо.

### 3.2.1.5. Тактика погрози

Тактика погрози виявляється у формі обіцянки заподіяти якусь неприємність, застереженні, попередженні. Погроза вмотивована тим, що адресат повідомлення, на думку автора, має певне слабке місце, вплинувши на яке, можна домогтися бажаного результату. У разі невиконання авторських настанов, адресат пошкодує про свої вчинки. Аналіз фактичного матеріалу засвідчив не широке представлення тактики погрози у ВЛ.

Хід 1. Залякування шляхом апеляції до стереотипів свідомості. В основі стереотипу лежить готове ставлення до чогось, тому використання стереотипів полегшує завдання формування потрібного адресанту ставлення до певного явища. Особливо, якщо стереотипи стосуються високих

моральних та християнських цінностей, ідеалів. Коли погроза реалізується у мовленнєвій поведінці адресанта, який не має реальної влади над реципієнтом, він вдається до залякування у неможливий, іноді навіть фантастичний спосіб:

*Ви, пане Президенте України, часто заявляєте, що треба визнати ОУН-УПА воюючою стороною і закликаєте до примирення. Я певен, що такі дії характеризують Вас як прихильника фашизму. Якщо ВИ це зробите, автоматично стаєте учасником цих жахливих злочинів, які творили ОУН-УПА над українським народом… А тому пам'ятайте, що з часу підписання такого указу, на Ваших руках, пане Президент України, з'явиться кров безневинно убієнних і до самої смерті буде пекти, нагадуючи Вам, що Ви причетні до цих жахливих терористичних дій ОУН-УПА над українським народом* [30].

Мовні маркери: дієслова майбутнього часу *з'явиться, буде пекти*. Метафора, апеляція до християнського поняття «гріх». Посиленню негативного ставлення сприяє нанизування та градація емоційно-оцінних лексем з негативним значенням: *жахливі злочини, терористичні дії, закатовані громадяни, прихильник фашизму*; умовно-наслідкові конструкції *якщо (не) … то.* Використовуючи погрозу, адресант намагається здійснити моральний тиск на об'єкт погрози і вдається до гіперболізації майбутніх шкідливих наслідків для адресата.

*Jeśli w strumieniu niegodziwości, które popełniłeś udało ci się zachować choćby cząstkę godności, honoru, patriotyzmu, złożysz mandat i pozwolisz oszukanym, ale uodpornianym na kłamstwa kampanii obywatelom wybrać raz jaszcze. Jeśli nie ma już w tobie śladu przyzwoitości, będziesz trwał i my twoje trwanie przetrwamy, ale pamiętaj polityku, że tej surowej lekcji nie zapomnimy nigdy i za tę pokazową lekcję cynizmu, hipokryzji, relatywizmu, otrzymasz polityku wysoki rachunek. Rachunek będzie opiewał na kilkadziesiąt milionów oszukanych Polaków, którzy upomną się o prawo i sprawiedliwość, a gdy się upomną dopiero wówczas zapoznasz się polityku ze znaczeniem słów, które dziś plugawisz,*

*poczujesz ich wartość na własnej skórze, poznasz, dla ciebie gorzki, smak prawa i sprawiedliwości* [83].

Мовними маркерами є дієслівні форми 2-ї особи однини доконаного виду замість форм множинної ввічливості *złożysz, pozwolisz, będziesz trwał, otrzymasz, plugawisz, poczujesz, poznasz*, що значно знижує статус адресата повідомлення в очах читача; узагальнене звертання *polityku*; експресивні лексеми з негативно-оцінним значенням *niegodziwości, kłamstwa, cynizmu, hipokryzji, relatywizmu, oszukanych, plugawisz*; тавтологічний зворот *będziesz trwał i my twoje trwanie przetrwamy*; метафора *gorzki smak prawa i sprawiedliwości.*

*Hussein, the blood of these children will be on your hand and God will judge you accordingly and quickly* [93].

Мовними маркерами є дієслова у формі майбутнього часу *will be, will judge*; зневажливе звертання до президента на ім'я *Hussein*, що порушує норми інституціонального спілкування; метафора *the blood of these children will be on your hand*; апеляція до вищих інстанцій – до Бога.

Хід 2. Попередження:

*Ми категорично вимагаємо негайного скасування указів про реабілітацію ОУН-УПА і присвоєння Шухевичу звання Героя України. Невиконання цих вимог залишає за нами право ініціювати питання про недовіру як главі держави. І це буде лише першим кроком.*

*«Ні!» – президенту, котрий сприяє відродженню неофашизму в центрі Європи!* [1].

Мовні маркери: прислівник *категорично*, що вказує на безапеляційність позиції адресанта; перформатив *вимагаємо*; евфемістичний зворот *питання про недовіру* замість *імпічмент*. Обмежувальна частка *лише* у поєднанні з числівником *перший* у вислові *це буде лише перший крок* передають такий зміст: питання про недовіру – це не найстрашніше, що чекає на президента. За цим кроком буде багато інших, аж до усунення президента з посади і т.п. Справедливість цієї позиції підкреслюється лозунговою

фразою з імперативною заперечною часткою *НІ* та знаками оклику. Така категоричність, впевненість автора викликає і у читача впевненість у справедливості виказаних ідей.

*Panie Premierze, emeryci i renciści są zdeterminowani i zrobią wszystko, aby ich słuszne postulaty zostały zrealizowane. Jeżeli do dnia 10 lutego 2007 r. nie otrzymamy gwarancji, że waloryzacja w tym roku zostanie przeprowadzona, to w dniu 14 lutego (walentynki) okażemy swą miłość dla Pańskiego gabinetu i PIS. Pod wszystkimi Urzędami Wojewódzkimi odbędą się pikiety, a wojewodom zostaną przekazane pisma z powyższą treścią. Następnego dnia List otwarty zostanie przekazany przedstawicielom wszystkich mediów. W przypadku dalszego braku reakcji, zorganizujemy w Warszawie pod Sejmem i URM ogólnopolską manifestację na niespotykaną skalę i będzie to niestety manifestacja antyrządowa* [57].

Мовні маркери: звертання, що чітко експлікують адресанта і адресата; умовна конструкція з підрядним обставинним реченням умови; дієслова доконаного виду і дієслівні форми, що називають дії, які будуть виконані при недотриманні умови *okażemy swą miłość dla Pańskiego gabinetu, odbędą się pikiety, zostaną przekazane pisma, List otwarty zostanie przekazany przedstawicielom wszystkich mediów, zorganizujemy ogólnopolską manifestację.*

*With an emasculated America under your incompetent leadership, Russia can move in to bring "peace", and never move out* [114].

Мовні маркери: негативно-оцінна лексика *emasculated, incompetent*; лапки, що надають висловленню протилежного значення.

Хід 3. Натяк шляхом апеляції до фонових знань:

*Вісім кілометрів пляжної зони Чорного моря – ласий шматок для жирних рук прихватизаторів України. Але історія, здається, повторюється. У 1920 році всі експлуататори імперії теж сповзалися в Крим. Щоправда, не зі своєї волі. Їх доля відома всім. Згадайте її й ви, панове, хто колись називався товаришами! Історія постійно обертається переходами від трагедії до фарсу. А тому й ваша доля вже прогнозована* [2].

Використовуючи історичні факти, автор проводить паралель між колишніми «ворогами» імперії та сучасними «ворогами» держави. Адресант натякає читачеві, що *прихватизатори України* – це ті, *хто колись називався товаришами*, тобто комуністи, які зрадили свої переконання і стали олігархами. Мовні маркери: слова і словосполучення у переносному значенні *жирних рук, сповзалися*, політичний ярлик на позначення ворогів *прихватизаторів*, перифраза *експлуататори імперії*, спонукальне речення з імперативом, парцеляція, апеляція до історичних фактів.

Хід 4. Обіцянка заподіяти неприємність, шкоду об'єкту дискредитації:

*We are watching what you are doing and we are getting increasingly fed up with all of you. I also want you to know that I personally find just about everything you do and say to be offensive to every one of my sensibilities. I promise you that I will work tirelessly to see that you do not get a chance to spend two terms destroying my beautiful country* [91].

Мовні маркери: метафора *getting fed up with all of you*, підкріплена прислівником *increasingly*, який має сему посилення і високої міри ознаки; перформативне дієслово *promise*; прислівник *tirelessly*, що характеризує дії адресанта стосовно об'єкта погрози.

Таким чином, аналіз мовного представлення тактики погрози в досліджуваних мовах засвідчив домінування дієслів майбутнього часу, градації емоційно-оцінних лексем з негативним значенням, умовних конструкцій, спонукальних речень з імперативами.

### 3.2.2. Стратегія самопрезентації

Стратегія самопрезентації має на меті сформувати у свідомості масового адресата стійкий позитивний образ адресанта. Одним із важливих завдань, що стоїть перед автором ВЛ, є необхідність заручитися підтримкою читачів, громадськості у вирішенні певної проблеми, з якою автор звертається до вербалізованого адресата. Найефективнішим способом формування прихильного ставлення істинного адресата є виклад певних поглядів, оцінок,

думок не як одиничних (таких, що належать суб'єкту мовлення), а як загальновідомих істин. Для цього необхідно створити враження, навіяти адресату, що адресант мислить і говорить так, як більшість і що більшість мислить саме так, як він. Цей прийом В. Є. Чернявська називає «створенням семантичного поля «свої» [194: 48], а О. С. Іссерс «семантичною категорією «своє коло» [75: 202]. Підґрунтям для об'єднання людей і протиставлення іншим людям може бути прихильне ставлення до тієї чи іншої ідеології, політичні, економічні та інші інтереси. Визначення «своїх» неможливе без позначення «чужих». Як зазначає Р. Водак, «у висловлюваннях про інших завжди виявляється, чим є ми» [26: 86]. «Дихотомічно протиставлені концепти «свій» – «чужий» дозволяють встановити стосунки між мовцем, його співрозмовником та третіми особами. У цій системі координат автор здійснює самопрезентацію, окреслюючи «своє коло», і кожен раз по-новому (відповідно до комунікативного завдання і ситуації) відмежовує «своїх», або «наших», від «чужих» [75: 202]. У мовному аспекті «своє» функціонує в семантичному оточенні одиниць з позитивною оцінкою, а «чуже», і взагалі «інше», оцінюється негативно.

Отже, стратегія самопрезентації у ВЛ реалізується тактиками солідаризації та опозиціонування, які ми розглянемо детальніше.

### 3.2.2.1. Тактика солідаризації

Сутність тактики полягає у демонстрації адресантом символічної належності до певної соціальної, статусної або політичної групи, яка є близькою читачам видання, з метою завоювання в майбутньому довіри та прихильності аудиторії до автора ВЛ.

Хід 1. Презентація одиничної думки як загальної:

*Ми, українці, обурені обмеженим функціонуванням української мови в державному інформаційному просторі України* [32].

Мовні маркери: автор виражає єднання з істинним адресатом шляхом вибору займенника *ми* та етнікону *українці* із узагальнювальним значенням адресанта та читача.

*Polskę nie stać na bezczynnego, pozbawionego znaczenia w świecie Prezydenta. Jeżeli nie potrafi Pan bronić dobrego imienia naszego kraju, nie chce lub zwyczajnie boi się narazić komukolwiek, wówczas nie powinien Pan dłużej sprawować tego zaszczytnego urzędu. Naszego Narodu na to nie stać* [64].

Мовні маркери: лексико-синтаксичний повтор; конструкція з підрядним обставинним умови; непрямий імператив, виражений модальною конструкцією *nie powinien Pan dłużej sprawować urzędu*; солідаризація з народом виражена лексемами *Polska, Nasz Naród.*

*I am an Iranian and I want to comment on your stance about the situation in Iran. You said you don't want to intervene in the affairs of my country. Speaking on behalf of all Iranians we don't want you to intervene either. To put it more emphatically we will not allow you or anyone to intervene. Election is an internal matter* [92].

Мовними маркерами є: інклюзивні займенники *we, all*, етнікон *Iranians.*

Хід 2. Демонстрація символічної належності до певної статусної групи:

*Коли слухаю вас, у мене, як і в мільйонів пересічних («маленьких») українців, виникає багато запитань. ... Не впевнена, що на ці запитання я отримаю відповідь від Вас чи з вашої канцелярії. Тому надсилаю копію свого листа і органам преси, бо так думаю не лише я, а й більшість «малих» українців. Неможливо далі терпіти насилля й образи з Вашого боку* [27].

Мовні маркери: вживаючи прецеденту форму *«маленькі українці»* (пряма цитата президента), автор відмежовується від формального адресата і водночас виявляє солідарність з *більшістю* пересічних громадян України. Числівник *мільйон* виконує маніпулятивну функцію. Негативно-забарвлена лексика *насилля й образи* характеризує дії «ворога», «чужого».

*Panie Prezydencie, my zwykli ludzie, musimy między innymi jeść "kurze łapki", żeby tamci i ci, i jeszcze inni wylegiwali się i ciągle myśleli, nie o Służbie Narodu a o pieniądzach, jak wydusić dla siebie, dla siebie, ciągle dla siebie...* [47].

Мовні маркери: протиставлення *my zwykli ludzie – tamci i ci, i jeszcze inni*, де займенники вступають в антонімічні відношення; лексичний повтор займенника *dla siebie.*

*You owe it to Black women to seek their opinions concerning their right to choose. I'm a Black woman who raised 3 sons who are college graduates. Obama, Black people are conservative. How dare you try and push your liberal agenda on us! The majority of Blacks in this country do not support abortion* [93].

Мовними маркерами є лексичний повтор; окличне речення; зневажливе звертання до президента.

Отже, аналіз фактичного матеріалу виявив наявність специфічних мовних маркерів для реалізації тактики солідаризації: етніконів, інклюзивних займенників, маніпулятивно ужитих числівників, антонімічних займенників тощо.

### 3.2.2.2. Тактика опозиціонування

Тактика відображає різну міру віддаленості від тих чи інших осіб, ідей, поглядів, політичних платформ. Сутність тактики полягає у демонстрації відстороненості, дистанціонування від опонента або від адресата.

Хід 1. Розмежування – виявлення відмінності у поглядах та думках:

*На відміну від вас, ми переконані, що брутальне порушення законів, яке ви дозволяєте собі і своєму оточенню, – це шлях до безладдя і тиранії* [44].

Імпліцитно: чужі – це ті, хто брутально порушують закони, в даному випадку формальний адресат ВЛ, тобто Президент.

Мовні маркери: експресивна негативно забарвлена лексика *безладдя і тиранії*, емотивний епітет у виразі *брутальне порушення*.

*Panie Prezydencie, reprezentuję diametralnie inny pogląd niż Pan na temat akcji "Wisła" i dlatego ośmielam się twierdzić, że to Pana wypowiedź, oceniająca tę operację, jest "haniebna" i "nie mająca żadnego usprawiedliwienia"* [56].

Позиція автора *inny pogląd* посилюється прислівником *diametralnie*. Погляди опонента (тобто в даному випадку «чужого») оцінюються лексемою з негативною семантикою *haniebna* та виразом *nie mająca żadnego usprawiedliwienia*, де займенник *żadnego* виражає повне заперечення, безапеляційність адресанта.

*In the present climate in Washington, some may misunderstand and misinterpret strong American action against Iraq as having ulterior political motives. We believe, on the contrary, that strong American action against Saddam is overwhelmingly in the national interest, that it must be supported, and it must succeed. Saddam must not become the beneficiary of an American domestic political controversy* [120].

Мовними маркерами є віддієслівні іменники з префіксом *mis-*, що надає їм значення «неправильно, помилково, хибно», евфемізм *strong American action against Iraq*, який завуальовано позначає війну в Іраці, вставна конструкція, що передає позицію адресанта, прислівник *overwhelmingly* має сему найвищого ступеня і в даному контексті позначає стан впевненості адресанта у правильності своєї позиції щодо Іраку. Повинність, виражена модальним дієсловом *must*, виходить з необхідності прийняття певних дій, які, на думку автора, є обов'язковими, ступінь незаперечності, безсумнівності такого плану посилює інструмент повтору (слово *must* вживається тричі).

Хід 2. Відсторонення – намагання не робити чого-небудь, не брати участі у чомусь, облишити якусь справу, діяльність. Мета – показати, що опонент є чужим, далеким:

*Подальше співіснування на шпальтах одного видання з персонажами, котрі по-хамськи ставляться до всього українського народу, для нас стало неможливим. Ми не бажаємо брати участь у спробі замінити одну хамократичну «еліту» іншою, не менш безграмотною та хамською, у*

*забрудненні мізків людей примарами ультралівих політичних авантюр. Нам шкода розлучатися з читачами «Свободи», в тому числі і тими, які з нами не погоджувалися і сперечалися з нами, але бути співучасниками поширення люмпенського невігластва та комуноїдного маразму ми не хочемо* [19].

Мовними маркерами є презирлива номінація опонентів *персонажами*, негативно-забарвлена лексика *по-хамськи, безграмотною та хамською, невігластва, маразм*, словосполучення *комуноїдного маразму* (прикметник з суфіксом -ід, що містить прихований натяк на сповідування комуністичної ідеології у поєднанні з медичним терміном «маразм», вжитому у переносному значенні), *люмпенського невігластва*, псевдономінація *«еліта»*, оказіональні епітети *хамократична*, *комуноїдний,* повторення лексеми «хам», метафори *забруднення мізків, примари авантюр*.

Хід 3. Дистанціонування. Адресант, підкреслюючи свою непричетність до певних подій, явищ, намагається таким чином виправдати свою позицію або свої дії. Сутність дистанціонування передається паролем «Я не такий, я інший».

*Не варто за те, що я скажу далі, підозрювати мене у неадекватності, політичній заангажованості, не варто також стереотипізувати до образу розбурхувача громадянських конфліктів, продажного журналіста тощо.*

*На Майдан прибула вчасно, вимерзла там до запалення легень і нирок, надірвала голос, кричучи «Ющенко – ТАК!». Потім не полінувалась проголосувати за Вас* [39].

Мовні маркери: негативно-забарвлена лексика, метафора *розбурхувача громадянських конфліктів, продажного журналіста*, лексико-синтаксичний повтор, нанизування неповних контекстуальних речень з парцеляцією.

*Ludzie pokrzywdzeni przez poprzednie reżimy, wbrew pozorom i wmawianiu przez propagandę, nie pałają nienawiścią i odwetem do swych krzywdzicieli. Faktyczne ofiary nie domagają się zemsty lecz oczekują przede wszystkim naprawy wyrządzonych im krzywd, choćby w formie satysfakcji moralnej. Natomiast, rzekomo sprawiedliwa i moralna władza od 18 lat nie zrobila nic w tym kierunku i*

*uparcie wmawia społeczeństwu, że pokrzywdzonym chodzi głównie o zemstę i odwet* [65].

Мовні маркери: номінація адресанта в узагальнювальному значенні *ludzie pokrzywdzeni przez poprzednie reżimy, faktyczne ofiary*; метафора *pałają nienawiścią i odwetem*; дієслова з негативною часткою *nie pałają, nie domagają się* у своїй семантиці конденсують контраст; негативну оцінку влади передає частка *rzekomo* у поєднанні з позитивно-оцінними прикметниками *sprawiedliwa i moralna.*

*Today, I am a proud Iranian. My people did not buy Ahmadinejad's Big Lie. They are coming to the streets, facing bullets and batons, to stand for the truth. Whereas the Americans sheeple have swallowed your big lie, hook line and sinker and the majority of them are still enamored with you, and despite the fact that you are making them bankrupt they still love you. These people are going to wake up with a rude awakening* [92]

Мовними маркерами є займенник *my* із узагальнювальним значенням адресанта і народу, представником якого він є; оказіоналізм *Americans sheeple*, контекстуальна антитеза *my people – the Americans sheeple*, градація метафор *have swallowed your big lie, hook line and sinker*, *are going to wake up with a rude awakening*, поєднання прямого і переносного значення в одному контексті *despite the fact that you are making them bankrupt they still love you.*

Семантична категорія «чужі» реалізується у ВЛ через такі комунікативні ходи:

Хід 4. Розмежування своїх і чужих на основі символів «Добро» і «Зло», що відповідають моделі світу мовця. Цей хід дозволяє позначити позитивний та негативний полюси:

*Янукович – це незворотність маріонеткової диктатури, Ющенко – це незворотність демократії.*

*Янукович – це корумпована, криміналізована і шансонізована влада, Ющенко – це громадянські права і свободи.*

*Янукович – це совок і блатняк, Ющенко – це шанс для культурного різноголосся.*

*Янукович – це ізоляція від Європи і світу, Ющенко – це долання кордонів, це порозуміння* [6].

Для тексту характерне: протиставлення, антитеза, паралелізм речень, лексичні повтори; метафора *маріонеткова диктатура*, негативно-забарвлені епітети *корумпована, криміналізована і шансонізована влада*, жаргонна лексика *совок і блатняк*.

*Czy chce Pan Europy skrycie sterowanej z Kremla? Czy chce Pan Europy według praw Traktatu Lizbońskiego, czy Europy ksenofobów, podzielonej i rozrywanej nacjonalizmami?* [54].

Мовними маркерами є: лексеми з негативним оцінним значенням *ksenofobów, rozrywanej nacjonalizmami*; антитеза *Europy skrycie sterowanej z Kremla* тобто *Europy ksenofobów, podzielonej i rozrywanej nacjonalizmami - Europy według praw Traktatu Lizbońskiego*; питальні конструкції, що спонукають замислитися над майбутнім.

*Now let me compare your record of lies, distortions, race baiting, and associations to John McCain: War hero. Annapolis graduate with "Country first". Operational leadership experience like all 43 previously elected presidents of the USA as a Navy officer for 22 years. 26 years in the Senate. Straight talk. Maverick. 54% of the time participated on bills with Democrats. Never asked for an earmark. The only blemish on his record is his part in the Keating 5 debacle about 25 years ago. Mr. Obama, at Harvard Law School, you learned that the end does not justify the means. You learned that perjury, false witness, dishonesty, distortion of truth are never tolerated. Yet, your dishonesty is overwhelming* [91].

Мовні маркери: розгорнута антитеза, лексика з негативною семантикою *lies, distortions, perjury, false witness, dishonesty, distortion of truth*, ланцюжок називних речень, лексичний повтор, парцеляція.

Хід 5. Стереотипізація. Хід актуалізує асоціативні зв'язки за моделлю А має відношення до В, де В – концепт, опосередковано пов'язаний із символами «Добро» і «Зло».

*Напередодні 15-ї річниці незалежності Україна знову опинилася в небезпеці. «П'ята колона» Москви, що згрупувалася навколо януковичів, вітренків та іже з ними, править сатанинський антиукраїнський шабаш* [15].

Мовні маркери: перифраза *«п'ята колона» Москви*; антономазія *януковичів, вітренків*, фразеологізм *іже з ними*, експлікація емоційної складової метафорою *сатанинський шабаш*, підсиленою епітетом *антиукраїнський.*

*Pańska haniebna, komunistyczna przeszlość powoduje, że brak Panu autorytetu międzynarodowego, a to z kolei powoduje, że nikt poważny w świecie nie liczylby się z Pańskim głosem, nawet gdyby go Pan - w obronie dobrego imienia Polski - zabrał. Brudna kampania szkalowania naszego kraju w mediach światowych przez środowiska żydowskie, wymaga zdecydowanego przeciwdziałania. Wymaga od Prezydenta RP międzynarodowego autorytetu, odwagi, siły charakteru i nade wszystko wrażliwosci na sprawy polskie. Z żalem muszę stwierdzić, że tych własnie cech Panu brakuje* [64].

Автор протиставляє чинного президента такому, яким би він мав бути насправді. Маркерами негативної оцінки президента є вираз *haniebna, komunistyczna przeszlość*. Імпліцитне спонукання реалізується дієсловами із значенням вимоги *wymaga przeciwdziałania, wymaga autorytetu.*

*You scare me because you are a cheerleader for the "blame America" crowd and deliver this message abroad* [114].

Мовні маркери: негативна оцінка виражена дієсловом у формі теперішнього часу *You scare me;* словосполученням з негативною семантикою *a cheerleader for the "blame America" crowd.*

Хід 6. Навішування ярликів. Актуалізація характерної деталі, риси характеру, ознаки, що кладеться в основу номінації на основі асоціативних

зв'язків. Для ярлика характерні «ідеологізованість, суб'єктивність та упередженість» [199: 123]. Ярлик не просто дає назву референту, він передає його додаткові ознаки: належність до «чужих»/ «своїх», негативну/позитивну оцінку, специфічні асоціації тощо. Сутність негативних ярликів полягає у їх звинувачувальній спрямованості: «Негативна оцінка, яку несе в собі ярлик, не з'ясовує об'єктивні якості особистості, мікросоціуму, явищ, подій, діяльності, а позначає їх за ознакою ідеологічної чужорідності» [55: 92]. Так, наприклад, Президент України Віктор Ющенко у відкритих листах на його адресу отримав від лівих сил ярлики *«неофашиста», «русофоба»* (за пропаганду вояків УПА, ініціативу щодо створення музею радянської окупації), *«вірного васала США», «шістки при американському ковбої»* (прозахідна орієнтація – ознака «чужого»). Праві сили, натомість, використовують позитивні номінації Президента, такі як *«месія», «всенародно обраний», «батько нації»*.

Схожу ситуацію спостерігаємо в англомовному дискурсі. Вибір на посаду голови Білого Дому чорношкірого кандидата Барака Обами був підтриманий більшістю громадян США. Від своїх прихильників він отримав номінації *"the leader of the free world"; "one, who'll save the USA"; "the change"; "the hope"*. Частина американців, яка не підтримала обрання Обами на пост глави Сполучених Штатів, ставить йому у докір його молодість та незначний політичний досвід, що відображено у ярликах *"rooky"*; *"a juvenile"; "a teenager"*. Дії новообраного президента характеризуються як *"incompetent leadership", "messianic complex"*. За свої політичні рішення, прагнення налагодити мир з мусульманським світом Барак Обома отримав ярлики *"This Muslim guy", "terrorist sympathizer", "Comrade Obama", "Bolshevik", "abortionist"*.

У радянський період історії України зовнішнім ворогом вважалися західні капіталістичні країни, натомість друзями називалися країни соціалістичного табору. Після здобуття незалежності концепт свої/чужі різко змінив конотації. Усе радянське почало оцінюватися як негативне, а західне – позитивне. Зовнішнім ворогом України все частіше називається Росія. Це

знаходить відображення у використанні таких ярликів на позначення «чужих»: *«п'ята колона Москви», «московський удав», «енергетичний монопольний зашморг Росії», «новочекістчький режим Росії», «Кремлівський сценарій», «Кремлівська колонія»* (у значенні Україна). Ліві сили, натомість, зберігають протилежну тенденцію – для них зовнішній ворог – США, у зв'язку з чим вживають ярлики: *«хазяї зі США», «американський сюзерен», «світовий жандарм»*. Внутрішні вороги держави, залежно від ідеологічної спрямованості адресантів, отримують ярлики *«неофашисти-бандерівці», «головорізи з УПА», «кати зі зграї «лісових братів», «прибічники-націоналісти», «нові комісари в національних вишиванках», «оранжеві комісари», «перевертні», «проржавіла опозиція», «окупанти», «злочинні клани», «кримінальні клани», «братва»*. Незадоволені наявним суспільним ладом виражають своє ставлення до політичної ситуації в Україні ярликами *«бандократія», «порнократія», «диктатура кримінальної демократії», «диктатура демократії одного відсотка злочинців»*.

Що стосується США, то, на думку політолога Станіслава Белковського, «Америці потрібно виправдання її наддержавного статусу. Найважливіше виправдання – боротьба зі світовим тероризмом, у якій лише Америка може бути ефективною» [цит. за 89: 146]. Тому на сьогоднішній день номінаціями зовнішніх ворогів Америки є: *"terrorist organizations and those who harbor and support them"; "those who try to destroy the USA"*. Після знищення терориста №1 Усами бен Ладена та режиму Саддама Хусейна їх місце ворогів у політичному дискурсі США зайняли *"militant Islamists", "Islamist violence", "threat in the Middle East"*. Натомість, метафора із негативним значенням «вісь зла» змістилася з номінації Іраку на самого ініціатора війни Джорджа Буша, внаслідок чого нерідко можна прочитати про *"growing international disquiet over Bush/Blair axis"*. Політика Джорджа Буша отримала ярлики *"Bushism", "Bush's crony capitalism"*.

Польськомовний політичний дискурс перебуває у ситуації, схожій з українською. Десятки років соціалістичного минулого, недемократична

політика, державний апарат, що контролював усі справи в країні, соціальна ієрархія, місце у якій визначалося належністю до так званої номенклатури, спричинили сьогоденну негативну оцінку подій тієї доби. Зі зміною суспільного ладу у Польщі (починаючи з 90-х років) за колишніми комуністами закріпився ярлик *“postkomunisty”*, а згодом виникла і тенденція називати перші півтора десятки років історії Польщі періодом «посткомунізму», причому зі зміною загальноприйнятого значення слова (епоха, що настала після комунізму, тобто та, в якій ми живемо) на негативно-оцінне (наголошуючи, що у цей період з принципами, ознаками комунізму не змогли або не захотіли впоратися). Це специфічне слововживання є невід’ємною частиною ідейного арсеналу президента Польщі Леха Качинського, його брата, їх однодумців та прихильників. Чужі або вороги у прибічників їх політики отримують ярлики *“współpracownik służb postkomunistycznych”, “syn minionej epoki”, “postkomunistyczna kompania”, “agent postkomuny”, “posowiecka agentura”.*

Без вказівки на політичну належність внутрішніми ворогами країни визнаються *“wataha bandziorów politycznych”, “grupa gangsterów żądnych władzy”*. Негативна оцінка діяльності уряду виражається ярликом *“krzycząca sejmokracja”.*

Президент Польщі Лех Качинський реалізує проамериканську лінію в зовнішній політиці, що викликає невдоволення лівих сил, які за це нагородили його ярликом *“polski wasal Waszyngtonu”, “proamerykanist”*.

У силу історичних причин (масові вбивства єврейського населення націоналістичним польським підпіллям під час Другої світової війни) Польща стала практично моноетнічною державою. Усім відома польська нетерпимість до осіб єврейської національності, що продовжує жити дотепер і спричиняє появу наступних ярликів на позначення “чужих”: *“żydowski ekstremista”, “żydokomuna”; “zdrajcy i agenci wpływów syjonistycznych”, “wsechpoteczne, ogólnoświatowe lobby żydowskie”.*

Отже, тактика опозиціонування реалізується шляхом протиставлення «ми – вони», яке у текстах ВЛ есплікується наступними мовними маркерами: негативно-забарвленою лексикою, ярликами, протиставленням, метафоричними описами проблеми.

### 3.2.3. Стратегія персуазивності

Поняття «персуазивність» передбачає реалізацію комплексного впливу на емоційну та раціональну сферу особистості. К. Зорніг розглядає вплив як особливу мовленнєву стратегію, тобто «використання мови, націлене на перлокутивний ефект і, як кінцевий результат, на певну поведінку аудиторії» [267: 96]. Персуазивна комунікація – це особливий тип ментально-мовленнєвої взаємодії комунікантів, за якої адресант реалізує спробу переважно вербального впливу на свідомість адресата з метою переконання його у чомусь, заклику до здійснення або не здійснення ним певних дій» [194: 25–27]. У публіцистичному тексті категоріями персуазивності є переконання та маніпуляція. Переконання експлікується у мовленні шляхом логічних доводів, аргументації, тоді як маніпулювання носить імпліцитний характер і базується не стільки на логічному, скільки на емоційному впливові. У рамках нашого дослідження вважаємо за доцільне говорити про персуазивність як одну з функціонально-прагматичних характеристик тексту ВЛ, особливу стратегію, у якій тісно переплетені переконання, навіювання, маніпуляція для реалізації його функції впливу.

Стратегія персуазивності виявляє себе на кожному етапі створення тексту ВЛ, вона формує сутність ВЛ як МЖ, супроводжує і об’єднує усі інші стратегії і тактики у тексті. Усі мовні й мовленнєві засоби у ВЛ підпорядковані цій глобальній комунікативній стратегії.

На нашу думку, персуазивність у текстах відкритого листа найповніше реалізується через тактику активізації емоцій та тактику аргументації.

#### 3.2.3.1. Тактика активізації емоцій

Сутність тактики полягає у передачі адресатові цілої палітри почуттів, пов'язаних з темою повідомлення, будується на ефекті зараження емоціями.

Хід 1. Створення яскравих образів. Стирання меж між художнім та реальним:

*Планомірна окупація чужоземною мовою радіо і телеефіру призводить до втрати автентичного мовного середовища корінної нації, що в свою чергу звужує сфери впливу українців на суспільні процеси, розвиток науки, освіти, економіки в державі. …*

*Найбільше загострення цієї хвороби нашого суспільства відбувається на свята і вихідні, коли нас відгодовують дурманом найінтенсивніше. Але хвороба нікуди не зникає і в будні. Її важко лікувати, бо вона задавнена. Пацієнт її ігнорує, а часто й не усвідомлює. Хвороба прогресує, її метастази нищать Україну. Тому треба негайно застосувати терапію, або навіть хірургічне втручання. Поки слово Україна не стало архаїзмом, щоб згодом не довелося користуватися послугами якогось усміхненого патологоанатома* [32].

Метафоричний опис проблеми (хвороба – окупація чужоземною мовою радіо і телеефіру; пацієнт – народ України; терапія – дії спрямовані на наведення порядку в інформаційному просторі) сприяє активізації емоцій читачів.

*What a joy it is to be mired in the nineteenth century when diplomacy was a chess game. It's a pity our corporatists are still playing by nineteenth century rules and have yet realize that under twenty-first century rules the lowly pawn now carries a Kalashnikov, moves with the same impunity as the queen, can leave the board, hide behind the game box, and blow away the King and the Queen as they pass. It is the ineptitude of those in power that gives life its black humor* [97].

Мовні маркери: розгорнута політична метафора: політика – шахова дошка, фігури – політичні діячі.

Хід 2. Зіставлення одного предмета з іншим з метою створення художнього опису першого є не лише тактичним ходом, а й мовним маркером:

*І якщо червоний колір у більшовиків символізував помсту, і червоні більшовики помстилися християнам, по-сатанинські знищивши десятки мільйонів їх, то, очевидно, оранжевий колір символізує згасання людської цивілізації і полум'я пекла, в яке вже ввійшла Україна* [8].

Автор, проводячи паралель між революцією 1917 р. та помаранчевою революцією 2004 р., налаштовує читачів на негатив, викликаючи в їхній пам'яті асоціації страху, ненависті. Услід за адресантом читачі відкритого листа концентруються на негативі і готові сприймати запропоновану інформацію через призму негативної установки. Мовними маркерами є апеляція до біблійних символів Добра і Зла, метафоричний образ *Україна ввійшла в полум'я пекла*; емотивний прислівник *по-сатанинські.*

*Panie Lechu – zbij Pan ten termometr! Niech mierzą europejską gorączkę bez Lecha Wałęsy! Stać Pana na to. Pan jest wielki, większy niż ten Ganley i cała kamaryla endeckich karłów razem wzięci. Nawet jeśli chcą zrobić z Pana prezydenta Unii, to przecież – cóż to za frajda dla Pana: być wśród karłów prezydentem???* [54].

Мовними маркерами є імператив *zbij Pan ten termometr*; метафора *europejską gorączkę*; порівняння *większy niż kamaryla*; іменник *karłów*, вжитий у переносному значенні (незначні, нікчемні люди); риторичне питання, підсилене потрійним знаком питання, що передає силу емоцій адресанта.

*How it simplifies life as the controlled substance becomes an all-consuming passion and one's entire being is absorbed in the quest to keep supply channels open and dealers happy. There is an euphoric freedom as one lies, steals and cheat to get what one wants, slowly shedding the decency that had for too long inhibited this liberating passion. Never trust an addict; he would not hesitate to screw his mother to the wall or sell his children to get what he wants.*

*I'm sure this resonates with you, not because you drank and snorted in your youth, but because America is addicted to oil, and her addiction is rotting her soul just as booze rots a drunk's liver. An addict will kill for a controlled substance and America is no different. She simply does so on a grander scale than the addict* [97].

Адресант використовує розгорнуте порівняння Америки з наркотичнозалежною людиною. Мовні маркери: імператив *never trust an addict*; персоніфікація *America is addicted to oil*.

Хід 3. Перебільшення. Сутність полягає у значному цілеспрямованому розширенні проблеми, узагальненні, спотворенні, доведеному до крайнощів:

*Що ж, «шлях в Європу» пролягає через борделі!? І що ж Україна повинна пройти шлях від перебудови соціалістичного інтернаціонального табору в національну резервацію для вимирання, від атеїзму до сатанізму, і до бандократії, порнократії та диктатури кримінальної демократії? Утім ворота пекельні все-таки не здолають Церкву Христову.*

*Проте, моральні підвалини суспільства – майже знищені. Такого не було і під час червоно-кривавих голодоморів! Але з допомогою явища сучасного більшовизму і новітніх технологій сатанізму – комісарам у вишиванках – вдалося* [8].

Мовні маркери: навішування ярликів-оказіоналізмів, де основою номінації виступає звукова форма слова: *порнократія, бандократія*; та ярликів-асоціацій, в основі яких лежить окрема ознака об'єкта: *комісари у вишиванках, червоно-кривавий голодомор*; риторичні питання, як дієвий експресивний засіб, активізують мисленнєві процеси адресата шляхом виділення у тексті найбільш вагомих його смислових компонентів.

*Panie premierze, panie prezesie Prawa i Sprawiedliwości! Apeluję, żeby pan i pańska partia przegrali wybory. Dla dobra Polski, ale też Europy i świata (i, co się rozumie, ludzkości), dla dobra Polaków i innych narodów żyjących w Polsce, dla dobra robotników, chłopów i inteligencji pracującej, generalnie – dla dobra wszystkich. Pana porażka będzie wielkim triumfem demokracji, milowym krokiem*

*w dziejach Polski, Europy i ludzkości. Pana porażka umożliwi cywilizacyjny skok Polski. Nie będzie już tego ciemnogrodu lansującego przywiązanie do sparciałych i nikomu niepotrzebnych wartości – nie służących postępowi, lecz postęp hamujących. Zniknie to głupie przywiązanie do religii, czyli "opium dla ludu". Nie będzie tego bezsensownego patriotyzmu, który jest "jak rasizm". Zniknie to obłudne gadanie o heteroseksualnej rodzinie i małżeństwie, co tak przeszkadza ekspansji postępowych związków, która rozwiązałaby nasze problemy demograficzne, bo zmusiłaby wreszcie naukowców do wymyślenia nowej formy rozmnażania się zamiast tej okropnie przestarzałej, a wręcz tolerującej swego rodzaju seksualny apartheid* [63].

Мовними маркерами є градація футуральних дієслів, що демонструє позитивні наслідки поразки прем'єра, а також градація іменників, яка вказує на тих, кому ця поразка вигідна *Dla dobra Polski, ale też Europy i świata (i, co się rozumie, ludzkości), dla dobra Polaków i innych narodów żyjących w Polsce, dla dobra robotników, chłopów i inteligencji pracującej, generalnie – dla dobra wszystkich*.

*I know you're mad at the Christian terrorists from the US Empire, the ones that murder your children, occupy your country, and torture your fellows. Were I in your shoes, I'd probably feel the same way. I know there's nothing I can say that will bring back your loved ones, or change your quest for justice and revenge. I have but one small request. If you nuke a US city, please nuke Washington DC, not Fayetteville, Arkansas. Washington is the head of the beast. That's where the rulers abide, where all plots of Christian terrorism are hatched, where the terrorist plotting to kill your people and steal your land originates. That's where you need to bomb; those are the folks you need to kill. ... The high priests of Christian terrorism are in Washington, in the White House and the Pentagon. Please take them out, and leave the simple folks alone* [98].

Автор засуджує дії Американської влади щодо Іраку, емотивно називає їх *Christian terrorism*. У своєму зверненні до мусульманських терористів він просить покарати організаторів війни в Іраці – бомбити Вашингтон.

Насправді, адресант імпліцитно вводить думку, що американський народ також засуджує війни проти мусульманських країн і не схвалює дії своїх політиків, особливо президента Буша, який розпочав війни, від яких страждає не лише «ворог», але й простий народ. Мовними маркерами є: нанизування негативно забарвлених дієслів *murder, occupy, torture*; метафора *Washington is the head of the beast*; імперативи *take them out, leave the simple folks alone.*

Хід 4. Інтонаційне виділення окремих блоків інформації. Це один з найефективніших засобів емоційного впливу на істинного адресата, що полягає у наданні окремим словам і словосполученням особливої емфази. У спілкуванні через посередництво друкованого тексту неможливість почути інтонацію адресанта компенсується використанням великих літер та шрифтів для відтворення тону голоса. Паравербальні засоби (темп, паузи, тон) передаються за допомогою символів, що збігаються зі знаками пунктуації, різних буквених регістрів.

Три крапки з довільною кількістю крапок передають темп мовлення:

*Would you like to know or do you even care how I spent MY Sunday today? Well, it was almost like YOUR Sunday back in December. I too sat in my office and I too sat at my desk and I also prayed for the strength and the safety of our troops. Especially one soldier in particular……my son* [96].

*...następnie któregoś poranka wychodząc do pracy zobaczyłem ... że nic nie widzę?!? Absolutnie nic!* [51].

Кількість розділових знаків за іконічним принципом відповідає силі емоцій:

*Nie rozumiem tej gry. Nie czuję przesłania, które chce nam pan przekazać. Jeśli brzmi ono: zmieniajmy Zjednoczoną Europę – ja mówię: TAK!!! – to dlaczego chce pan to robić z gorliwymi jej przeciwnikami?!!* [54].

*I have listened to you pray for the troops, entertain their children over Christmas at the White House, etc etc. but I have only ONE question for you. WHY aren't they home where they belong????? You wanted this war so badly, why aren't YOU over there putting YOUR life on the line????* [96].

Висота голосу, здебільшого, передається виділенням тексту великими літерами:

*Zwracamy się do wszystkich Żydów i ich rodzin, którzy byli w jakikolwiek sposób skrzywdzeni na polskiej ziemi; do was wołamy mówiąc: ŹLE POSTĄPILIŚMY WOBEC WAS! PRZEPRASZAMY I PROSIMY O WASZE WYBACZENIE!* [75]

Однак у деяких випадках великими літерами може виділятися вагома для адресанта інформація. Частий повтор виділених слів межує з навіюванням:

*СЬОГОДНІ український (?) «прємьер-міністр» Янукович погрожує нам подвійним громадянством, а вже ЗАВТРА українці знову безглуздо віддаватимуть свої життя заради «великої імперії», вже ЗАВТРА українські школи та лікарні безперешкодно захоплюватимуть бойовики, вже ЗАВТРА мирних українських людей тероризуватимуть відморожені московські генерали. …*

*І якщо ЦЯ влада ТАК ненавидить ЦЮ людину, то наш вибір правильний.*

*Вибираймо СЬОГОДНІ, тому що ЗАВТРА в нас можуть забрати саму можливість вибору!* [6].

*Can you imagine leaving white people on their roofs for five days? Don't make me laugh! Race has nothing – NOTHING – to do with this* [124].

*Trzeba zarządać z GÓRY od Litwy podobnego statusy jak mają Szwedzi w Finlandi i oddania ziemi Polakom, nim sprawa stanie na forum UE. Bez ostrego postawienie się TERAZ nie będzie poprawy oblicza Polski za Bugiem* [66].

Хід 5. Використання гасел, які є маркерами соціальної ідентифікації й одночасно виражають об'єднувальну ідею:

*«Артек» сьогодні – це Сталінград учора! Ні кроку назад!* [2]

*«Ні!» – президенту, котрий сприяє відродженню фашизму в центрі Європи!* [40]

Хід 6. Використання стилістичної фігури повтору (анафори, епіфори).

Анафора:

*Mr. Obama, at Harvard Law School, you learned that the end does not justify the means. You learned that perjury, false witness, dishonesty, distortion of truth are never tolerated. Yet, your dishonesty is overwhelming. Your dishonesty is tremendously greater than the dishonesty that caused the impeachment and disbarment of Bill Clinton. Your dishonesty is tremendously greater than the dishonesty of Scooter Libby. You should be ashamed* [91];

*Nie zgadzamy się, aby – bez zbadania faktów - wyrokowano publicznie o nieuczciwości i nieprzejrzystości organizacji pozarządowych.*

*Nie zgadzamy się, aby – bez uzasadnienia i dowodów – wyrokowano publicznie o szkodliwym wpływie na społeczeństwo niektórych organizacji i aby w ten sposób kwestionowano ich zgodną z prawem działalność.*

*Nie zgadzamy się, aby ocen, które działania obywatelskie są politycznie i ideowo poprawne dokonywali politycy i posłuszne im urzędy*

*Nie zgadzamy się, aby organizacje stawały się przedmiotem politycznych przepychanek* [85].

Епіфора:

*The New York Times carried a story on Saturday, October 4, 2008, that proved you had a significantly closer relationship with Bill Ayers than what you previously admitted. While the issue of your relationship is of concern, the greater concern is that you lied to America about it.*

*The Chicago Sun reported on May 8, 2008, that FBI records showed that you had a significantly closer relationship with Tony Rezko than what you previously admitted. In the interview, you said that you only saw Mr. Rezko a couple of times a year. The FBI files showed that you saw him weekly. While the issue of your relationship is of concern, the greater concern is that you lied to America about it* [91];

Хід 7. Заклики до дій. Використання експліцитно виражених імперативів:

*Врятуйте Україну, пане Президенте!* [15]

*Припиніть знущатися над людьми і Україною! Якщо у Вас, пане Ющенко, залишилася хоч крапля совісті – підіть у відставку!* [43].

*Na Boga, ludzie, opamiętajcie się! Boże, wybacz mi, ale tego nie da się oglądać i słuchać! Przez te audycje można zwątpić w wiarę i w człowieka! Apeluję - opamiętajcie się i przestańcie mącić i niszczyć ten zmęczony Naród!* [79].

*Stop the killing. Stop, stop, stop! For the sake of the lives of young Americans and Afghan civilians, stop. For the sake of your presidency, hope, and the future of our nation, stop. For God's sake, stop* [109].

Мовними маркерами є дієслова у формі наказового способу.

Хід 8. Використання прямих форм звертання до істинного адресата повідомлення, звертання-питання:

*Саме тому я звертаюся до вас, артеківці! Ті з вас, хто ще не втратив совісті і почуття власної гідності, станьте й на повен голос заявіть: «Руки геть від Артека!» Кожен із вас, чиє перебування в таборі не було марним, може й повинен внести свою лепту в збереження дитячої казки під назвою «Артек»* [2]

Мовні маркери: пряме звертання *артеківці*; звертання, що містить позитивну оцінку, завдяки якій відбувається вибірка і визначення кола адресатів, які ототожнюють себе з використаною адресантом у звертанні номінацією *ті з вас, хто ще не втратив совісті і почуття власної гідності*; *кожен із вас, чиє перебування в таборі не було марним*; імперативні дієслова *станьте, заявіть*.

*Czy chcecie, by także u was tak się stało? Czy chcecie, by u was wprowadzono także legalnie masową eutanazję, jak ma to miejsce w Polsce, gdzie np. odmawia się ratowania i leczenia ludzi po 65 roku życia? Chcecie powrotu do chorób nędzy, takich jak gruźlica, świerzb, wszawica, które przyniósł kapitalizm? Chcecie, by ludzie, jak psy szukali pożywienia w śmietnikach i żebrali na ulicach, pod kościołami i cerkwiami? Dziś nikt się nie czuje odpowiedzialny za sprowadzenie tej nędzy do Polski, nawet Kościół. A co wam dziś obiecują za wyrażenie zgody na wprowadzenie kapitalizmu i masowej nędzy? To, że będziecie*

*mieli werbalną wolność, demokrację i iluzoryczną sprawiedliwość? Jaką wartość mają te imponderabilia dla człowieka żyjącego w skrajnej nędzy, w poniżeniu, zepchniętego na margines życia społecznego?* [77].

Мовні маркери: звертання-питання до загалу читачів, виражене дієсловами у формі 2 особи множини; риторичні питання.

*Mr. Obama, it is time for us Americans to put aside our differences on political issues and vote against you because of your dishonest character. It is time for all of us Americans to put aside our political issues and vote for America first. It is time for America to vote for honesty* [91];

Мовні маркери: займенники *us, all*; етнікон *Americans*; анафора, паралелізм речень.

Хід 9. Використання конструкцій, що містять питання і відповіді на них, для активізації адресата. Імітуючи незнання, сумніви, автор за допомогою питання прагне активізувати думки адресата, заручившись підтримкою і порозумінням щодо знайденого рішення. Автор ставить «потрібні» запитання і пропонує «правильні» відповіді, що дозволяє консолідувати позиції, зблизити оцінки адресанта і адресата. У даному випадку хід є одночасно і мовним маркером:

*А тут – другий капітулятивний крок – бездарна «унія» Ющенка з уже напівзабутим Януковичем. Заради чого, якого державницького інтересу? Задля лише кількох голосів для обрання прем'єром «вірного» Єханурова* [28].

*Co Polska może teraz zrobić? Zażądać od Litwy traktowania swych Polaków jak traktują Szwedów w Finlandi* [66].

*In Iraq your sanctions killed 500,000 children through depriving them of medicine and food. Others were born deformed. What have you achieved with this cruelty? Nothing except the hatred of the victims and right-thinking people* [90].

Хід 10. Нанизування риторичних питань (див. наприклад листи [27], [46], [103], основний зміст яких повністю викладений у формі риторичних питань). Хід є одночасно і мовним маркером.

Отже, тактика активізації емоцій реалізується завдяки створенню яскравих образів, виділенню окремих блоків найважливішої інформації, повторів, нанизувань прямих закликів до дій тощо. У всіх перерахованих ходах наявні метафоричні вирази, де метафора виступає структуруючим, організуючим елементом листів. Найбільш поширеними мовними маркерами є гіперболізація, анафора, епіфора, нанизування риторичних запитань, графосемантичні засоби.

### 3.2.3.2. Тактика аргументації

Сутність тактики полягає в актуалізації фрагментів знань, здатних виступити в ролі компонентів ситуації прийняття рішення; вона пов'язана з потребою переконати адресата у необхідності прийняття висунутої тези.

Хід 1. Контрастивний аналіз. Базується на зіставленні фактів, подій, результатів, що сприймається адресатом як переконливі аргументи:

*Янукович – це незворотність маріонеткової диктатури, Ющенко – це незворотність демократії.*

*Янукович – це корумпована, криміналізована і шансонізована влада, Ющенко – це громадянські права і свободи.*

*Янукович – це совок і блатняк, Ющенко – це шанс для культурного різноголосся.*

*Янукович – це ізоляція від Європи і світу, Ющенко – це долання кордонів, це порозуміння* [6].

Адресату пропонуються опозиції, які демонструють переваги або вказують на недоліки певних явищ, предметів, осіб. Завдяки оцінному компоненту антонімічна опозиція набуває потрібного впливу. В основу зіставлення покладений критерій розмежування ми/вони.

Мовні маркери: антитеза, паралелізм речень, контекстуальні антоніми, політична метафора *маріонеткової диктатури*, негативно-забарвлені епітети *корумпована, криміналізована і шансонізована влада*, жаргонна лексика *совок і блатняк.*

*Jeśli Kaczyński definitywnie poprze Irlandię i prezydenta Czech Vaclava Klausa w odrzuceniu traktatu lizbońskiego, to da jednoznaczny dowód swego opowiedzenia się za suwerennością Polski, za "Europą narodów". Jeśli natomiast ugnie się pod dyktatem Brukseli i podpisze się pod ratyfikacją traktatu, to zarazem poprzez szkodzące Polsce takie siły jak SLD i PO i straci zaufanie wśród prawicy narodowej. Apelujemy do PiS i prezydenta L. Kaczyńskiego, aby dokonali jednoznacznego wyboru na rzecz polskich interesów narodowych, na rzecz przyszłości suwerennej Polski* [84].

Мовні маркери: паралелізм умовних конструкцій, контекстуальна антитеза, політичні афективи *suwerenność, polski interes narodowy,* перформативне спонукання *apelujemy.*

*We urge you to act decisively. If you act now to end the threat of weapons of mass destruction against the U.S. or its allies, you will be acting in the most fundamental national security interests of the country. If we accept a course of weakness and drift, we put our interests and our future at risk* [105].

Адресант пропонує реципієнту два шляхи вирішення проблеми. Зіставляючи їх, він вказує на перспективу розвитку подій у кожному випадку. Мовними маркерами є паралелізм речень реальної умови, спонукання, виражене перформативом *urge.*

Хід 2. Вказівка на перспективу. Містить у собі рішення, яке пропонується, та прогнозований позитивний чи негативний результат. Саме апеляція до результату надає прогнозуванню аргументативної сили. Коментар до певного рішення з погляду наслідків, які виникатимуть в результаті його впровадження, – найважливіший аргумент за чи проти цього рішення:

*Вважаємо абсолютно недоцільним і формування Центрального архіву національної пам'яті, що призведе до розпорошення фондів центральних і відомчих архівів, унеможливить комплексне дослідження нашого минулого істориками наступних поколінь* [20].

Мовні маркери: прислівник *абсолютно*, який демонструє категоричність, безапеляційність позиції автора; наслідкові конструкції, виражені дієсловами у формі майбутнього часу *призведе, унеможливить.*

*W tej sytuacji pozwalam sobie zwrócić się do Pana o całkowite jednostronne zniesienie opłat wizowych dla obywateli Białorusi. Tego rodzaju gest będzie nie tylko świadectwem naszego otwarcia na kontakty z Białorusią, ale także zada kłam fałszywemu przekazowi oficjalnych białoruskich mediów* [58].

Футуральна перспектива виражена дієсловами у формі майбутнього часу недоконаного і доконаного виду *będzie nie tylko świadectwem, zada kłam.*

*This is no secret: as a matter of national security, the nation's math and science educational system urgently needs repair. If we continue in our current trajectory, the education of our workforce will be so inferior that business will despair of hiring Americans. Science and technology research will increase its migration abroad. Most troubling, American citizens will be increasingly unable to make informed decisions that require science and quantitative analysis, as already evidenced by our fateful paralysis over global warming, stem cell research, teaching of evolution, and nuclear energy* [115].

Мовні маркери: модальне дієслово *need,* яке виражає доцільність, підсилене прислівником *urgently;* умовно-наслідкові конструкції з дієсловами у формі майбутнього часу окреслюють негативну перспективу *will be so inferior, will despair, will increase its migration, will be increasingly unable to make informed decisions.*

Хід 3. Посилання на авторитет, статистику:

*Ось уже п'ятий рік ви наполегливо добиваєтеся повернення нашому місту «історичної» назви. При цьому наводите дивні аргументи на користь Єлисаветграда. В листі колишньому міському голові О. В. Нікуліну, надрукованому у «Вечірній газеті» 10 вересня 1999 року, ви пишете: «тільки повернувши місту душу, ми подбаємо і про культурне відродження, і про матеріальний розвиток, і про громадський спокій». Питається – хто сьогодні заважає вам дбати про це? Яку душу збираєтесь повернути місту*

*– рабську чи малоросійську? Із цього приводу процитую висловлення людини, яка має українську душу, – доктора філологічних наук, професора Григорія Клочека: «Від пропозиції повернути місту назву Єлисаветград віє дрімучим малоросійством»* [7].

Мовні маркери: прикметник *«історичний»*, де лапки передають смисл, що названі ним явища насправді такими не є; епітети з негативною семантикою *дивні аргументи, дрімуче малоросійство*; цитати, риторичні питання.

*W 2000 roku, zorganizowała Pani konferencję poświęconą zaostrzeniu dotykającej Nas ustawy, ciekawi mnie dlaczego nie zaprosiła Pani na tą konferencje Marka Kotańskiego? Czyżby z powodu jego przekonań o bezsensie karania osób używających narkotyki? Wiemy, iż do końca swojego życia nie zmienił on swoich przekonań, oto co powiedział tuż przed śmiercią w wywiadzie dla NIE: "Ta ustawa to zwykła wyborcza kiełbasa i prawny bubel. Zrównuje handlarzy śmiercią z ludźmi chorymi. Nie rozwiąże się problemu narkomanii w Polsce wsadzając tysiące obywateli do więzień. Policja, prokuratura zawsze odetną swoje kupony od prowadzonych spraw. A co z ludźmi, którzy prowadzą działalność profilaktyczną? W świetle tej ustawy są wspólnikami przestępców. Gdzie jest miejsce na prawdziwą resocjalizację?"* [49]

Мовні маркери: риторичні питання; експресивні розмовні вислови *wyborcza kiełbasa i prawny bubel*; фразеологізм *odetną kupony*.

*It is not correct to say that NATO has failed in Afghanistan, or that the commitments made by the international community two years ago have not been met. There has been considerable progress – not just in social and economic terms – but also in achieving security in some of the most challenging environments. The Taliban are no longer seen as a credible alternative. 4 of 6 million refugees have returned. 65% of the population now have access to medical care. Infant mortality rates are down; the economy has tripled in size* [100].

Мовні маркери: заперечне речення, вставна конструкція; опора на кількісні дані, процентні співвідношення і в цілому на статистичну інформацію

– типовий засіб впливу на адресата, спрямований на створення наукоподібного ефекту повідомлення; нанизування простих двоскладних речень.

Отже, за нашими спостереженнями, реалізація тактики аргументації у ВЛ відбувається завдяки використанню опозицій, які демонструють переваги або недоліки певних явищ, антитези, причинно-наслідкових та умовно-наслідкових конструкцій тощо.

Аналіз комунікативних стратегій, задіяних адресантом ВЛ для впливу на адресатів, дозволяє зробити висновок, що необхідними умовами для успішності ВЛ виступають: апеляція тексту гомогенній аудиторії, всі члени якої є носіями спільних або подібних прагматично релевантних ознак, використання певного риторичного репертуару для впливу на емоційну сферу адресата, що пов’язаний з пріоритетом застосування перформативних і апелятивних висловлювань – закликів, заяв, звертань, протестів, звинувачень, критики, напучень.

## Висновки до розділу 3

У процесі аналізу комунікативних стратегій і тактик в межах особистісної взаємодії адресанта та адресатів МЖ ВЛ, ми дійшли таких висновків.

Комунікативна стратегія пов'язана з реалізацію глобального комунікативного наміру, відтак, вона становить домінантне завдання, загальний комунікативний задум, що передбачає застосування заздалегідь запланованих мовцем мовленнєвих дій, за допомогою яких адресант впливає на адресата задля досягнення комунікативної мети. Можливість досягнути мети різними шляхами знаходить своє відображення у понятті «мовленнєва тактика». У даному дослідженні тактикою вважаємо складову частину стратегії, послідовний крок, орієнтований на виконання домінантного стратегічного завдання. Кожна тактика орієнтується на певні аспекти впливу на психіку адресата та зміну його моделі світу. Ще меншим кроком на шляху досягнення задуму є комунікативний хід. Це складова частина тактики, засіб, який дозволяє повною мірою розкрити сутність комунікативної тактики, а, відтак, і комунікативної стратегії. Усередині ходів виділяються мовні маркери стратегій – мовні одиниці різних рівнів, мовленнєві прийоми, які в комплексі дозволяють виявити когнітивні механізми впливу тексту ВЛ на свідомість масової аудиторії.

Поняття стратегії і тактики тісно пов'язані з поняттям МЖ. Первинні МЖ можуть функціонувати як конкретні тактики у загальній комунікативній стратегії, притаманній гіпержанрам та складним вторинним МЖ дискурсу. На відміну від простих МЖ, комунікативна тактика – не відокремлена мовленнєва дія, а прийом здійснення комунікативної стратегії.

Стратегії і тактики реалізуються всередині МЖ, однак МЖ не можуть бути розпізнані за стратегіями і тактиками. Більше того, одні й ті ж самі стратегії і тактики можуть реалізовуватися в різних МЖ і в різних типах дискурсів.

Релевантними для МЖ ВЛ є стратегія дискредитації, яка передбачає підрив репутації об'єкта негативної оцінки, викриття його негативних сторін, розповсюдження негативної інформації про нього; стратегія самопрезентації, що відображає мовне втілення учасників комунікації; та стратегія персуазивності, спрямована на те, щоб здійснити необхідний адресантові вплив на адресатів.

Усі комунікативні стратегії, застосовані автором МЖ ВЛ, діють в одному напрямку: здійснити вплив на адресата, переконати його прийняти рішення, потрібне для мовця, включити задані адресантом оцінки в ментальну картину світу адресата. Усі оцінки у ВЛ розподіляються на підставі глобальної дискурсивної опозиції «свій – чужий».

Комунікативні стратегії дискредитації, презентації, персуазивності та ілокуції їх реалізації є універсальними для україномовних, англомовних та польськомовних адресантів ВЛ, однак мовні засоби вираження ілокуцій різні. Відмінною рисою англомовних адресантів ВЛ є те, що загальний кількісний показник вибору мовленнєвих прийомів реалізації стратегії дискредитації є дещо нижчим, ніж аналогічний показник україномовних та польськомовних дописувачів ВЛ. Це свідчить про те, що представники української і польської лінгвокультур у вирішенні проблем схильні концентруватися на негативі, дискредитації супротивника. У той час як представники американської лінгвокультури більшою мірою зосереджені на єднанні, солідаризації з масовим реципієнтом, а не на створенні образу ворога щодо опонентів. Отже, кількісні і якісні показники вибору мовленнєвих прийомів реалізації стратегій дискредитації, самопрезентації, персуазивності у МЖ ВЛ засвідчують відмінності у комунікативній поведінці українців, поляків, американців. Українці й поляки демонструють категоричність і прямолінійність, емоційність й експресивність, тимчасом американці – сталість, терпимість, аргументованість. Відносне відсоткове співвідношення комунікативних тактик у досліджуваних лінгвокультурах відображено у таблиці 3.6 (див. додаток А).

# ВИСНОВКИ

Дослідження здійснювалось у декількох взаємопов'язаних напрямках, що мали на меті, по-перше, з'ясування специфічних особливостей листа як типу тексту, уточнення його жанрового статусу як одиниці спілкування; по-друге, опис жанру на концептуальному рівні, виділення найбільш загальних, глобальних ознак, притаманних усім жанрам відповідної групи; по-третє, конструювання моделі конкретного жанру; по-четверте, текстовий рівень інтерпретації моделі, її мовну і мовленнєву реалізацію.

Одержані результати дослідження дали змогу зробити наступні висновки.

**1.** Найбільш доцільною було визнано кваліфікацію епістолярного тексту як МЖ. При ідентифікації жанру враховувалися, перш за все, специфічний спосіб організації тексту, його інваріантна структурно-композиційна основа та провідна комунікативно-прагматична характеристика листа – діалогічність.

Аналіз формально-змістової структури епістолярних текстів дозволив виділити систему обов'язкових компонентів, що регулярно репрезентується у всіх текстах, об'єднаних жанровою домінантою. Ці ознаки є інтегральними в межах листа як жанру та диференціальними при зівставленні листа з іншими жанрами, відмежуванні його від інших типів текстів. Стійкими ознаками формальної організації листа є наявність звертання на початку листа і підпису в кінці, орієнтованих на конкретного адресата, що створює контактну раму (фрейм) листа і сприяє інтуїтивному розпізнанню його як жанру. Серед інших текстових ознак, що виявляють себе у кожному окремому листі і впливають на загальне мовне оформлення епістолярних текстів, виділено наступні: писемний характер, опосередкованість спілкування, локально-темпоральна віднесеність, антропоцентричність, суб'єктивна модальність, поліфункціональність, визначальна роль фактора адресата, спрямованість на певний перлокутивний ефект. Система мовних засобів епістолярного жанру

має стандартизований вигляд і містить у собі формули звертань; усталені одиниці початку і кінця листа, які надають йому форму цільнооформленої одиниці спілкування; директивні засоби, покликані спонукати реципієнта до певної дії або поведінки; питальні і окличні конструкції, що відтворюють психологічний настрій адресанта тощо.

Специфіка МЖ «лист» виявляється у всеосяжності тематики та функціонально-стильового плану. Лист як тип тексту наявний у межах усіх функціональних стилів, і в кожному з них він своєю формально-змістовою структурою відповідає їхнім основним параметрам. МЖ «лист» переходить із стилю в стиль, зберігаючи свою жанрову природу, ілокутивну структуру та особливості диктуму. Таким чином, лист є наскрізним, вертикальним МЖ (трансжанром), представленим у всіх функціональних стилях літературної мови. Відповідно до цих стилів у межах трансжанру «лист» можуть бути виділені певні різновиди (приватний, діловий, публіцистичний, науковий та художній листи), що характеризуються єдністю тематичного, композиційного і стилістичного компонентів у найзагальнішому вигляді.

**2.** МЖ ВЛ – цілісне синкретичне утворення, сутність якого полягає в єдності епістолярної форми і публіцистичного змісту; ускладнене фактором подвійної адресації і спрямоване на переконання адресата у правильності авторської ідеї й спонукання до дій. Релевантними характеристиками ВЛ є проблемний характер; спрямованість на осуд чи підтримку позначеного адресата; апеляція до можливостей, якими наділений формальний адресат, та до громадської думки. Специфіка ВЛ визначається, з одного боку, його приватним характером, а з іншого – функціонуванням листа у сфері масової комунікації. У результаті здійсненого аналізу, було встановлено, що ВЛ за комплексом ознак (тематичні, стилістичні характеристики, типові комунікативні ситуації, характер стосунків між комунікантами, канал спілкування, сфера функціонування) належить до епістолярних жанрів публіцистики і є складовою гіпержанру «публіцистичний лист».

Гіпержанр «публіцистичний лист» є цілісним комплексом складних МЖ (відкритий лист, лист без адреси, відозва, заява, послання, звернення), об'єднаних у межах певної комунікативної події. МЖ, що входять до складу гіпержанру «публіцистичний лист», поєднані каналом комунікації, а власне призначеністю для публікації у ЗМІ; різноспрямованим характером комунікації: автор – реципієнт – масова аудиторія; публіцистичною метою – переконати читача в доцільності авторської позиції щодо описуваного предмета чи події, завдяки чому вплинути на формування громадської думки; а також особливою епістолярною формою викладу матеріалу. Відмінності між жанрами стосуються концептуального наповнення спілкування, композиційного оформлення, варіативності змістових, формальних, комунікативно-семіотичних ознак та тактичних поворотів у розгортанні сюжету.

МЖ ВЛ складає ядро гіпержанру «публіцистичний лист». Зіставлення ВЛ із суміжними жанрами епістолярної публіцистики дозволило зробити висновок про те, що МЖ ВЛ, з одного боку, об'єднує усі вищеназвані форми мовленнєвого спілкування, з іншого – не є тотожним жодній з них. Він лише частково перетинається з ними, утворюючи самостійне явище, у межах якого перераховані жанри використовуються як можливі варіанти мовленнєвої реалізації.

**3.** Розуміння МЖ як типової моделі визначило основний принцип дослідження ВЛ – аналіз жанроутворювальних параметрів, необхідних і достатніх для впізнання, характеристики та конструювання МЖ («паспорт МЖ» Т.В. Шмельової). З метою узагальнення і створення єдиної моделі опису МЖ набір ознак моделі Т.В. Шмельової був доповнений пропозиціями інших авторів (категорією тональності та комунікативного смислу), що дало можливість представити модель МЖ ВЛ не як застиглий шаблон, а як динамічне явище, реалію мовленнєвого спілкування. Методика ілокутивно-перформативного аналізу – моделювання жанру за допомогою семантичних примітивів (А. Вежбіцька) – дозволила описати комплекс комунікативних

цілей МЖ ВЛ у їх сукупності, виділити мотиви, інтенції та інші ментальні акти мовця, які конструюють даний тип висловлення.

**4.** Аналіз матеріалу засвідчив, що ВЛ з точки зору цільової установки – поліінтенціональний оцінно-імперативний МЖ. Комунікативна мета МЖ ВЛ формується в єдності щонайменше трьох компонентів, які творять жанрову структуру ВЛ: 1) спонукати адресата листа втрутитись у хід справи, ситуацію, процес, про які йдеться; долучитись до розв'язання проблем, невирішеність яких може призвести до небажаних наслідків для окремих людей, груп чи суспільства в цілому; 2) у гострій, гранично відвертій, високоемоційній формі поставити перед громадськістю (читачами видання) питання, що мають суспільне значення; 3) дати оцінку вербалізованому адресату, ситуації, особам, про яких йдеться, сформувати відповідне до них ставлення і таким чином вплинути на громадську думку.

Встановлено, що спілкування у МЖ ВЛ характеризується асиметричністю, загальний рух комунікації відбувається «знизу вверх». Найважливішою жанроутворювальною ознакою ВЛ є фактор подвійної адресації. Формальний адресат – особа, інституція, до якої звернений лист. Істинний адресат – читацька аудиторія, на підтримку якої сподівається адресант листа. Саме тому ВЛ друкується в газеті, журналі чи Інтернеті, а не посилається в конверті безпосередньо адресату. Композиційна структура ВЛ складається з послідовності вступної, експлікальної та резюмувальної частин, змістовно інтегрованих у єдине ціле темою ВЛ. МЖ ВЛ є реактивним жанром, оскільки кожному листу передує ініціативна конфліктна ситуація, яка спонукає адресанта відреагувати. Аналіз мовленнєвих актів, що входять до складу МЖ ВЛ, дозволив зафіксувати функціонування стійкої прототипової ситуації, яка складається з чергування негативних факторів дійсності та перформативів, що експлікують варіанти її зміни.

**5.** Характер комунікації у ВЛ визначається комунікативними ролями автора і адресата. Комунікативні ролі автора і адресата ВЛ є домінантними жанроутворювальними ознаками даного МЖ, що визначають специфіку

тональності і комунікативного смислу кожного ВЛ, певним чином детермінують тематичну спрямованість та дозволяють виявити комунікативно-прагматичні різновиди ВЛ як МЖ.

Рольовий набір МЖ ВЛ містить постійні і ситуативні рольові характеристики. Аналіз довів, що довготривалі комунікативні ролі автора МЖ ВЛ («Патріот», «Народний захисник», «Борець за соціальну справедливість», «Інтелектуал-професіонал») визначають загальну та етноспецифічну тематику ВЛ, короткотривалі («Скаржник», «Порадник», «Звинувачувач», «Спростовувач», «Обурений») – комунікативний смисл і тональність. Бінарна публіцистична опозиція «свій – чужий» зумовлює формування базових комунікативних ролей формального адресата: «Герой, здатний вирішити проблему» (союзник, друг) та «Антигерой» (опонент, ворог). Експлікація у тексті позиції адресат – «чужий» породжує агресивну тональність, де авторська точка зору утверджується за допомогою різкої критики, а стилістична манера мовлення забарвлена у негативні тони; акцентування сфери «свого» – меліоративну тональність.

Реалізація зазначених рольових образів в англомовному дискурсі вирізняє більш високий ступінь толерантності, суспільної та особистісної культури, вміння виключити (або принаймні зменшити) агресію із стосунків з іншими людьми. Толерантність, притаманна англомовним текстам, протиставляється агресивності, безапеляційності та конфліктності україномовних та польськомовних текстів ВЛ. Більшість з цих текстів позначена тиском на адресата, прагненням за будь-яких обставин наполягти на своєму, змусити комуніканта відмовитись від іншої думки.

**6.** Різні репрезентації образу адресата реалізуються також на основі використання мовленнєвих категорій, передусім, шляхом застосування комунікативних стратегій і тактик. З точки зору ієрархії мотивів у МЖ ВЛ виділено комунікативні стратегії дискредитації, самопрезентації та персуазивності. Негативний мотив мовлення, прагнення викрити винних, публічно розголосити негативну оцінку, створити негативний імідж

формального адресата в очах громадськості і тим самим завдати йому моральної, психічної, емоційної шкоди реалізовується шляхом застосування стратегії дискредитації, яка експлікується відповідними вербальними засобами у тактиках звинувачення, осуду, образи, насмішки, погрози. Бажання заручитися підтримкою читачів, схилити їх на свій бік у певній справі, сформувати у свідомості адресата стійкий позитивний образ адресанта налаштовує автора ВЛ на реалізацію стратегії самопрезентації. У ВЛ стратегія представлена тактиками солідаризації та опозиціонування. Установка на реалізацію комплексного впливу на раціональну та емоційну сфери особистості читача найповніше втілюється у ВЛ шляхом обрання тактики активізації емоцій та тактики аргументації.

Комунікативні стратегії дискредитації, самопрезентації, персуазивності та ілокуції їх реалізації – універсальні для україномовних, англомовних та польськомовних адресантів ВЛ. Однак мовні засоби вираження ілокуцій різні і визначаються: 1) особливостями мовної системи автора тексту; 2) лінгвокультурною своєрідністю, що є відображенням мовної картини світу нації, до якої належить мовець; 3) стереотипами поведінки, рольовими характеристиками та соціально-статусною належністю адресанта.

Кількісні і якісні показники вибору мовленнєвих прийомів реалізації стратегій дискредитації, самопрезентації, персуазивності у МЖ ВЛ засвідчують відмінності у комунікативній поведінці українців, поляків, американців. Українці й поляки демонструють категоричність і прямолінійність, емоційність й експресивність, тимчасом американці – сталість, терпимість, аргументованість.

Таким чином, застосування прагмалінгвістичного підходу дало змогу виділити і ввести у науковий обіг раніше не досліджений новий емпіричний матеріал – МЖ ВЛ. Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у розробці типології комунікативних ролей істинного адресата ВЛ (цільової аудиторії), у встановленні кореляції між рольовими характеристиками учасників спілкування ВЛ та типом видання.

# ДОДАТКИ

## Додаток А

Таблиця 1.1

**Зіставна характеристика жанрових різновидів трансжанру «лист»**

| | Приватний лист | Діловий лист | Публіцистичний лист | Науковий лист | Художній лист |
|---|---|---|---|---|---|
| **Мета** | Спілкування. | Повідомлення. | Оцінка, переконання. | Інтелектуальне спілкування, оцінка, вплив. | Самовиявлення. |
| **Адресація** | Конкретній особі або обмеженому колу осіб. | Конкретній особі або організації. | Прогнозована аудиторія читачів, масова адресація. | Конкретній особі або групі осіб. | Нададресат (сучасники, людство). Уявні читачі. |
| **Привід до спілкування** | Психологічний привід, стимулом для комунікативної акції є інтерес до особи адресата. | Діловий привід, наявність справи, що не дозволяє зволікати і для реалізації якої не обхідна участь адресата. | Бажання переконати аудиторію у важливості справи, представленої у листі, сформувати потрібну адресантові громадську думку. | Бажання, необхідність обміну науковими міркуваннями. Критика, самокритика. | Бажання самовиявлення. Відображення емоційних станів, переживань автора. |
| **Загальна** | Збереження стабільних стосунків, контакту між двома комунікантами. | Інтерес справи. | Вплив на громадську думку. | З´ясування істини. Інтелектуальне спілкування. | Емоційно-естетичний самовияв автора. |

Продовження таблиці 1.1

| | **Приватний лист** | **Діловий лист** | **Публіцистичний лист** | **Науковий лист** | **Художній лист** |
|---|---|---|---|---|---|
| **В основі** | Обмін інформацією, що існує у вигляді розповіді, повідомлен-ня, опису. Мовною реалізацією є наративні конструкції, описово-інформуючі висловлення. | Стимулюючий акт, мовною реалізацією якого є перформативне висловлення. | Тричленний акт: інформація – оцінка – вплив, що організується шляхом використання інформативів, експресивів, директивів та декларативів. | Наукові міркування, що містять критичну оцінку, яка реалізується за допомогою інформаційно-оцінних висловлювань. Тричленний акт: теза – аргументи – висновок. | Описи емоційних станів, можливі поетичні вкраплення, що реалізуються у формі описових висловлень, експресивів. |
| **Наявність зворотнього** | Обов'язкова відповідь. Запізнення з відповіддю трактується як відхилення від норми епістолярної поведінки. | Обов'язкова відповідь. Відсутність відповіді, реакції розцінюється як порушення комунікативних правил. | Не потребує обов'язкової матеріально вираженої відповіді. Очікується відповідь у формі потрібної адресанту реакції суспільства, дії. | Зворотній зв'язок можливий за умови, що його потребує адресант. | Зворотній зв'язок у вигляді визнання, розуміння авторського задуму. |

Продовження таблиці 1.1

| | **Приватний лист** | **Діловий лист** | **Публіцистичний лист** | **Науковий лист** | **Художній лист** |
|---|---|---|---|---|---|
| **Характер** | Комунікація усвідомлюється як постійно триваюча. Характерна процесуальність, незавершеність. | Циклічний характер спілкування, його вичерпаність пов'язана з виконанням цільового завдання. | Комунікація носить випадковий, ситуативний характер. | Циклічний характер спілкування. | Ситуативний характер спілкування. Фактично автокомунікація. |
| **Характер комунікативної ситуації** | Різноманітні ситуації, обумовлені конкретним характером стосунків двох комунікантів. Характерна тематична різноплановість з обов'язковим відтворенням почуттів, думок, переживань комунікантів. | Нешироке варіювання комунікативних ситуацій, оскільки поведінка учасників регламентується їх конвенціональними ролями. Комунікація обмежена темами ділового спілкування. | Комунікативні ситуації обмежені суспільно-політичною тематикою і залежать від типу видання, в якому публікується лист. | Комунікативні ситуації обмежені колом наукових проблем, що ними цікавляться комуніканти. | Спілкування представлене різноманітними ситуаціями, які залежать від інтересів, вподобань та установок адресанта. |

Продовження таблиці 1.1

| | **Приватний лист** | **Діловий лист** | **Публіцистичний лист** | **Науковий лист** | **Художній лист** |
|---|---|---|---|---|---|
| **Тональність** | Неофіційність спілкування. Тональність нейтральна, дружня, фамільярна. | Серйозність, шанобливість, офіційність загального модусу комунікації. | Серйозність, офіційність, емоційність, експресивність загального модусу комунікації. | Тональність зумовлена ступенем знайомства і характером відносин комунікантів. Переважає офіційність, серйозність. | Розмаїття тематики зумовлюють різну тональність і смислове наповнення. |
| **Характер взаємин між комунікантами** | Ролі мають приватний характер. Несубординативність взаємин (рівний/рівному). Дописувачів поєднує спільний комунікативний досвід. | Конвенціональність ролей комунікантів. Субординативність та несубординативність взаємин. Ранговий дистантний характер стосунків, урахування вікових, соціальних, професійних рис партнера. | Конвенціональність ролей комунікантів. Переважно субординативність взаємин з нисхідним/висхідним вектором. | Конвенціональність ролей комунікантів. У більшості випадків субординативність взаємин, але можлива подекуди і несубординативність. | Відсутність реальних взаємин. Адресант залежно від мети може обирати найбільш прийнятну для себе роль. |

Продовження таблиці 1.1

| | **Приватний лист** | **Діловий лист** | **Публіцистичний лист** | **Науковий лист** | **Художній лист** |
|---|---|---|---|---|---|
| **Мовне втілення** | Залежить від мовленнєвих навичок комунікантів. Загальнолітературна і розмовна лексика, значна доля модальних та емотивних слів, розмовно-просторічні елементи. | Книжна термінологічна лексика, відсутність елементів розмовного мовлення, вигуків, модальних часток. Широко вживаються вставлені й відокремлені члени речення, в яких міститься додаткове повідомлення, коментар, спонукальні конструкції. | Синтез елементів наукового, офіційно-ділового, художнього й розмовного стилів; лексика насичена суспільно-політичними та соціально-економічними термінами, закликами, гаслами. Характерними є лозунгові слова і вирази, емоційно забарвлена фразеологія і лексика з оцінним значенням. | Науковий стиль. Наукова, книжна, професійна лексика, спеціальна і загально-наукова термінологія, абстрактні поняття. Відсутність розмовно-побутових і емоційно-експресивних слів, просторіч, діалектизмів. | Багатство лексики, переважно конкретно-чуттєвої, мова образна, багата на тропи, фігури мови. |

Таблиця 2.2

Лексико-морфологічні засоби реалізації МЖ ВЛ

| **Мовні засоби** | **Українська мова** | **Польська мова** | **Англійська мова** |
|---|---|---|---|
| Аксіологічна лексика, де оцінка міститься у денотативному компоненті значення. | *Злочинний*, *аморальний; корупція, деградація*, *процвітання, успішний, вигідний.* | *Obłudna działalność, oszukać*, *dobrobyt, ochrona człowieka, efektywność.* | *Outrageous lie, humiliating actions; refreshing, inspiring, successful.* |
| Перформативи. | *Вимагаємо, просимо, засуджуємо.* | *Stwierdzam, oskarżam, wyrażamy zaniepokojenie.* | *Denounce, resent, ask, appeal.* |
| Імперативні форми | *Припиніть неправомірні дії, підпишіть цей лист.* | *Nie popełniajcie polskich błędów, przestańcie mącić.* | *Stop killing people, don't start the new war.* |
| Квантифікатори – слова, що модифікують висловлення у кількісному відношенні | *Багато, всі, ніхто.* | *Żaden człowiek, wszyscy Polacy.* | *Everyone, some, all, nobody.* |
| Вживання займенника 1 особи множини із узагальнювальним значенням | *Ми знаємо, ми розуміємо, ми пам'ятаємо.* | *My, Pańscy zwolennicy, my razem z mieszkańcami, nasz cel.* | *We realize, we, the people, ask you; time for us, Americans.* |

Продовження таблиці 2.2

| **Мовні засоби** | **Українська мова** | **Польська мова** | **Англійська мова** |
|---|---|---|---|
| Нанизування прикметників для детальної характристики предмета мовлення, підкреслення визначальної риси. | *Антиукраїнська, антинародна, антисоціальна влада.* | *Barbarzyńska, faszystowska ideologia.* | *Undermine cross-strait relations.* |
| Лінгвістичні одиниці, що виражають політичні цінності або політичні афекти ви. | *Свобода, демократія, національні інтереси.* | *Solidarność, niepodległość, demokracja.* | *Democracy, freedom, human rights, rule of law.* |
| Ярлики. | *Кучміст, неофашист, бандерівець, самодержець, окупант, перевертень.* | *Postkomunist, agent postkomuny, sejmokracja, czerwone dynastii.* | *The anti-choice, the pro-choice, Bushism, comrade Obama.* |

Таблиця 2.3

Емоційно марковані засоби реалізації МЖ ВЛ

| Мовні засоби | Українська мова | Польська мова | Англійська мова |
|---|---|---|---|
| Лексико-синтаксичні повтори. | *Уся вона просякнута <u>зневагою</u> до Прем'єр-міністра Юлії Тимошенко, <u>зневагою</u>, що переходить у ненависть і якусь невмотивовану злобу* [24]. | *Przyjedziemy, żeby <u>rozmawiać</u>. <u>Rozmawiać</u> bezpośrednio z jego mieszkańcami. <u>Rozmawiać</u> o tym, jak zbudować obwodnicę, która chroniłaby i mieszkańców Augustowa, i mieszkańców Suwałk, i przyrodę* [55]. | *<u>You lied</u> to America. <u>You lied</u> many times* [91]. |
| Вставні та вставлені одиниці. | *Одні вклали у Вас гроші (почасти й розікравши їх), інші (я належу саме до них) - сповна вклали у Вашу перемогу свою душу* [28]. | *PiS nie potrafiło nawet zareagować z odpowiednią siłą na tak groźne dla Polski publiczne zaanonsowanie przez rząd Tuska planu sprywatyzowania (przypuszczalnie za bezcen) ponad 700 przedsiębiorstw państwowych i jednego wielkiego banku* [84]. | *There's a reason they don't call Afghanistan the "Garden State" (though they probably should, seeing how the corrupt President Karzai, whom we back, has his brother in the heroine trade raising poppies* [121]. |

Продовження таблиці 2.3

| **Мовні засоби** | **Українська мова** | **Польська мова** | **Англійська мова** |
|---|---|---|---|
| Нанизування однорідних членів речення. | *... із випущеними голубами з Ваших рук - відлітають наші українопожираючі біди: самоїдство, примітивна хуторянська «гетьманщина», спрощене розуміння української ідеї, боязнь рішучих політичних рішень, тривіальна сентиментальність замість сильної і послідовної політичної волі* [28]. | *Polacy nie są masą społeczną, nie są słupkiem sondażowym, są ludźmi wolnymi, samodzielnie myślącymi i wierzącymi w swoje ideały* [83]. | *Stop the nonsense immediately, don't be embarrassed, just change when you know you're wrong, this is always wiser than self-defeat* [107]. |
| Парцеляція. | *А Вона працює. Вся ця антиукраїнська, антинародна, антисоціальна влада* [9]. | *...w Polsce istnieją także ludzie myślący inaczej niż Pan i pańskie środowisko. Jest Pan także ich prezydentem. Moim prezydentem* [71]. | *Listen to the voices of future generations, of our children and grandchildren. Of your children. Of your grandchildren, as yet unborn* [109]. |

Продовження таблиці 2.3

| Мовні засоби | Українська мова | Польська мова | Англійська мова |
|---|---|---|---|
| Окличні речення. | *Отже, час для проявлення патріотизму до своєї рідної неньки України і об'єднання всіх патріотично налаштованих українців настав!* [11] | *Ale nie pojmuję, że godzi się Pan nakładać na siebie maskę Giertycha i jego pobratymców! Nie pojmuję, jak może Pan czuć komfort równoległego występowania na kongresach euroentuzjastów i eurosceptyków! Nie rozumiem tej gry!* [54] | *Mr. Obama, this is a flagrant violation of your commitments!* [108] |
| Риторичні питання | *З яких це пір Україною так вільно роз'їжджають добре організовані кримінальні банди, озброєні ножами, кастетами, залізними прутами, пневматичною зброєю? Хто організував цей шабаш? Хіба це не винятково небезпечна, критична проти-суспільна практика?* [38] | *Czy Pana zdaniem łódzkie gazety zgodnym chórem mają pisać - jak w czasach cenzury - tylko o sukcesach władzy? Czy chce Pan doprowadzić do tego, że za kilka lat łodzianie najliczniej obchodzić będą Wigilię w Londynie, Dublinie czy Glasgow? Czy chce Pan, by Dell, którego Pan ściągnął do Łodzi - i chwała Panu za to - musiał szukać pracowników na Ukrainie lub Białorusi?* [82] | *I know you know that there are LESS than a hundred al-Qaeda left in Afghanistan! A hundred thousand troops trying to crush a hundred guys living in caves? Are you serious? Have you drunk Bush's Kool-Aid?* [121] |

Продовження таблиці 2.3

| **Мовні засоби** | **Українська мова** | **Польська мова** | **Англійська мова** |
|---|---|---|---|
| Конструкції, що містять питання і відповіді на них. | *А тут – другий капітулятивний крок – бездарна «унія» Ющенка з уже напівзабутим Януковичем. Заради чого, якого державницького інтересу? Задля лише кількох голосів для обрання прем'єром «вірного» Єханурова* [28]. | *Co Polska może teraz zrobić? Zażądać od Litwy traktowania swych Polaków jak traktują Szwedów w Finlandi, których jest tam nie 9% jak Polaków na Litwie, a 7%* [66]. | *Iran is a great country. A great country. Does it have its haters? You bet. Just like the United States has its haters. Does it have a corrupt regime? You bet. Just like the United States has a corrupt regime. Does it want a nuclear weapon? Maybe. Do we have one? You bet* [121]. |
| Різноманітні виділення шрифтом для фокусування уваги на тому змісті, який несуть виділені одиниці. | *І якщо ЦЯ влада ТАК ненавидить ЦЮ людину, то наш вибір правильний* [6]. | *W imię wyższego celu – ratowania procesu szkoleniowego DZIECI i MŁODZIEŻY trenujących w Chojniczance i Kolejarzu, przekazano (za pośrednictwem Parku Wodnego) te pieniądze dla SENIORÓW* [52]. | *You wanted this war so badly, why aren't YOU over there putting YOUR life on the line???* [96] |

Продовження таблиці 2.3

| **Мовні засоби** | **Українська мова** | **Польська мова** | **Англійська мова** |
|---|---|---|---|
| Метафори, порівняння. | *Верховна Рада - корумпований гадючник, кучмівське болото* [28]. | *...tylu pracuje "w Pałacu" ludzi, iż mógłbym śmiało nazwać to "Mrowiskiem"* [47]. | *America's addiction to oil is rotting her soul just as booze rots a drunk's liver* [97]. |
| Прецедентні вирази. | *Колись я називала Юрія Гнаткевича вірним лицарем найпрекраснішої в світі дами — Рідної Мови. Але він у Неї, не сміє її вчити, як треба говорити, його посилають блокувати трибуну. Що ж росіяни кажуть: «Между волками жить — по волчьи выть». Отже, скачи, враже, як пан каже* [9]. | *Sugeruje zaprosić prezydenta Litwy i wyłożyć "kawe na ławe"!* [66] | *Naturally, one would expect that, when the controversy arose over Clinton and Lewinsky, it was purely a private matter of "You are willing, I am willing, as long as we are both willing," it only came from his own desires, does not represent the will of the President, it's even more "private" than President Obama meeting with the Dalai Lama, right?* [108] |

Таблиця 2.4

**Узагальнена характеристика довготривалих комунікативних ролей адресанта МЖ ВЛ**

| Тематика | Довготривалі комунікативні ролі | | | |
|---|---|---|---|---|
| | **«Патріот»** | **«Народний захисник»** | **«Борець за соціальну справедливість»** | **«Інтелектуал-професіонал»** |
| **Загальні теми** | Зовнішня і внутрішня політика; економічний і соціальний розвиток країни, обговорення «невикорінних лих» суспільства. | Захист інтересів співгромадян, які не враховуються при вирішенні важливих для країни проблем; відновлення справедливості у певній галузі громадського життя. | Питання захисту пенсіонерів, трудівників, інвалідів, малозабезпечених сімей. | Моральні, культурні, наукові, освітні, правові проблеми, у межах яких автор вважає себе безперечним фахівцем. |

Продовження таблиці 2.4

| Тематика | Довготривалі комунікативні ролі | | | |
|---|---|---|---|---|
| | **«Патріот»** | **«Народний захисник»** | **«Борець за соціальну справедливість»** | **«Інтелектуал-професіонал»** |
| **Етноспецифічні теми** | В американській лінгвокультурі – винятковість та обраність США як супердержави; «боротьба з тероризмом»; в українській – функціонування української мови; оцінка діяльності ОУН-УПА, голодомор 1932-33 рр; в польській – політика посткомунізму. | У польській лінгвокультурі – захист прав євреїв у Польщі; оцінка історичного минулого за участі євреїв у часи ІІ Світової війни. | В американській лінгвокультурі – захист прав сексуальних меншин. | |

Продовження таблиці 2.4

| | **Довготривалі комунікативні ролі** | | | |
|---|---|---|---|---|
| | **«Патріот»** | **«Народний захисник»** | **«Борець за соціальну справедливість»** | **«Інтелектуал-професіонал»** |
| **Мовленнєві кореляти ролі** | Маркери, що актуалізують концепти відданості, боротьби в ім’я батьківщини; ключові слова, що позначають ціннісні домінанти певної лінгвокультури, політичні афективи. | Інклюзивні займенники 1-ї особи множини зі значенням спільності, часто у поєднанні з відокремленим уточненням; етноніми; лексеми із значенням спільності; лексеми з компонентом групової (соціальної) віднесеності; лозунги, директиви. | Апеляція до певного соціального прошарку, маніпуляція цифрами, статистичними даними; використання лексем із значенням спільності. | Переконлива аргументація, побудована на конкретних фактах, цитатах, посиланнях на статті Конституції та наукові джерела; книжна, спеціальна лексика. |

Таблиця 2.5

**Узагальнена характеристика короткотривалих комунікативних ролей адресанта МЖ ВЛ**

| Роль | Комунікативні параметри | |
|---|---|---|
| | **Комунікативний смисл** | **Тональність** |
| **«Скаржник»** | Висловлення невдоволення з приводу незаконних або неправильних дій стосовно особи адресанта, презентація себе як жертви обставин. Прагнення вплинути на формального адресата з метою спонукання його до зміни ситуації, оскільки це входить до сфери його повноважень. | У цілому емоційна, прохальна, іноді улеслива; за орієнтацією на внутрішній стан мовця – ображена, сердита. |
| **«Викажчик»** | Доведення до відома керівництва негативних вчинків особи, про яку повідомляється у листі, з метою спонукання до її покарання. | Звинувачувально-викривальний тон висловлювань, таємнича, вимоглива тональність |
| **«Спростовувач»** | Доведення неправильності, помилковості, хибності певних тверджень, переконань тощо або спростування негативної оцінки своєї поведінки шляхом повідомлення про справжній стан речей | У цілому емоційна, ділова, впевнена часом насмішкувата, зневажлива, саркастична, коли йдеться про оцінку адресантом розумових здібностей, слів або дій опонента. |

Продовження таблиці 2.5

| Роль | Комунікативні параметри | |
|---|---|---|
| | **Комунікативний смисл** | **Тональність** |
| **«Порадник»** | Пропозиція, вказівка, напучення адресата з метою спрямувати його на більш розумний, практичний, корисний, з погляду адресанта, образ дій. | Серйозна, делікатна, іноді прямолінійна, вимоглива, нахабна чи іронічна. |
| **«Звинувачувач»** | Звинувачення формального адресата за скоєння ним певної дії, злочину, порушення певних норм і законів, встановлених у суспільстві, а також розкриття, виявлення його негативних намірів, якостей з метою зниження його авторитету в очах громадськості. | Звинувачувально-викривальна, агресивна, конфронтаційна, ворожа, зневажлива, емоційна тональність. |
| **«Обурений»** | Дати вихід негативним бурхливим емоціям з певного приводу; у високоемоційній формі наголосити на неможливості збереження наявного стану речей; необхідності вирішення проблем, означених у листі. | Тональність варіюється від гніву, злості до роздратування і втрати самовладання. |

Таблиця 3.6

**Відносне відсоткове співвідношення комунікативних тактик**

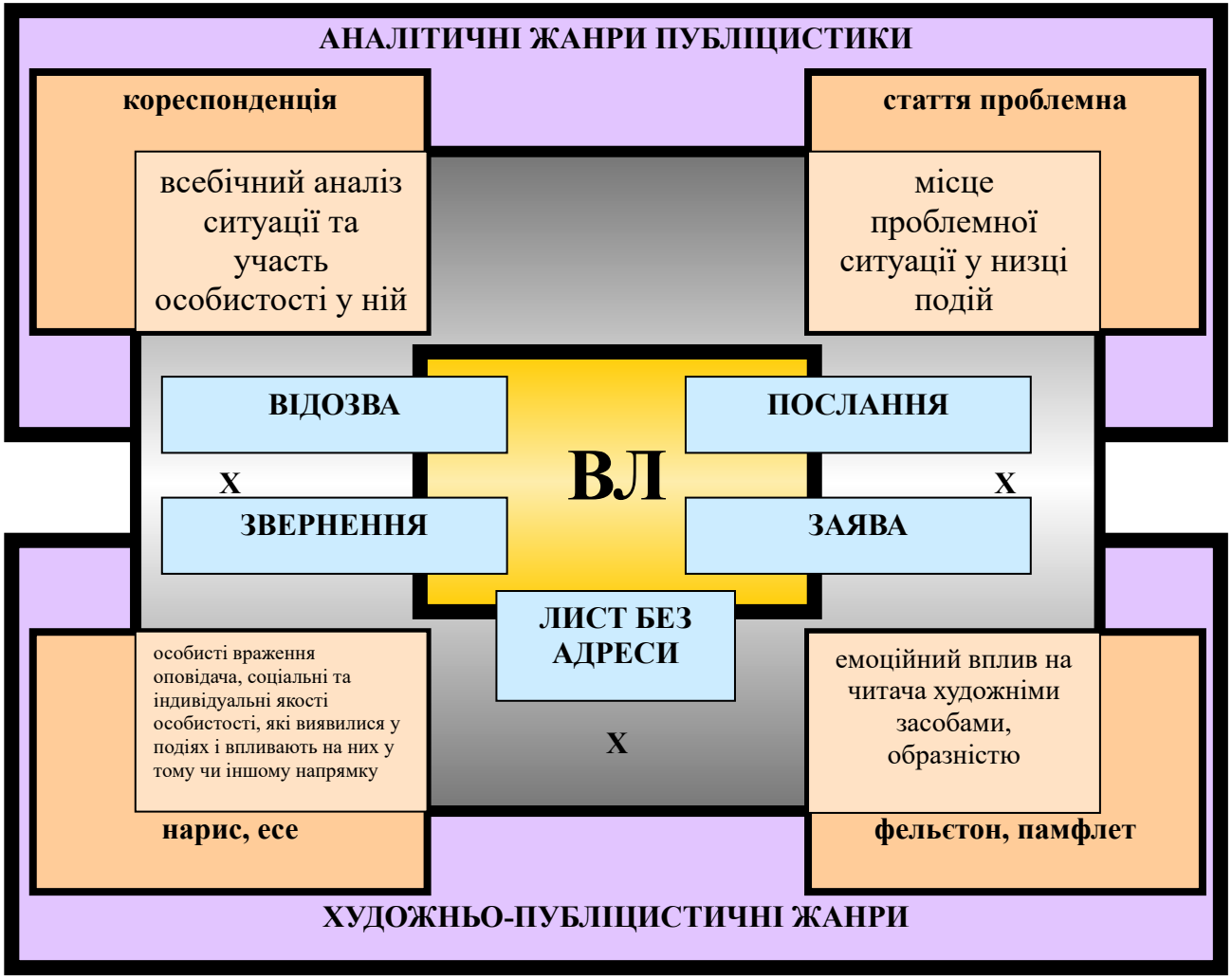
**в українській, польській, американській лінгвокультурах**

| Лінгвокультури | Стратегії | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Дискредитація | | | Самопрезентація | | | Персуазивність | | |
| | Звинувачення | Осуд | Образа | Насмішка | Погроза | Солідаризація | Опозиційнування | Аргументація | Активізація емоцій |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| **Українська** | 41,7 | 41,5 | 6,8 | 5,8 | 4,2 | 46,7 | 53,3 | 41,7 | 58,3 |
| **Польська** | 40,0 | 45,1 | 4,8 | 6,2 | 3,9 | 42,8 | 57,2 | 46,9 | 53,1 |
| **Американська** | 33,8 | 54,4 | 3,1 | 7,5 | 1,2 | 62,9 | 37,1 | 78,7 | 21,3 |

**Додаток Б**

Схема 1.1

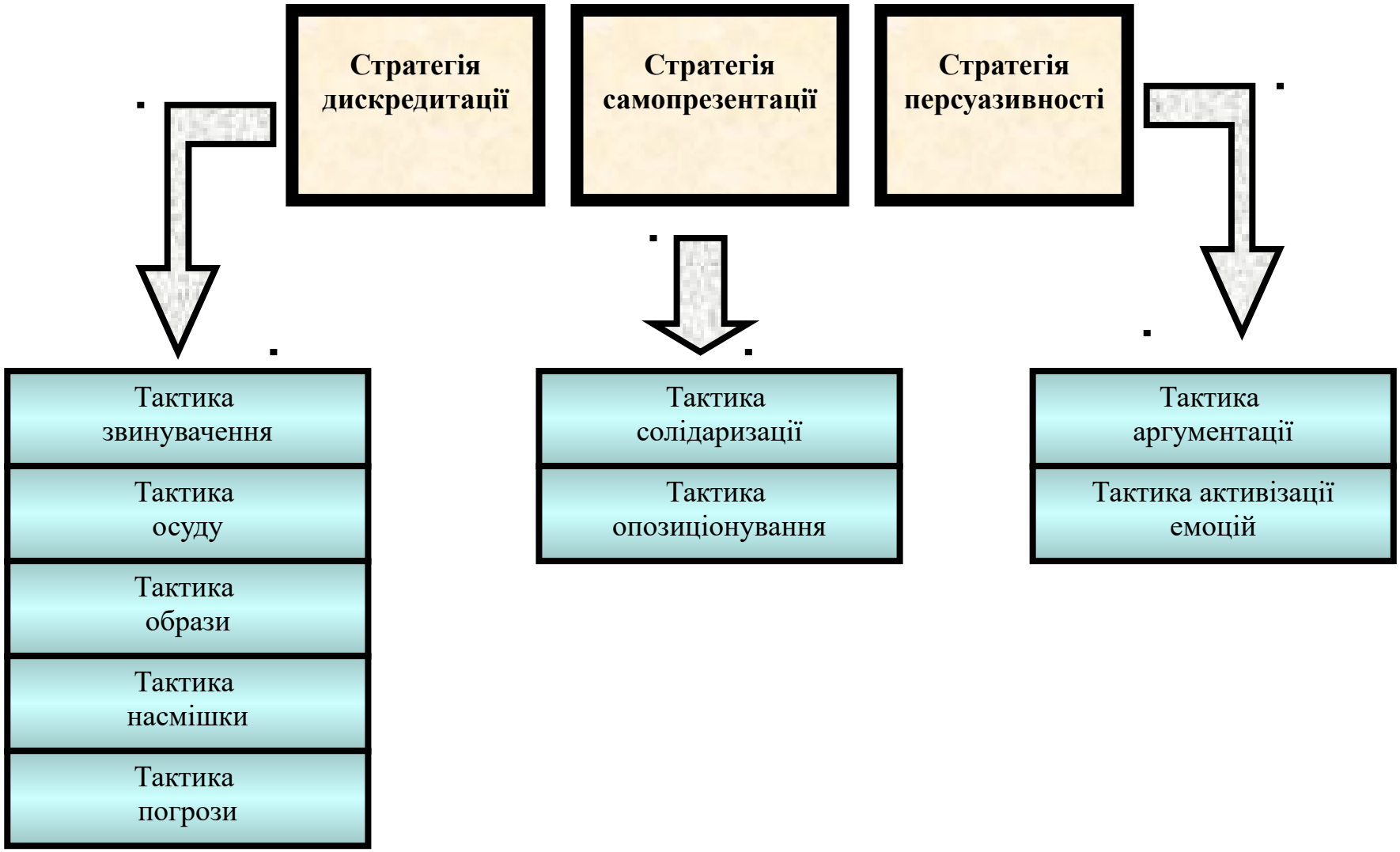
**ВЛ у системі публіцистичних жанрів**




Х Х

Схема 3.2

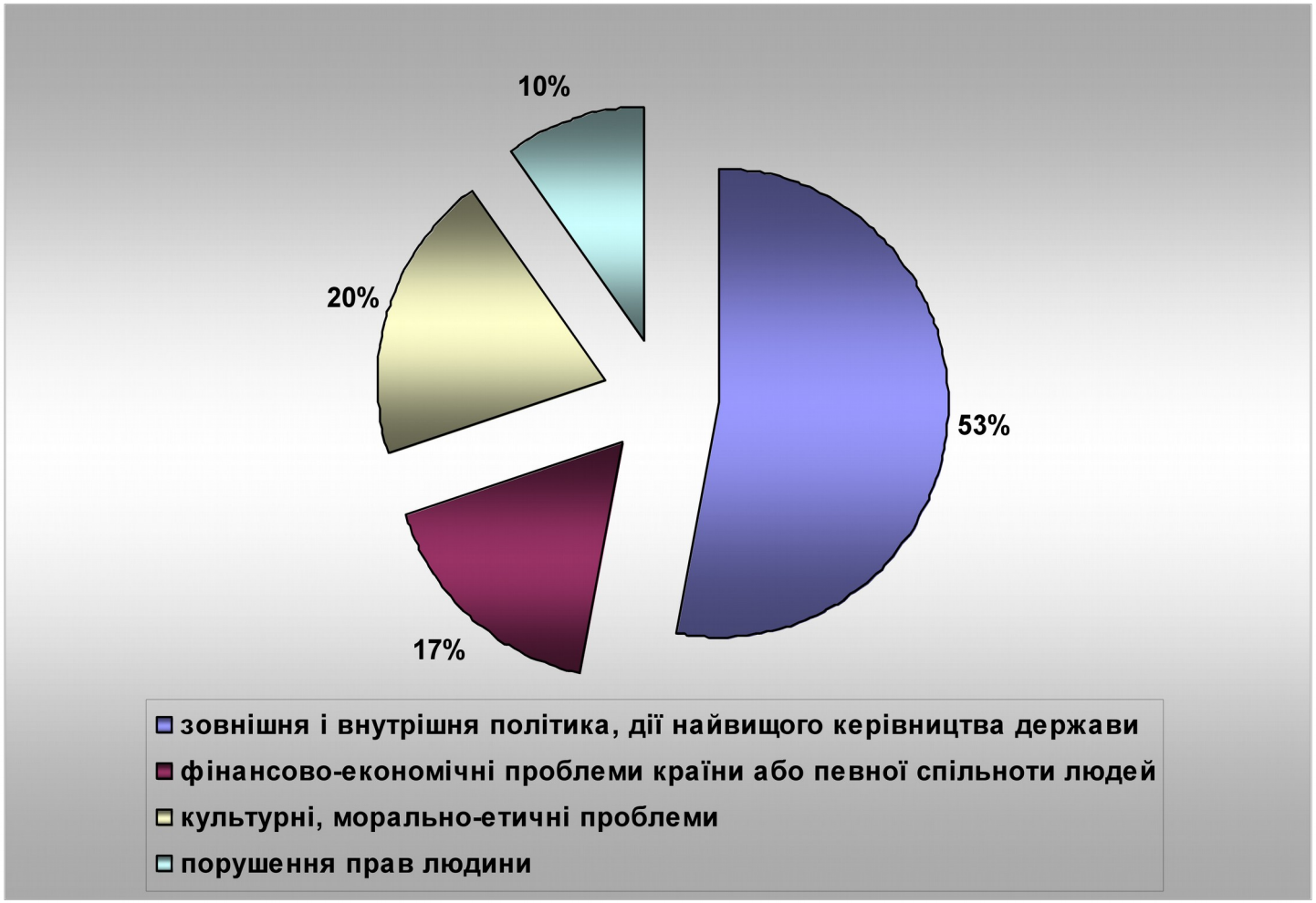
**Комунікативні стратегії і тактики МЖ ВЛ**



## Додаток В

Діаграма 2.1

**Тематика конфліктних ситуацій, що провокують появу відкритих листів**

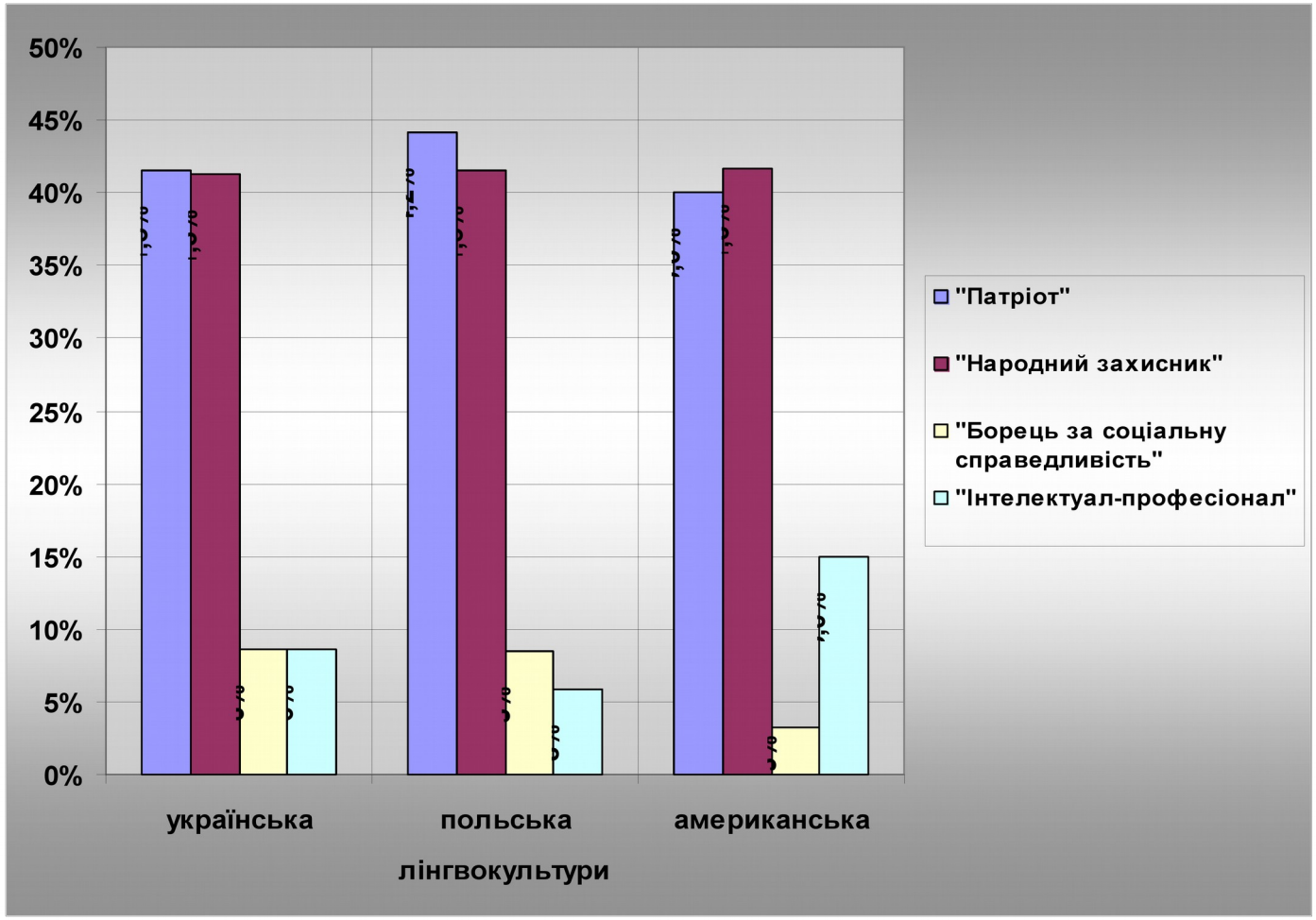


Діаграма 2.2

**Очікуване комунікативне майбутнє МЖ ВЛ**

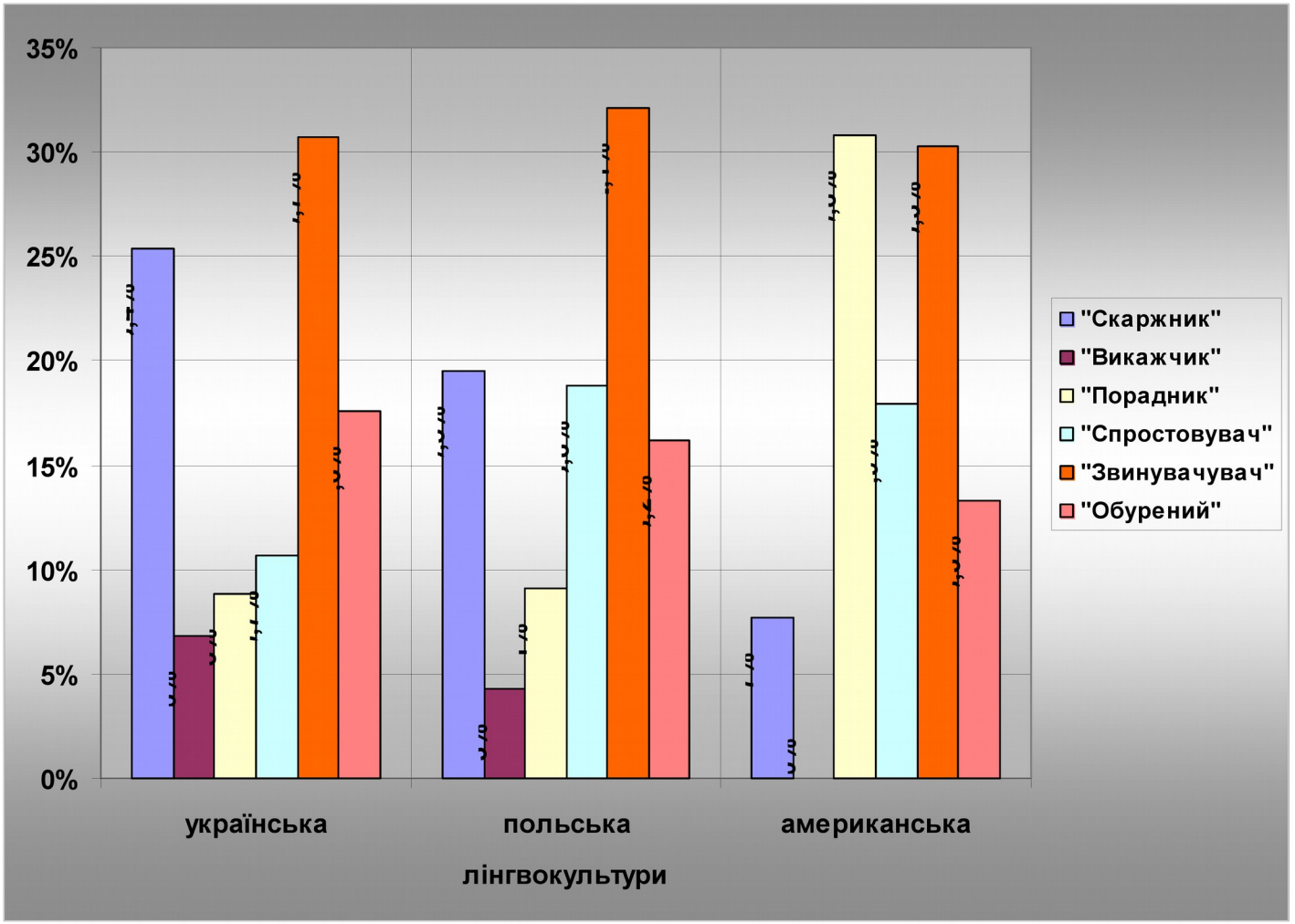
Діаграма 2.3

**Відсоткові показники функціонування довготривалих комунікативних ролей адресанта МЖ ВЛ**



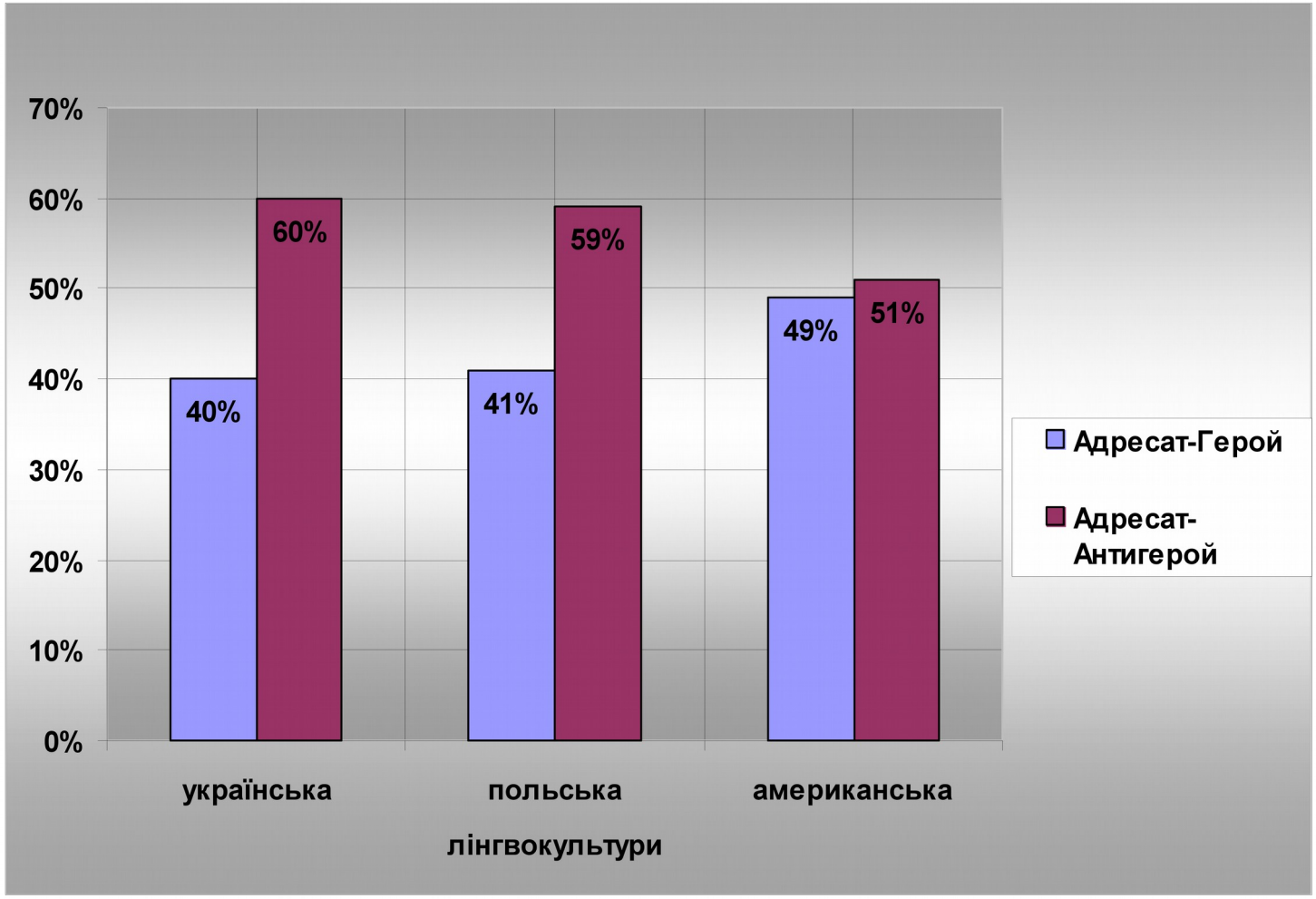
Діаграма 2.4

**Відносне відсоткове співвідношення короткотривалих комунікативних ролей адресанта МЖ ВЛ**



Діаграма 2.5

**Відносне відсоткове співвідношення комунікативних ролей формального адресата МЖ ВЛ**



# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ


1. *Акопов А. И.* Аналитические жанры публицистики. Письмо. Корреспонденция. Статья: учебно-метод. пособие для студентов-журналистов / А. И. Акопов. – Ростов-на-Дону : Изд-во ин-та массовых коммуникаций, 1996. – 90 с.
2. *Антология речевых жанров* : повседневная коммуникация / [отв. ред. К. Ф. Седов]. – М. : Лабиринт, 2007. – 320 с.
3. *Антоненко С. В.* Структура писем А. С. Пушкина : лингвостилистика текста / С. В. Антоненко. – К. : Знання, 2000. – 154 с.
4. *Антонова Ю. А.* Коммуникативные стратегии и тактики в современном газетном дискурсе : отклики на террористический акт : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.01. «Русский язык» / Ю.А. Антонова. – Екатеринбург, 2007. – 23 с.
5. *Арутюнова Н. Д.* Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова – М. : Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
6. *Багдасарян Т. О.* Тональность как компонент модели речевого жанра / Т. О. Багдасарян // Жанры речи. – Саратов, 2002. – Вып. 3. – С. 240–245.
7. *Баліцька М.* Роль адресанта в реалізації мовленнєвого жанру прохання / М. Баліцька // Вісник Львів. ун-ту. Серія філологічна. – Л., 2006. – Вип. 38. – Ч. ІІ. – С. 130–134.
8. *Баоянь У.* Коммуникативные стратегии и тактики и языковые средства их реализации в русскоязычной неформальной межличностной дискуссии : на материале Интернет-дневников : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.01. «Русский язык» / У. Баоянь. – М., 2008. – 24 с.
9. *Баранов А. Н.* Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание /

А. Н. Баранов, П. Б. Паршин // Роль языка в средствах массовой коммуникации. – М., 1986. – С. 104–109.

10. *Баркова М. В.* Эпистолярный жанр : история и современность : учебно-метод. пособие / М. В. Баркова. – Арзамас : АГПИ им. А. П. Гайдара, 2006. – 103 с.
11. *Бахтин М. М.* Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М., 1979. – С. 237–280.
12. *Бацевич Ф. С.* Лінгвістична генологія : проблеми і перспективи / Ф. С. Бацевич. – Львів : ПАІС, 2005. – 264 с.
13. *Бацевич Ф. С.* Нариси з комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 281 с.
14. *Бацевич Ф.* С. Нариси з лінгвістичної прагматики / Ф. С. Бацевич. – Львів : ПАІС. – 336 с.
15. *Белунова Н. И.* Дружеские письма творческой интеллигенции конца XIX – начала XX в. (жанр и текст писем) / Н. И. Белунова. – СПб : Изд-во СПб. ун-та, 2000. – 140 с.
16. *Беседа Е. Н.* Лингвотекстовые особенности речевого жанра «читательский отклик» : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.19. «Теория языка» / Е. Н. Беседа. – Курск, 2008. – 24 с.
17. *Богданов В. В.* Текст и текстовое общение / В. В. Богданов – СПб. : Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та, 1993. – 68 с.
18. *Борисова И. Н.* Категория цели и аспекты текстового анализа / И. Н. Борисова // Жанры речи. – Саратов, 1999. – С. 85–100.
19. *Брага І. І.* Про один із засобів графосемантики (на матеріалі газетних текстів) / І. І. Брага // Актуальные проблемы вербальной коммуникации. Язык и общество. – К., 2004. – С. 18–21.

20. *Васильєва Г.* Превентив як мовленнєвий жанр / Г. Васильєва // Лінгвістичні студії : зб. наук. праць. – 2008. – Вип. 16. — Донецьк. — С. 241–245.

21. *Вежбицкая А.* Речевые жанры / А. Вежбицкая // Жанры речи. – Саратов, 1997. – Вып. 1. – С. 99–112.

22. *Великий тлумачний словник сучасної української мови* (з дод. і допов.) / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.

23. *Вєтрова Е. С.* Семантика і функціонально-комунікативний аспект етикетних одиниць в епістолярній спадщині українських письменників XIX ст. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.02.01. «Українська мова» / Е. С. Вєтрова. – Донецьк, 2004. – 20 с.

24. *Виноградова Е. М.* Эпистолярные речевые жанры : прагматика и семантика текста : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.02. «Языки народов Российской Федерации (с указанием конкретного языка или языковой семьи)» / Е. М. Виноградова. – М., 1991. – 16 с.

25. *Винокур Т. Г.* Говорящий и слушающий : варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур – М. : Наука, 1993. – 172 с.

26. *Водак Р.* Специальный язык и жаргон : о типе текста «партийная программа» / Р. Водак // Язык. Дискурс. Политика. – Волгоград, 1997. – С. 24–34.

27. *Волкова Н. А.* Высмеивание и аргументирование : проблема взаимодействия речевых жанров : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : 10.02.19 «Теория языка» / Н. А. Волкова. – Тверь, 2005. – 18 с.

28. *Володина М. Н.* СМИ как форма «общественного диалога» / М. Н. Володина // Язык современной публицистики : сб. ст. – М., 2005. – С. 31–43.

29. *Володина М. Н.* Язык массовой коммуникации – основное средство информационного воздействия на общественное сознание / М. Н. Володина // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М. : МГУ, 2001. – С. 13–25.

30. *Вольвак Н. П.* Фактор адресата в публичном аргументирующем дискурсе : монография / Н. П. Вольвак. – Южно-Сахалинск : Изд-во СахГУ, 2004. – 167 с.

31. *Вяткина И. А.* Диглоссия русских маргинальных жанров : домашняя поэзия и эпистолярий В. А. Жуковского : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.01. «Русский язык» / И. А. Вяткина. – Томск, 2007. – 20с.

32. *Гайда Ст.* Жанры разговорных высказываний / Ст. Гайда // Жанры речи. – Саратов, 1999. – Вып. 2. – С. 103–112.

33. *Гайда Ст.* Проблема жанра / Ст. Гайда // Функциональная стилистика : теория стилей и их языковая реализация. – Пермь, 1986. – С. 22–29.

34. *Гасанов И. Б.* Национальные стереотипы и «образ врага» / И. Б. Гасанов // Психология национальной нетерпимости: хрестоматия. – Минск, 1998. – 191 с.

35. *Гиндин С. И.* Биография в структуре писем и эпистолярного произведения / С. И. Гиндин // Язык и личность. – М., 1989. – С. 63–77.

36. *Глинкина А. А.* Функционирование языковых единиц в эпистолярном жанре / А. А. Глинкина // Функционирование языковых единиц в современном русском языке. – Магнитогорск, 1995. – С. 3–19.

37. *Гольдин В. Е.* Имена речевых событий, поступков и жанры русской речи / В. Е. Гольдин // Жанры речи. – Саратов, 1997. – Вып. 1. – С. 23–34.

38. *Гольдин В. Е.* Проблемы жанроведения / В. Е. Гольдин // Жанры речи. – Саратов, 1999. – Вып. 2. – С. 4–8.

39. *Горина Е. В.* Газета в аспекте речевого воздействия на личность : дис. … канд. филолог. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Горина Евгения Владимировна. – Екатеринбург, 2004. – 247 с.

40. *Григорьева А. С.* Статистическая структура русского эпистолярного текста (лексика частных писем) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук спец. 10.02.01. «Русский язык». – Л., 1981. – 20 с.

41. *Гулакова И. И.* Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык», 10.02.19 «Теория языка» / И. И. Гулакова – Орел, 2004. – 19 с.

42. *Гулякова И. Г.* О специфике описания эпистолярного текста / И. Г. Гулякова // Стилистика : функциональные разновидности русского языка : материалы XXI Всерос. науч.-метод. конф. преподавателей и аспирантов, 11 – 16 марта 2002 г. – СПб., 2002. – Вып. 13.– С. 48–53.

43. *Гусева О. В.* Лингвопрагматический анализ дискурсивно-идиоматических параметров открытого письма в современном английском языке : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / О. В. Гусева. – Иркутск, 2000. – 18 с.

44. *Данилова А. А.* Язык СМИ : способы скрытого воздействия на сознание / А. А. Данилова // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М., 2008. – С. 273–275.

45. *Данкер З. М.* Функционально-семантическая организация текста частного письма (ситуация установления контакта) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / З. М. Данкер. – СПб., 1998. – 16 с.

46. *Дейк ван Т. А.* Язык. Познание. Комуникация : пер. с англ. / Т. А. Ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.

47. *Дементьев В. В.* Вторичные речевые жанры : онтология непрямой коммуникации / В. В. Дементьев // Жанры речи. – Саратов, 1999а. – Вып. 2. – С. 31–46.

48. *Дементьев В. В.* Изучение речевых жанров : обзор работ в современной русистике / В. В. Дементьев // Вопросы языкознания. – 1997а. – № 1. – С. 109–121.

49. *Дементьев В. В.* Коммуникативная генристика : речевые жанры как средство формализации социального взаимодействия / В. В. Дементьев // Жанры речи.– Саратов, 2002. – Вып. 3. – С. 18–40.

50. *Дементьев В. В.* Непрямая коммуникация / В. В. Дементьев. – М. : Гнозис, 2006. – 376 с.

51. *Дементьев В. В.* Теория речевых жанров / В. В. Дементьев. – М.: Знак, 2010. – 600 с.

52. *Дементьев В. В.* Социопрагматический аспект теории речевых жанров : учеб. пособие / В. В. Дементьев, К. Ф. Седов. – Саратов : Изд-во Саратов. пед. ин-та, 1998. – 107 с.

53. *Денисов Д. А.* Идентификация образа врага в политической коммуникации / Д. А. Денисов // Вестник РГГУ. Серия «Политология. Социально-коммуникативные науки». – № 1. – 2009. – С. 113–125.

54. *Дерпак О. В.* Конфронтативні мовленнєві жанри : комунікативно-прагматичний та мовний аспекти (на матеріалі української, англійської та польської мов) : автореф. дис. на здобуття. наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.02.15. «Загальне мовознавство» / О. В. Дерпак. – К., 2005. – 17 с.

55. *Дмитриева О. Л.* Ярлык в парламентской речи / О. Л. Дмитриева // Культура парламентской речи. – М., 1994. – С. 90–96.

56. *Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: системный поход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Т. Г. Добросклонская – М. : Флинта: Наука, 2008. – 264 с.

57. *Довганюк І.* Виправдання як мовленнєвий жанр у сучасному німецькому політичному дискурсі / І. Довганюк // Вісник Львів. ун-ту. Іноземні мови. – 2008. – Вип. 15. – С. 42–48.

58. *Долинин К. А.* Проблема речевых жанров через сорок пять лет после статьи Бахтина / К. А. Долинин // Русистика : лингвистическая парадигма конца XX века. – СПб., 1998. – С. 35–46.

59. *Долинин К. А.* Речевые жанры как средство организации социального взаимодействия / К. А. Долинин // Жанры речи. – Саратов, 1999. – Вып. 2. – С. 7–13.

60. *Дубинина А. М.* Русско-французский эпистолярий I половины XIX века : фразеология и иноязычные вкрапления : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.01. «Русский язык», 10.02.19 «Теория языка» / А. М. Дубинина. – Брянск, 2005. – 21 с.

61. *Дубровская Т. В.* Речевые жанры «осуждение» и «обвинение» в русском и английском речевом общении : дис. … канд. филолог. наук : 10.02.19. / Дубровская Татьяна Викторовна. – Саратов, 2003. – 233 с.

62. *Дудоладова О. В.* К вопросу об определении медиа-дискурса / О. В. Дудоладова // Культура народов Причорноморья. – 2006. – Т. 1. – № 82. – С. 129–131.

63. *Дускаева Л. Р.* Диалогичность современных газетных текстов в аспекте речевых жанров / Лилия Рашидовна Дускаева – Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 2003. – 112 с.

64. *Дускаева Л. Р.* Принципы типологии газетных речевых жанров / Л. Р. Дускаева // Язык современной публицистики. – М., 2005. – С. 115–141.

65. *Дяків Х.* Застереження у сучасній німецькій мові : жанротвірні ознаки / Х. Дяків // Вісник Львів. ун-ту. Іноземні мови. – 2008. – Вип. 15. – С. 97–106.

66. *Евгеньева Т. В.* Образ «врага» как фактор формирования национальной идентичности современной российской молодежи / Т. В. Евгеньева, Л. В. Селезнева // Полития. – 2007. – № 3. – С. 83–92.

67. *Жанры речи* : [сб. ст. / отв. ред. В. Е. Гольдин]. – Саратов : Колледж, 1997. – Вып. 1. – 212 с.

68. *Жанры речи* : [сб. ст. / отв. ред. В. Е. Гольдин]. – Саратов : Колледж, 1999. – Вып. 2. – 287 с.

69. *Жанры речи* : [сб. ст. / отв. ред. В. Е. Гольдин]. – Саратов : Колледж, 2002. – Вып. 3. – 318 с.

70. *Жанры речи : жанр и концепт* : [сб. ст. / отв. ред. В. В. Дементьев]. – Саратов : Колледж, 2005. – Вып. 4. – 438 с.

71. *Заза Ю. Я.* Теми-табу мовленнєвого жанру привітання (на матеріалі арабської мови) / Ю. Я. Заза // Вісник Львів. ун-ту. Серія філологічна. – Л., 2008. – Вип. 45. – С. 107–111.

72. *Зигманн Ж. В.* Структура современного политического дискурса : речевые жанры и речевые стратегии : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Ж. В. Зигманн. – М., 2003. – 20 с.

73. *Иванова С. В.* Политический медиа-дискурс в фокусе лингвокультурологии / С. В. Иванова // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2008. – Вып. 1 (24). – С. 29–33.

74. *Иванова Ю. М.* Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : 10.02.19. «Теория языка» / Ю. М. Иванова. – Волгоград, 2003. – 19 с.

75. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : КомКнига, 2006. – 288 с.

76. *Кабанова Т. Н.* Эпистолярный текст частной переписки в аспекте теории речевого общения : (на материале рукописных и опубликованных текстов XX в.) : автореф. дис. на соискание науч.

степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык»/ Т. Н. Кабанова – Челябинск, 2004. – 24 с.

77. *Казеко Т. Н.* Разговорная речь и бытовые письма / Т. Н. Казеко // Вопросы стилистики. – Саратов, 1989. – Вып. 23. – С. 97–112.

78. *Каирова Т. С.* Особенности коммуникативной направленности эпистолярного текста / Т. С. Каирова // Труды МГПИИЯ им. М. Тореза. – М., 1986. – Вып. 26. – С. 87–103.

79. *Кайда Л. Г.* Стилистика текста : от теории композиции – к декодированию. учеб. пособие / Л. Г. Кайда – М. : Флинта : Наука, 2005. – 208 с.

80. *Каминский П. П.* Принципы исследования публицистики на современном этапе / П. П. Каминский // Вестник Томского гос. ун-та. – 2007. – № 1. – С. 97–105.

81. *Карасев П. С.* Открытое письмо – публицистический жанр / П. С. Карасев // Проблемы газетных жанров. – Л., 1962. – С. 39–55.

82. *Карасик В. И.* О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс. – Волгоград, 2000. – С. 5–20.

83. *Карасик В. И.* Структура институционального дискурса / В. И. Карасик // Проблемы речевой коммуникации. – Саратов, 2000. – С. 25–33.

84. *Карасик В. И.* Этнокультурные типы институционального дискурса / В. И. Карасик // Этнокультурная специфика речевой деятельности : сб. обзоров. – М., 2000. – С. 37–64.

85. *Карасик В. И.* Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 390 с.

86. *Карасик В. И.* Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2002. – 333 с.

87. *Кибрик А. А.* О смысле понятия «дискурс СМИ» / А. А. Кибрик // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М. – 2008. – С. 179–182.

88. *Клушина Н. И.* Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000 – 2008 гг.) : автореф. дис. на соискание науч. степени доктора филолог. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика» / Н. И. Клушина. – М., 2008. – 38 с.

89. *Клушина Н. И.* Образ врага (о военной риторике в мирное время) / Н. И. Клушина // Язык современной публицистики. – М., 2005. – С. 144–161.

90. *Клушина Н. И.* Общие особенности публицистического стиля / Н. И. Клушина // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М., 2003. – С. 269–288.

91. *Ковалева Н. А.* Русское частное письмо 19 в. (Коммуникация. Жанр. Речевая структура) / Н. А. Ковалева. – М. : СпортАкадемПресс, 2001. – 284 с.

92. *Ковалева Т. В.* Лингвопрагматический аспект текста «письмо» (на материале современной немецкой литературы) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.04. «Германские языки» / Т. В. Ковалева. – М., 1993. – 21 с.

93. *Кожина М. Н.* Речевой жанр и речевой акт (некоторые аспекты проблемы) / М. Н. Кожина // Жанры речи. – Саратов, 1999. – Вып. 2. – С. 52–61.

94. *Колпакова В. Г.* Функционирование языковых средств в письме-отклике как жанре публицистического стиля / В. Г. Колпакова // Функционирование языковых единиц в синхронии и диахронии. – Таллин, 1989. – С. 72–84.

95. *Комарова С. И.* Функционирование перифразы в эпистолярном стиле вт. п. XVIII века : автореф. дис. на соисканиен науч. степени канд.

филолог. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / С. И. Комарова. – Днепропетровск, 1990. – 17 с.

96. *Кондратенко Н. В.* Український політичний дискурс / Н. В. Кондратенко – Одеса : Чорномор'я, 2007. – 156 с.

97. *Коньков В. И.* Речевая структура газетных жанров : уч. пособие / В. И. Коньков – СПб. : Роза мира, 2004. – 219 с.

98. *Копнина Г. А.* Речевое манипулирование: учеб. пособие / Г. А. Копнина. – М.: Флинта, 2008. – 176 с.

99. *Кормилицына М. А.* Категория вежливости в оценочных речевых жанрах / М. А. Кормилицына, Г. Р. Шамьенова // Жанры речи. – Саратов, 1999. – Вып. 2. – С. 257–266.

100. *Кормилицына М. А.* Языковая личность В. В. Виноградова в его письмах к жене / М. А. Кормилицына // Вопросы стилистики. – Саратов, 1996. – Вып. 26. – С. 63–71.

101. *Костомаров В. Г.* Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности современной газетной публицистики / В. Г. Костомаров. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1971. – 268 с.

102. *Краткая литературная энциклопедия* / [ред. А. А. Сурков]. – М. : Советская энциклопедия, 1967. – Т. 5. – 923 с.

103. *Крысин Л. П.* Речевое общение и социальные роли говорящих / Л. П. Крысин // Социально-лингвистические исследования. – М., 1977. – С. 42–51.

104. *Куварова О. К.* Експлікація комунікативного фону письмового тексту (на матеріалі російського дипломатичного листування початку XIX століття) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.02.02 «Російська мова» / О. К. Куварова. – Дніпропетровськ, 1996. – 19 с.

105. *Кузьменко В. І.* Письменницький епістолярій в українському літературному процесі 20-50-х років XX ст. / В. І. Кузьменко – К. : Просвіта, 1998. – 305 с.

106. *Курьянович А. В.* Инвективные речевые жанры в пространстве современной межличностной коммуникации / А. В. Курьянович // Вестник ТГПУ. – Серия «Гуманитарные науки (филология)». – 2005. – Вып. 3 (47). – С. 106–111.

107. *Курьянович А. В.* Функциональные возможности эпистолярного дискурса как особой формы межличностной коммуникации / А. В. Курьянович // Вестник ТГПУ. – 2009. – Вып. 9. – С. 146–150.

108. *Кусов Г. В.* Оскорбление как иллокутивный лингвокультурный концепт : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / Г. В. Кусов. – Волгоград, 2004. – 27 с.

109. *Кустова О. Ю.* Письмо как самостоятельный текст и как композиционная часть художественного произведения : дис. … кандидата филолог. наук : 10.02.04 / Кустова Ольга Юрьевна. – СПб., 1998. – 225 с.

110. *Ленець К.* «Друже мій єдиний!» (початкова формула-звертання у листах Т.Шевченка) / К. Ленець // Урок української. – 2003. – № 8–9. – С. 31–32.

111. *Лингвистический энциклопедический словарь* / [ред. В. Н. Ярцева]. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – 683с.

112. *Липко Ю. Г.* Коммуникативно-прагматические аспекты дискурса жалобы в современном английском языке : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : 10.02.04 «Германские языки» / Ю. Г. Липко. – Иркутск, 2006. – 21 с.

113. *Литературный энциклопедический словарь* / [под общ. ред. В. М. Кожевникова, Т. А.Николаева]. – М. : Советская энциклопедия, 1987. – 456 с.

114. *Лінгвістичні аспекти мовної комунікації* : функціонально-прагматичний, семантичний та когнітивний параметри досліджень :

матеріали міжнар. конф. / відп. ред. В. М. Докашенко. – Горлівка : ГДПІІ, 2008. – 224 с.

115. *Максимова Н. В.* Функционирование чужой речи в письмах-откликах (на архивном материале отдела писем «Учительская газета») : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Н. В. Максимова. – СПб., 1995. – 19 с.

116. *Матвеева Т. В.* К лингвистической теории жанра / Т. В. Матвеева // Collegium. – 1995. – № 1–2. – С. 65–72.

117. *Матвеева Т. В.* Тональность разговорного текста : три способа представления / Т. В. Матвеева // Stylistyka V. – 1996. – Opole. – С. 210–221.

118. *Матвеева Т. В.* Функциональные стили в аспекте текстовых категорий : синхронно-сопоставительный очерк / Т. В. Матвеева. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1990. – 168 с.

119. *Мацько Л. І.* Стилістика української мови : підручник / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько. – К. : Вища школа, 2003. – 462 с.

120. *Мовленнєві жанри в міжкультурній комунікації* / Р. Помірко, Ф. Бацевич, А. Паславська. – Львів : ПАІС, 2010. – 280 с.

121. *Мясников И. Ю.* Жанры речи в дискурсе периодического издания : специфика дискурса и описательная модель речевого жанра : дис. ... канд. филолог. наук : 10.02.01 / Мясников Илья Юрьевич. – Томск, 2005. – 212 с.

122. *Наер В. Л.* К проблеме жанра в системе функционально-стилистической дифференциации языка / В. Л. Наер // Стилистические аспекты устной и письменной коммуникации. – М., 1987. – С. 39–47.

123. *Назарук М. Й.* Українська епістолярна проза к. XVI – п. XVII ст. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.01.02 «Російська література» / М. Й. Назарук. – К., 1994. – 25 с.

124. *Нерух О. О.* Аналітичні жанри : метод. матеріали для студ. заочного та дистанційного навчання з спец. «Журналістика» / О. О. Нерух. – Харків : Вид-во ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2002. – 22 с.

125. *Нижникова Л. В.* Письмо как тип текста : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / Л. В. Нижникова. – Одесса, 1991. – 17 с.

126. *Никитина К. В.* Технологии речевой манипуляции в политическом дискурсе СМИ : на материале газет США : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / К. В. Никитина. – Уфа, 2006. – 22 с.

127. *Никитина О. В.* Семантико-стилистический анализ писательского эпистолярия : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.01. «Русский язык» / О. В. Никитина. – Саратов, 1999. – 17 с.

128. *Ножкина Э. М.* Языковая личность в структуре письма / Э. М. Ножкина // Вопросы стилистики. – Саратов, 1996. – Вып. 26. – С. 53–63.

129. *Орлова Н. В.* Жанры разговорной речи и их «стилистическая обработка» : к вопросу о соотношении стиля и жанра / Н. В. Орлова // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С. 51–56.

130. *Остин Дж.* Слово как действие / Дж. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. Теория речевых актов. – М. – 1986. – Вып. 17. – С. 22–129.

131. *Павлик Н. В.* Специфіка епістолярного жанру як міжстильового явища / Н. В. Павлик // Лінгвістика : зб. наук. праць : Луганськ, 2005. – С. 241–248.

132. *Павлик Н. В.* Типологія дискурсивних одиниць в українському епістолярному мовленні : моногр. / Н. В. Павлик. – Донецьк : ТОВ «Юго-Восток, ЛТД», 2007. – 177 с.

133. *Пазинич О. М.* Фактор адресата у дипломатичному листуванні / О. М. Пазинич // Мовознавство. – 2001. – № 2. – С. 48–53.

134. *Пазинич О. М.* Функціонально-структурні особливості текстів дипломатичного листування (на матеріалі української, російської та англійської мов) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / О. М. Пазинич. – К., 2001. – 20 с.

135. *Пастухов А. Г.* Медиа-тексты в дискурсивних сообществах / А. Г. Пастухов // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М., 2008. – С. 209–211.

136. *Пилипенко Р. Є.* Комунікативно-функціональні особливості сучасного німецького ділового листа (на матеріалі міждержавної кореспонденції банківських установ) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Р. Є. Пилипенко. – К., 1997. – 23 с.

137. *Подъяпольская О. Ю.* Типология адресованности в текстах эпистолярного жанра (на материале писем Ф. Кафки) : дис. … кандидата. филолог. наук : 10.02.19 / Подъяпольская Ольга Юрьевна. – Челябинск, 2004. – 193 с.

138. *Попова А. Н.* Роль глаголов в организации эпистолярного текста (на материале писем А. П. Чехова) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / А. Н. Попова. – Томск, 1992. – 17 с.

139. *Потапенко С. І.* Мовна особистість у просторі медійного дискурсу : досвід лінгвокогнітивного аналізу / С. І. Потапенко. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2004. – 359 с.

140. *Прохоров Е. П.* Эпистолярная публицистика / Е. П. Прохоров. – М. : Изд-во МГУ, 1966. – 70 с.

141. *Радзієвська Т. В.* Текст як засіб комунікації / Т. В. Радзієвська. – К. : Ін-т укр. мови, 1993. – 194 с.

142. *Речевое воздействие в современном массмедийном дискурсе* : украинский вектор / [Л. А. Кудрявцева, А. В. Завражина,

А. М. Подшивайлова и др.] // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования : материалы 2-й Международной конф. (Москва, філолог. фак. МГУ им. М. Ломоносова, 14 – 16.02.2008 г.) / сост. М. Н. Володина. – М. : МАКС Пресс, 2008. – С. 13–16.

143. *Сабіна С. В.* Типологія листа як окремого публіцистичного жанру у сучасних ЗМІ / С. В. Сабіна // Мова і культура. – К., 2009. – Вип. 11. – Т. VIII (120). – С. 152–157.

144. *Салимовский В. А.* Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (русский научный академический текст) : автореф. дис. на соискание науч. степени д-ра филолог. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / В. А. Салимовский. – Екатеринбург, 2002. – 28 с.

145. *Самарина И. В.* Коммуникативные стратегии «создание круга чужих» и «создание круга своих» в политической коммуникации (прагмалингвистический аспект) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / И. В. Самарина. – Ростов-на-Дону, 2006. – 21 с.

146. *Седов К. Ф.* Анатомия жанров бытового общения / К. Ф. Седов // Вопросы стилистики. – 1998. – Вып. 27. Человек и текст. – Саратов. – С. 9–20.

147. *Седов К. Ф.* Дискурс и личность : эволюция коммуникативной компетенции / К. Ф. Седов. – М. : Лабиринт, 2004. – 320 с.

148. *Седов К. Ф.* Психолингвистические аспекты изучения речевых жанров / К. Ф. Седов // Жанры речи. – Саратов, 2002. – Вып. 3. – С. 40–52.

149. *Селиванова Е. А.* Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е. А. Селиванова. – К. : Фитосоциоцентр, 2002. – 229 с.

150. *Селіванова О. О.* Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля – К, 2010. – 844 с.

151. *Серажим К. С.* Дискурс як соціолінгвальне явище : методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалі сучасної газетної публіцистики) / К. С. Серажим. – К. : КНУ ім. Т.Шевченка, 2002. – 392 с.

152. *Серль Дж. Р.* Классификация иллокутивных актов / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. Теория речевых актов. – М., 1986. – Вып. 17.– С. 170–194.

153. *Синельникова Л. Н.* Специфика адресант-адресатных отношений в масс-медийном дискурсе / Л. Н. Синельникова // Ученые записки Таврического нац. ун-та им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальная коммуникация». – 2008. – Т. 21 (60), – № 1. – С. 140–153.

154. *Сиротинина О. Б.* Некоторые размышления по поводу терминов «речевой жанр» и «риторический жанр» / О. Б. Сиротинина // Жанры речи. – Саратов, 1999. – Вып. 2. – С. 26–31.

155. *Скаб М. С.* Прагматичні функції номінацій адресата мовлення / М. С. Скаб // Українська мова. – 2003. – № 2. – С. 71–77.

156. *Соболєва І. О.* Знижені (позалітературні) мовні засоби в сучасному публіцистичному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.02.02 «Російська мова» / І. О. Соболєва. – Сімферополь, 2002. – 19 с.

157. *Солганик Г. Я.* О закономерностях развития языка газеты в XX в. / Г. Я. Солганик // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. «Журналистика». – 2002. – № 2. – С. 39–53.

158. *Солганик Г. Я.* Современная публицистическая картина мира / Г. Я. Солганик // Журнал грамоты.ру. – Режим доступу до журн. : http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/28_6

159. *Стексова Т. И.* Порицание / Т. И. Стексова // Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник. – М., 2003а. – С. 494–295.

160. *Стексова Т. И.* Угроза как речевой жанр / Т. И. Стексова // Функциональный аспект значимых единиц русского языка : межвуз. сб. науч. тр. – Новокузнецк, 1992. – С. 6–11.

161. *Стексова Т. И.* Упрек / Т. И. Стексова // Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник. – М., 2003б. – С. 728–729.

162. *Степко М. Л.* Речевые средства выражения инвективных смыслов в жанре комментария публицистического дискурса (на материале современного английского языка) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / М. Л. Степко. – Майкоп, 2008. – 21 с.

163. *Стернин И. А.* Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2001 – 252с.

164. *Стецула І. В.* Прагматичний дискурс засобів масової комунікації : трансформація прагмалінгвістичних параметрів функціонування (на матеріалі української преси) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.01.10 «Журналістика» / І. В. Стецула. – К., 1995. – 20 с.

165. *Стилистический энциклопедический словарь русского языка* / [под. ред. М. Н. Кожиной]. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 696 с.

166. *Стишов О. А.* Динамічні процеси в суспільно-політичній лексиці й термінології сучасних мас-медіа / О. А. Стишов // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К., 2000. – С. 341–347.

167. *Сыщиков О. С.* Имплицитность в деловом дискурсе (на материале текстов коммерческих писем) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук. : спец. 10.02.19 «Теория языка» / О. С. Сыщиков – Волгоград, 2000. – 22 с.

168. *Тагильцева Ю. Р.* Субъективная модальность и тональность в политическом интернет-дискурсе : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Ю. Р. Тагильцева. – Екатеринбург, 2006. – 23 с.

169. *Тарасова И. П.* Речевое общение, толкуемое с юмором, но всерьез / И. П. Тарасова. – М. : Высшая школа, 1992. – 175с.

170. *Телеки М. М.* Соціальні категорії модусу в текстах епістолярного жанру / М. М. Телеки, В. Д. Шинкарук. – Київ; Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2007. – 176 с.

171. *Тертычный А. А.* Аналитическая журналистика : познавательно-психологический подход / А. А. Тертычный. – М. : «Гендальф», 1998. – 256 с.

172. *Тертычный А. А.* Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 312 с.

173. *Труфанова И. В.* О разграничении понятий : речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика / И. В. Труфанова // Филологические науки. – М., 2001. – № 3. – С. 56–65.

174. *Українська мова. Енциклопедія* / [ред. кол. : В. М. Русанівський, О. О. Тараненко та ін.]. – К. : Українська енциклопедія, 2000. – 752 с.

175. *Універсальний словник української мови* / [авт.-уклад. З. Й. Куньч]. – Тернопіль : Навчальна книга. – Богдан, 2005. – 848 с.

176. *Федорова А. Л.* Речевая стратегия упрека : лингвокогнитивный подход (на материале немецкого, английского и русского языков) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание», 10.02.04 «Германские языки» / А. Л. Федорова. – Уфа, 2004. – 24 с.

177. *Федосюк М. Ю.* Исследование средств речевого воздействия и теория речевых жанров / М. Ю. Федосюк // Жанры речи. – Саратов, 1997а. – Вып. 1. – С. 66–88.

178. *Федосюк М. Ю.* Комплексные жанры разговорной речи : «утешение», «убеждение» и «уговоры» / М. Ю. Федосюк // Русская разговорная речь как явление городской культуры. – Екатеринбург, 1996. – С. 73–94.

179. *Федосюк М. Ю.* Нерешенные вопросы теории речевых жанров / М. Ю. Федосюк // Вопросы языкознания. – М., 1997б. – № 5. – С. 102–120.

180. *Федосюк М. Ю.* Семантика существительных речевой деятельности и теория жанров речи / М. Ю. Федосюк // Русское слово в языке, тексте и культурной среде. – Екатеринбург, 1997в. – С. 60–73.

181. *Фесенко О. П.* Комплексное исследование фразеологии дружеского эпистолярного дискурса первой трети XIX века : автореф. дис. на соискание науч. степени д-ра филолог. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / О. П. Фесенко. – Томск, 2009. – 37 с.

182. *Франк Д.* Семь грехов прагматики : тезисы о теории речевых актов, анализе речевого общения, лингвистике и риторике / Д. Франк // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1986. – Вып. 17. – С. 363–373.

183. *Цыцарина О. Ф.* К понятию «эпистолярный жанр» в современной лингвистической литературе / О. Ф. Цыцарина // Функционально-семантичнские аспекты языковых явлений. – Куйбышев, 1989. – С. 103–110.

184. *Цыцарина О. Ф.* Структурно-композиционные и лексико-семантические особенности текстов эпистолярного жанра (на материале переписки английских и американских ученых XVIII – 1-й половины XX в.) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.04 «Германские язики» / О. Ф. Цыцарина. – М., 1991. – 20 с.

185. *Чеберяк А. М.* Аксіологічні аспекти мовленнєвого жанру «відкритий лист» (на матеріалі англійської мови) / А. М. Чеберяк // Наукові записки. Серія «Філологічна». – Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2008. – Вип. 9. – С. 60–65.

186. *Чеберяк А. М.* Диференційні ознаки мовленнєвого жанру «відкритий лист» / А. М. Чеберяк // Актуальні проблеми сучасної філології.

Мовознавчі студії. Зб. наук. праць Рівненського державного гуманітарного ун-ту. – Рівне : РДГУ, 2007. – Вип. 16. – С. 118–122.

187. *Чеберяк А. М.* Жанрово-стильові особливості відкритого листа / А. М. Чеберяк // Дивослово. – 2009. – № 5 (626). – С. 30–33.

188. *Чеберяк А. М.* Категорії оцінки й аргументації у реалізації мовленнєвого жанру «відкритий лист» / А. М. Чеберяк // Мова і Культура. Науковий журнал. – К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2009. – Вип. 11. – Т. VIII (120). – С. 171–176.

189. *Чеберяк А. М.* Негативна оцінка адресата мовленнєвого жанру «відкритий лист» / А. М. Чеберяк // Східнослов'янська філологія: зб. наук. праць. – Горлівка : Вид-во ГДПІІМ, 2008. – Вип. 14. Мовознавство. – С. 227–235.

190. *Чеберяк А. М.* Специфіка функціонування мовленнєвого жанру «відкритий лист» в мережі Інтернет / А. М. Чеберяк // Наукові записки. Серія «Філологічна». – Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2008. – Вип. 10. – С. 165–175.

191. *Чеберяк А. М.* Тактика образи: комунікативні ходи, мовні та мовленнєві засоби реалізації (на матеріалі текстів мовленнєвого жанру «відкритий лист») / А. М. Чеберяк // Наук. вісник Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Серія «Філологічні науки. Мовознавство». – Луцьк : Вид-во Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2009. – № 17. – С. 88–93.

192. *Чепкина Э. В.* Взаимодействие автора и адресата в условиях массовой коммуникации / Э. В. Чепкина // Журналистика конца 80-х : смена приоритетов. – Екатеринбург, 1991. – С. 120–126.

193. *Чепкина Э. В.* Внутритекстовые автор и адресат газетного текста : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Э. В. Чепкина. – Екатеринбург, 1993. – 17 с.

194. *Чернявская В. Е.* Дискурс власти и власть дискурса : проблемы речевого воздействия : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 136 с.

195. *Чигридова Н. Ю.* Речевое поведение и коммуникативные роли авторов деловых писем / Н. Ю. Чигридова // Донской юридический ин-т : Личность, речь и юридическая практика : сб. науч. тр. – Ростов-н/Д, 1999. – Вып. 2. – С. 77–82.

196. *Чигридова Н. Ю.* Речевое поведение коммуникантов в жанре деловых эпистолярий (на материале немецкого языка) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.04. «Германские язики» / Н. Ю. Чигридова. – Волгоград, 2000. – 19 с.

197. *Шарифуллин Б. Я.* Языковая агрессия и языковое насилие в свете юрислингвистики : проблемы инвективы / Б. Я. Шарифуллин // Юрислингвистика–5 : Юридические аспекты языка и лингвистические аспекты права. – Барнаул, 2004. – С. 120–132.

198. *Шевчук О. Л.* Мовленнєвий жанр самозвинувачення : обсяг, семантика, функції / О. Л. Шевчук // Мова і культура. – К., 2009. – Вип. 11. – Т. VIII (120). – С. 42–47.

199. *Шейгал Е. И.* Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал – М. : Гнозис, 2004. – 326 с.

200. *Шмелева Т. В.* Модель речевого жанра / Т. В. Шмелева // Жанры речи. – Саратов, 1997. – Вып. 1. – С. 88–99.

201. *Шмелева Т. В.* Речевой жанр : возможности описания и использования в преподавании языка / Т. В. Шмелева // Русистика, 1990. – № 2. – С. 20–32.

202. *Шмелева Т. В.* Речевой жанр : опыт общефилологического осмысления / Т. В. Шмелева // Collegium. – 1995. – № 1–2. – С. 57–65.

203. *Юшковець І. А.* Комунікативні стратегії і тактики в політичному дискурсі канцлерів ФРН (на матеріалі урядових заяв і політичних виступів) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / І. А. Юшковець. – Донецьк, 2008. – 20 с.

204. *Яхонтова Т. В.* Лінгвістична генологія наукової комунікації / Т. В. Яхонтова. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2009. – 420 с.

205. *Altman J. G.* Epistolarity : Approaches to the Form / J. G. Altman. – Columbus : Ohio State University, 1982. – 252 p.

206. *Bajerowa I.* Manipulacja językowa dla osągnięcia sukcesu medialnego : (na przykładzie pewnego wywiadu prasowego) / I. Bajerowa // Poradnik Językowy. – Warszawa, 2005. – S. 3–8.

207. *Bauer Z.* Gatunki dziennikarskie // Dziennikarstwo i świat mediów / Z. Bauer, E. Chudziński. – Kraków, 2000. – S. 143–173.

208. *Bell A.* News Stories as Narratives // The Discourse Reader / A. Bell. – London & New York, 1999. – P. 502–514.

209. *Brown G.* Discourse Analysis / G. Brown, G. Yule. – Cambridge : Cambridge University Press, 1983. – 288 p.

210. *Chudziński E.* Felieton. Geneza i ewolucja gatunku / E. Chudziński // Dziennikarstwo i świat mediów. – Warszawa, 2000. – S. 197–213.

211. *Crystal D.* The Cambridge Encyclopaedia of Language / D. Crystal. – Cambridge : Cambridge University Press, 2000. – 480 p.

212. *D'Almeida F.* Manipulacja w polityce, w reklamie, w miłości / F. D'Almeida. – Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2005. – 126 s.

213. *Dialogue within Discourse Communities* : Metadiscoursive Perspectives on Academic Genres / [ed. by J. Bamford and M. Bondi]. – Tübingen : Niemeyer, 2005. – 189 p.

214. *Dijk T. A. van.* Discourse and Manipulation / T. A. van Dijk // Discourse and Society. – Cambridge, 2006. – №17 (2). – P. 359–383.

215. *Dijk T. A. van.* Power and the News Media / T. A. van Dijk // Political Communication and Action. – New York, 1995. – P. 9–36.

216. *Dijk T. A. van.* Studies in the Pragmatics of Discourse / T. A. van Dijk. – Berlin, New York: Mouton, 1981. – 331 p.

217. *Dijk T. A. van.* The Mass Media Today. Discourses of Domination or Diversity? / T.A. van Dijk // Discourse and Discrimination. – Detroit, 1988. – P. 221–262.

218. *Dobrzyńska T.* Gatunki pierwotne i wtórne (Czytając Bachtina) / T. Dobrzyńska // Typy tekstów. – Warszawa, 1992. – S. 75–80.

219. *Donna P.* Language, Politics and Social Interaction in an Inuit Community / P. Donna. – Berlin, New-York : Mouton de Gauyter, 2003. – 269 p.

220. *Encyklopedia języka polskiego*, [pod red. S Urbańczyka i M. Kucały]. – Wrocław-Warszawa-Kraków: Ossolineum, 1999. – 508 s.

221. *Form, Genre and the Study of Political Discourse* / [ed. by Herbert W. Simons and Aram A. Aghazarian]. – Columbia : University of South Carolina Press, 1986. – 377 p.

222. *Fras J.* Język i styl wypowiedzi dziennikarskiej / J. Fras // Dziennikarski warsztat językowy. – Wrocław, 1999. – S. 11–20.

223. *Fras J.* Język podstawowych gatunków dziennikarskich / J. Fras // Dziennikarski warsztat językowy. – Wrocław, 1999. – S. 77–83.

224. *Furdal A.* Genologia lingwistyczna / A. Furdal. – Wrocław : Wydawnictwo Polskiej Akademii Nauk, 1982. – S. 61–70.

225. *Gajda S.* Gatunkowe wzorce wypowiedzi / S. Gajda // Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. – Wrocław, 1993. – T. 2. Współczesny język polski. – S. 245–258.

226. *Gatunki dziennikarskie.* Specyfika ich tworzenia i redagowania / [W. Furman, A. Kaliszewski, K. Wolny – Zmorzyński]. – Rzeszów : Wyższa Szkoła, 2000. – 216 s.

227. *Gatunki mowy i ich ewolucja.* Gatunek a odmiany funkcjonalne / [pod red. D. Ostaszewskiej]. – Katowice : Wydawn. Uniwersytetu Śląskiego, 2006 – 324 s.

228. *Gatunki mowy i ich ewolucja.* Mowy piękno wielorakie / [pod red. D. Ostaszewskiej]. – Katowice : Wydawn. Uniwersytetu Śląskiego, 2000. – 369 s.

229. *Gatunki mowy i ich ewolucja.* Tekst a gatunek / [pod red. D. Ostaszewskiej]. – Katowice : Wydawn. Uniwersytetu Śląskiego, 2004. – 424 s.

230. *Graber D. A.* Political Languages / D. A. Graber // Handbook of Political Communication. – Beverly Hills, London, 1981. – P. 195–224.

231. *Grzmil-Tylutki H.* Gatunek w świetle francuskiej teorii dyskursu / H. Grzmil-Tylutki. – Kraków : Universitas, 2007. – 278 s.

232. *Hacker K. L.* Political Linguistic Discourse Analysis / K. L. Hacker // The Theory and Practice of Political Communication Research. – New York, 1996. – P. 28–55.

233. *Hauptmeier H.* Sketches of Theories of Genres / H. Hauptmeier // Poetics. – 1987. – № 16. – P. 397–430.

234. *Hymes D.* Competence and Performance in Linguistic Theory / D. Hymes // Language Acquisition : Models and Methods. – New York, 1976. – P. 3–24.

235. *Karwatowska M.* List jako zaproszenie do dialogu / M. Karwatowska, P. Nowak // Porozmawiajmy o rozmowie. Lingwistyczne aspekty dialogu. – Katowice, 2003. – S. 59–71.

236. *Kita M.* Państwo jako generator gatunków mowy / M. Kita // Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego. – Katowice, 2003. – № 58. – S. 65.

237. *Lakoff R.* Talking Power. The Politics of Language / R. Lakoff. – New York : Basic Books, 1990. – 324 p.

238. *Language, Power and Ideology* : Studies in political discourse / [ed. by R. Wodak]. – Amsterdam; Philadelphia : J. Benjamins Pub. Co., 1989. – 288 p.

239. *Leech G.* Principles of Pragmatics / G. Leech. – London : Longman, 1983. – 250 p.

240. *Liberman A.M.* Speech : a Special Code / A. M. Liberman. – Cambridge; London : MIT press cop., 1996 – IX. – 458 p.

241. *Lipus K.* Analiza genologiczna tekstów listów prywatnych / K. Lipus, Krz. Szydłowski. – Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2009. – 25 s.

242. *Loewe I.* Media w mediach. O strategii pozyskiwania odbiorcy we współczesnych tekstach medialnych / I. Loewe // U progu wielkiej zmiany? – Olsztyn, 2005. – S. 361–372.

243. *Loewe I.* O pojęciu transgatunku. Studium przypadku / I. Loewe // Styl a semantyka. – Białystok, 2008. – S. 159–166.

244. *Loewe I.* Polska genologia lingwistyczna. Rekonesans **/ I. Loewe //** Tekst i dyskurs. – Katowice, 2008. – № 1. – S. 23–36.

245. *Loewe I.* Stylistyczny aspekt tekstu perswazyjnego / I. Loewe // Stylistyka a pragmatyka. – Katowice, 2001. – S. 347–357.

246. *Longman Dictionary of English Language and Culture* / [S. Bullon]. – Essex : Longman, 1992. – 1528 p.

247. *Madecki R.* Myślę, więc mówię. Tekst – Dyskurs – Szyftery – Gatunki mowy / R. Madecki. – Brno : Vyd. Masarykova univerzita, 2006 – 154 s.

248. *Majkowska G.* O języku mediów / G. Majkowska // Dziennikarstwo i świat mediów. – Kraków, 2000. – S. 232–242.

249. *Malinowska E.* Gatunki urzędowe / E. Malinowska // Systematyzacja pojęć w stylistyce. – Opole, 1992. – S. 149–153.

250. *Maziarski J.* Problem systematyzacji gatunków dziennikarskich / J. Maziarski // Metody i techniki badawcze w prasoznawstwie. – Warszawa, I970. – T. II. – S. 77–104.

251. *Meadow R. G.* Politics as Communication / R. G. Meadow. – Norwood : Ablex Publ. Co., 1980. – 296 p.

252. *Menz F.* Manipulation Strategies in Newspapers : a Program for Critical Linguistics / F. Menz // Language, Power and Ideology : Studies in Political Discourse. – Amsterdam; Philadelphia : Benjamins, 1989. – P. 227–247.

253. *New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language* / [Ch. Laird]. – Danbury : Lexicon Publications, 1993. – 1248 p.

254. *Niebrzegowska-Bartmińska S.* Acty i Gatunki mowy / S. Niebrzegowska-Bartmińska. – Lublin : Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Sklodowskiej, 2004. – 358 s.

255. *Nowy słownik języka polskiego* / [E. Sobol]. – Warszawa : PWN, 2002. – 1311 s.

256. *Oxford Advanced Learners Dictionary of Current English* / [A. S. Hornby]. – Sixth edition. – Oxford, New York : Oxford University Press, 2000. – 1541 p.

257. *Paltridge B.* Working with Genre : a Pragmatic Perspective / B. Paltridge // Journal of Pragmatics. – 1995. – Vol. 24. – P. 393–406.

258. *Paton F.* Beyond Bakhtin : Toward a Cultural Stylistics / F. Paton // College English – 2000. – Vol. 63. – Issue 2. – P. 166–178.

259. *Polska genologia lingwistyczna* / [red. D. Ostaszewska, R. Cudak]. – Warszawa : PWN, 2008. – 362 s.

260. *Reah D.* The Language of Newspapers / D. Reah. – London; New York : Routledge, 2001. – 126 p.

261. *Schmidt S. J.* Towards a Constructive Theory of Media Genre / S. J. Schmidt // Poetics, 1987. – N 16. – P. 371 – 395.

262. *Searle J. R.* A Tacsonomy of Illocutionary Acts / J. R. Searle // Expression and Meaning. – Cambridge, 1979. – P. 1–50.

263. *Searle J. R.* Speech Acts : an Essay in the Philosophy of Language / J. R. Searle. – Cambridge University Press, 1969. – 203 p.

264. *Słownik dobrego stylu, czyli wyrazy które się lubią* / [M. Bańko]. – Warszawa : PWN, 2009. – 476 s.

265. *Słownik języka polskiego* / [ułożony pod red. J. Karłowicza, A. Kryńskiego, W. Niedźwiedzkiego]. – Warszawa : PWN, 2003. – 2453 s.

266. *Smith C.* The White House Speaks : Presidential Leadership as Persuasion / C. Smith. – Westport : Praeger, 1994. – 263 p.

267. *Sornig K.* Some Remarks on Linguistic Strategies of Persuasion / K. Sornig // Language, Power and Ideology : Studies in Political Discourse. – Amsterdam; Philadelphia, 1989. – P. 95–133.

268. *Status Generalization* : New Theory and Research / [ed. by M. Webster, Jr. Foschi]. – Stanford : Stanford univ. press, 1998. – 536 p.

269. *Stubbs M.* Discourse Analysis : The Sociolinguistic Analysis of Natural Language / M. Stubbs. – Chicago : University of Chicago Press, 1983. – 272 p.

270. *The American Heritage Dictionary of the English Language*. – Boston : Houghton Mifflin Company, 2000. – 2112 p.

271. *The Encyclopedia of Language and Linguistics* / [ed.-in-chief R.E. Asher]. – Oxford, New York : Pergamon Press, 1994. – 5340 p.

272. *Tokarz M.* Argumentacja. Perswazja. Manipulacja. Wykłady z teorii komunikacji / M. Tokarz. – Gdańsk : GWP, 2006. – 244 s.

273. *Webster's New World Dictionary of American English*. – New York : Prentice Hall, 1994. – 1574 p.

274. *Wielki słownik frazeologiczny PWN z przysłowiami* / [red. A. **Kłodzińska, E. Sobol].** – Warszawa : PWN, 2008. – 654 s.

275. *Wierzbicka A.* "Culture Scripts": a Semantic Approach to Cultural Analysis and Cross-Cultural Communication / A. Wierzbicka // Pragmatic and Language Learning : Monograph Series. – 1994. – Vol. 5. – P. 1–24.

276. *Wierzbicka A.* Akty i gatunki mowy w różnych językach i kulturach / A. Wierzbicka // Język. Umysł. Kultura. – Warszawa, 1999. – S. 228–269.

277. *Wierzbicka A.* English Speech Act Verbs : A Semantic Dictionary / A. Wierzbicka. – London : Academic Press, 1987. – 397 p.

278. *Wierzbicka A.* Genry mowy / A. Wierzbicka // Tekst i zdanie. Zbiór studiów. – Wrocław, 1983. – S. 125–137.

279. *Wilkoń A.* Podgatunkowe typy wypowiedzi / A. Wilkoń // Gatunki mowy i ich ewolucja. – Katowice, 2004. – T. II : Tekst a gatunek. – S. 15–19.

280. *Witosz B.* Czy gatunek i styl SĄ we współczesnej stylistyce pojęciami konkurencyjnymi? / B. Witosz // Stylistyka. – Katowice, 1999. – T. VIII. – S. 37– 53.

281. *Witosz B.* Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki / B. Witosz. – Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2005. – 258 s.

282. *Witosz B.* O kłopotliwych nazwach gatunków mowy / B. Witosz // Spotkanie. Księga jubileuszowa dla profesora Aleksandra Wilkonia. – Katowice, 2005. – S. 120–128.

283. *Wojtak M.* Adaptacje gatunkowe i ich rola w modyfikowaniu wyznaczników gatunku (na przykładzie wypowiedzi prasowych) / M. Wojtak // Spotkanie. Księga jubileuszowa dla profesora Aleksandra Wilkonia. – Katowice, 2005. – S. 440–448.

284. *Wojtak M.* Konwencja gatunkowa a wybory leksykalne na przykładzie listów pasterskich / M. Wojtak // Studia Językoznawcze. – Szczecin, 2002. – T. 1 : Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny. – S. 429–442.

285. *Wojtak M.* Wyznaczniki gatunkowe komentarza prasowego / M. Wojtak // Tekst w mediach. – Łódź, 2002. – S. 372–386.

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Аморальні і блюзнірські укази. Відкритий лист Президенту України В.Ющенку. – Режим доступу до листа: http://www.komunist.com.ua/index_u.php?news_id=1463&searchterm=відкритий%20лист
2. «Артек» сьогодні – це Сталінград учора! Відкритий лист колишнім артеківцям // Комуніст. – 2009. – 04 лют.
3. Відкритий лист Анжеліки Рудницької до Президента України В.А. Ющенка. – Режим доступу до листа: http://www.vsesmi.ru/news/298989/

4. Відкритий лист від 5 каналу редакції «Столичные новости». – Режим доступу до листа: http://www.svoboda.org.ua/dopysy/zmi/002184/
5. Відкритий лист Генеральному прокурору України Олександру Медведьку. – Режим доступу до листа: http://www.politics.kherson.ua/publication/society/5836-2008-11-30-13-41-10.html
6. Відкритий лист дванадцяти аполітичних літераторів про вибір і про вибори . – Режим доступу до листа: http://dyskurs.narod.ru/novyny.htm
7. Відкритий лист депутатові Кіровоградської обласної ради п. Громову В.В. // Вечірня газета. – 2000. – 04 квіт.
8. Відкритий лист диякона Володимира Білошицького зі Львова панам Юлії Тимошенко і Віктору Януковичу. – Режим доступу до листа: http://my.opera.com/krusha/blog/show.dml/1790813
9. Відкритий лист до В. Яворівського. – Режим доступу до листа: http://maidan.org.ua/static/news/2009/1252165973.html
10. Відкритий лист до Вадима Карасьова. – Режим доступу до листа: http://telekritika.kiev.ua/listi-tk/2008-11-11/41905
11. Відкритий лист до депутата Верховної ради України Яценюка А.П. – Режим доступу до листа: http://www.silanaroda.com/index.php?query
12. Відкритий лист до колег – учасників Руху опору у Східній Європі та до наших партнерів у Європі Західній. – Режим доступу до листа: http://www.radiosvoboda.org/content/article/1897441.html
13. Відкритий лист до лідерів «Опозиційного блоку «Не ТАК!». – Режим доступу до листа: http://ua-reporter.com/print/15206
14. Відкритий лист до Міністерства праці та соціальної політики народного депутата України В. Хари // Урядовий кур'єр. – 2009. – 04 лют.
15. Відкритий лист до Президента В.Ющенка. – Режим доступу до листа: http://www.gazeta.lviv.ua/articles/2006/07/19/16876/

16. Відкритий лист до Президента України Віктора Андрійовича Ющенка Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація прокурорів» // Україна Молода. – 2006. – 23 грудня.
17. Відкритий лист до президента України. – Режим доступу до листа: http://www.partyofregions.org.ua/contrprop/resonance/478f5c4e17d83/
18. Відкритий лист до української преси США. – Режим доступу до листа: http://www.brama.com
19. Відкритий лист до читачів газети «Свобода» і не лише до них. – Режим доступу до листа: http://www.telekritika.ua/media-corp/2008-01-25/36125?theme_page=520&
20. Відкритий лист до Ю. Тимошенко // Газета «2000» - 2009. – 06 лют.
21. Відкритий лист І.Вакарчуку стосовно клерикалізації шкільної освіти. – Режим доступу до сайту: http://maidan.org.ua/static/mai/1262212206.html
22. Відкритий лист Ірини Фаріон Президентові України В. Януковичу. – Режим доступу до листа: http://www.svoboda.org.ua/diyalnist/novyny/013771/
23. Відкритий лист керівникам громадянського блоку «ПОРА-ПРП», голові партії «Реформи і порядок» Пинзенику В.М., голові громадянської партії «ПОРА» Каськіву В.В. – Режим доступу до листа: http://www.vodokanal.kiev.ua/new/modules.php?name=News&file=view&news_id=48
24. Відкритий лист Мирослава Поповича до Президента Ющенка // Високий замок. – 2010. – 09 січ.
25. Відкритий лист Надра-банк до прем'єр-міністра Ю.Тимошенко. – Режим доступу до листа: http://dnepr.info/print?content=40452
26. Відкритий лист народного депутата України, представника «Опозиційного блоку «НЕ ТАК!» Ігоря Шурми до учасників теледебатів на 5-му каналі. – Режим доступу до листа: http://bezcenzury.vasyliyev.name/pages/article/200603/p06030910

27. Відкритий лист почесному голові партії «Наша Україна» В.А. Ющенку (за сумісництвом Президенту України). – Режим доступу до листа: http://www.komunist.com.ua/index_u.php?news_id=854&searchterm=відкритий%20лист
28. Відкритий лист Президентові України Вікторові Ющенку. – Режим доступу до листа: http://www.pravda.com.ua/articles/2009/03/18/3813029/
29. Відкритий лист Президенту України В.Ющенко від сумської громади. – Режим доступу до листа: http://www.sadovnychyi.at.ua/news/2008-05-05-17
30. Відкритий лист Президенту України мешканця одного з сіл Дрогобицького р-ну Львівської області // Комуніст. – 2005. – 26 лип.
31. Відкритий лист прем'єр-міністру України Ю.Тимошенко. – Режим доступу до листа: http://www.komunist.com.ua/index_u.php?news_id=3769&searchterm=відкритий%20лист.
32. Відкритий лист Секретарю Ради національної безпеки і оборони України Віталію Гайдуку від Стрийської міської організації ВО «Свобода». – Режим доступу до листа: http://www.maidan.org.ua/static/narnewslviv/1169114589.html
33. Відкритий лист співробітників МНС України міністру Н.Шуфричу // Голос України. – 2007. – 09 січ.
34. Відкритий лист Степана Хмари до Левка Лук'яненка // Україна Молода. – 2008. – 24 вересня.
35. Відкритий лист трудового колективу ТОВ «Будівельне управління 528» // Урядовий кур'єр. – 2007. – 13 груд.
36. Відкритий лист української інтелігенції Президенту України щодо порушень прав людини в Республіці Білорусь та потреби демократичної солідарності. – Режим доступу до листа: http://3dway.org/node/3013
37. Відкритий лист-звернення генеральному секретарю НАТО та членам північноатлантичної ради // Киевский вестник. – 2008. – 12 берез.

38. Космічені війни тривають. Відкритий лист до Генеральної прокуратури. – Режим доступу до листа: http://www.komunist.com.ua/index_u.php?news_id=1320&searchterm=відкритий%20лист
39. Пане Президенте, може, досить? Відкритий лист Юлії Поліковської до Президента Ющенка. – Режим доступу до листа: http://pda.zaxid.net/article/34558/
40. Провокаційні ініціативи. Відкритий лист Президенту України В.Ющенку. – Режим доступу до листа: http://www.komunist.com.ua/index_u.php?news_id=2360&searchterm=відкритий%20лист
41. Сором чи державна мудрість? Що ефективніше? Відкритий лист Президентові України // Голос України. – 2007. – 18 серп.
42. Усіх табачників на смітник історії. Відкритий лист львівської інтелігенції. – Режим доступу до листа: http://zik.com.ua/ua/news/2009/01/30/167704
43. Ющенко, пора у відставку! Відкритий лист Президенту України В.А. Ющенку. – Режим доступу до листа: http://www.komunist.com.ua/index_u.php?news_id=3700&searchterm=Ющенко,%20пора%20у%20відставку
44. Ющенку треба починати з себе й свого оточення. Відкритий лист Президенту України // Комуніст. – 2007. – 12 верес.
45. Я обвинувачую вас, пане Ющенко. Відкритий лист до Президента України. – Режим доступу до листа: http://www.komunist.com.ua/index_u.php?news_id=404&searchterm=відкритий%20лист
46. Jaka Polska? List otwarty do polityków. – Режим доступу до листа: http://www.wiadomosci24.pl/artykul/jaka_polska_list_otwarty_do_politykow_10083.html

47. List otwarty - PONAGLENIE! Prezydencie III RP! – Режим доступу до листа: http://www.aferyprawa.com/index2.php?p=teksty/show&dzial=zycie&id=864
48. List otwarty Brigitte Bardot do Prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego. – Режим доступу до листа: http://foki.viva.org.pl
49. List otwarty do Barbary Labudy. – Режим доступу до листа: http://poland.indymedia.org/pl/2005/03/12877.html
50. List otwarty do Bronisława Wildstejna. – Режим доступу до листа: http://www.listotwarty.pl/index.php?option=com_content&task
51. List otwarty do Burmistrza Miasta i Gminy Olkusz. – Режим доступу до листа: http://ilkus.pl/olkusz,17,t,1168.html
52. List otwarty do działaczy, szkoleniowców i czlonków Chojnickich stowarzyszeń sportowych, kibiców oraz społeczności lokalnej. – Режим доступу до листа: http://www.chojnice.eu/?a=16&id=1040
53. List otwarty do Krzysztofa Janika. – Режим доступу до листа: http://www.4lomza.pl/forum/read.php?f=1&i=9669&t=9617
54. List otwarty do Lecha Wałęsy. – Режим доступу до листа: http://palikot.blog.onet.pl/List-otwarty-do-Lecha-Walesy,2,ID377187165,n
55. List otwarty do mieszkańców i Burmistrza Augustowa. – Режим доступу до листа: http://www.listotwarty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=64&Itemid=73]
56. List otwarty do Pana Aleksandra Kwaśniewskiego, Prezydenta III Rzeczypospolitej. – Режим доступу до листа: http://www.npw.pl/ARCHIWUM_NPW/2002_07_08/OPR-Zarzycki_List-otwarty.html
57. List otwarty do pana Jarosława Kaczyńskiego Prezesa Rady Ministrów RP. – Режим доступу до листа: http://www.region.bydgoszcz.pl/pliki/list.pdf
58. List otwarty do Pana Ministra Stefana Mellera. – Режим доступу до листа: http://www.felieton.natal.pl/category/listy-otwarte/

59. List otwarty do Premiera Jarosława Kaczyńskiego w sprawie obrony A. Macierewicza. – Режим доступу до листа: http://www.listotwarty.pl/index.php?option=com_content&task=58
60. List otwarty do Premiera Kazimierza Marcinkiewicza. – Режим доступу до листа: http://www.listotwarty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=73
61. List otwarty do Premiera RP Jarosława Kaczyńskiego. – Режим доступу до листа: // http://www.listotwarty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=83&Itemid=58
62. List otwarty do Premiera RP w sprawie pogłębiania się w Polsce przejawów nietolerancji. – Режим доступу до листа: http://www.listotwarty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=73&Itemid=58
63. List otwarty do Premiera. – Режим доступу до листа: http://www.wprost.pl/ar/114374/Na-stronie-List-otwarty-do-premiera/
64. List otwarty do Prezydenta A. Kwaśniewskiego. – Режим доступу до листа: http://homepage.interaccess.com/netpol/POpenletterISH/public/karaskiew.html
65. List otwarty do Prezydenta Kaczyńskiego. – Режим доступу до листа: http://safari.blox.pl/2007/03/dr-Leszek-Skonka-List-otwarty-do-Prezydenta-RP.html
66. List otwarty do Prezydenta L.Kaczyńskiego. – Режим доступу до листа: http://zabugom.com/novoe/list-otwarty-do-prezydenta-lecha-kaczynskiego.html
67. List otwarty do Prezydenta RP – Lecha Kaczyńskiego. – Режим доступу до листа: http://info.wyborcza.pl/temat/wyborcza/57
68. List otwarty do Prezydenta RP Aleksandra Kwaśniewskiego. – Режим доступу до листа: http://www.federa.org.pl/aktualnosci/listy/list_do_prezydenta.htm

69. List otwarty do Prezydenta RP Lecha Kaczyńskiego, Marszałka Sejmu RP Bronisława Komorowskiego i Premiera Rządu RP Donalda Tuska. – Режим доступу до листа: http://www.bibula.com/?p=2357
70. List otwarty do Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej Aleksandra Kwaśniewskiego. – Режим доступу до листа: http://www.naszawitryna.pl/jedwabne_79.html
71. List otwarty do prezydenta. – Режим доступу до листа: http://macdac.blox.pl/2007/10/List-otwarty-do-prezydenta.html
72. List otwarty do psychiatry. – Режим доступу до листа: http://www.wprost.pl/ar/119718/Na-stronie-List-otwarty-do-psychiatry/
73. List otwarty do TVN 24. – Режим доступу до листа: http://www.listotwarty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=79
74. List otwarty do władz kościelnych ws. o.Rydzyka. – Режим доступу до листа: http://wyborcza.pl/1,75478,4313607.html?as=2
75. List otwarty do Żydów. – Режим доступу до листа: http://www.listdozydow.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=7&Itemid=13
76. List otwarty Jarosława Szczepańskiego do Prezydenta PR Lecha Kaczyńskiego. – Режим доступу до листа: http://www.listotwarty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=97
77. List otwarty Komitetu pamieci ofiar stalinizmu w Polsce. – Режим доступу до листа: http://hotnews.pl/artswiat-957.html
78. List otwarty Lecha Wałęsy o Radiu Maryja. – Режим доступу до листа: http://forumarchiwum.gry-online.pl/S043archiwum.asp?ID=3369578
79. List otwarty Lecha Wałęsy. – Режим доступу до листа: http://www.listotwarty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=57&Itemid=58
80. List otwarty organizacji pozarządowych. – Режим доступу до листа: http://www.listotwarty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=98&Itemid=58

81. List otwarty płk. Jana Niewińskiego, przewodniczącego Kresowego Ruchu Patriotycznego do Prezydenta A. Kwaśniewskiego. – Режим доступу до листа: http://homepage.interaccess.com/netpol/POpenletterISH/public/karaskiew.html
82. List otwarty redaktora naczelnego “Expressu Ilustrowanego” do Prezydenta Łodzi. – Режим доступу до листа: http://www.listotwarty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=66&Itemid=67
83. List otwarty różnych Polaków Jednej Polski oszukanych przez wielu polityków IVRP. – Режим доступу до листа: http://obczyzna.blogspot.com/2008/06/pikny-czysty-symbol-wolnoci-mata-kurki.html
84. List otwarty Ruchu Przełomu Narodowego do przywódców PiS. – Режим доступу до листа: http://www.dlapolski.pl/Czytaj-art-3705.html
85. List otwarty środowiska pozarządowego do władz. – Режим доступу до листа: http://wiadomosci.ngo.pl/strona/183766.html
86. List otwarty Stowarzyszenia Wolnego Słowa do Prezydenta RP. – Режим доступу до листа: www.honor.pl/download/listdoprezydenta.doc
87. List otwarty tłumaczy-hobbystów w sprawie zatrzymań osób tworzących napisy do filmów. – Режим доступу до листа: http://www.torrentmania.info/archive/index.php/t-6388.html
88. List otwarty USOPAŁ do Premiera RP Jarosława Kaczyńskiego. – Режим доступу до листа: http://www.listotwarty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=99
89. Open letter of PNAC to President George W. Bush // [http://www.globalresearch.ca/articles/NAC304A.html];
90. Open letter to Barack Hussein Obama, President-elect of the United States of America. – Режим доступу до листа: http://www.globalresearch.ca/index.php?context=va&aid=11584
91. Open letter to Barack Hussein Obama. – Режим доступу до листа: http://www.freerepublic.com/focus/f-news/2114500/posts

92. Open letter to Barack Hussein Obama. – Режим доступу до листа: http://www.faithfreedom.org/2009/06/20/my-open-letter-to-barack-hussein-obama
93. Open letter to Barrack Hussein Obama - Concerning Abortion - From a Black Conservative woman. – Режим доступу до листа: http://www.resistnet.com/topics/open-letter-to-barrack
94. Open letter to Barrack Hussein Obama by Ms Kathleen Lyday. – Режим доступу до листа: http://yes-23.com/rep/letter-to-obama-by-ms-kathleen-lyday-a-4th-grade-teacher/
95. Open Letter to Conservatives. – Режим доступу до листа: http://www.streetprophets.com/storyonly/2010/3/22/175451/738
96. Open letter to George Bush from a military mom. – Режим доступу до листа: http://lovingwhisper.com/get/news-and-society/politics/open-letter-to-george-bush-from-a-military-mom.htm
97. Open letter to George W. Bush from his ardent admirer Belacqua Jones. – Режим доступу до листа: http://blogs.salon.com/0004024/
98. Open letter to Muslim Terrorists. – Режим доступу до листа: http://www.ozarkia.net/bill/anarchism/rants/DearMuslimTerrorist.html
99. Open Letter to Our Nation's Leadership. – Режим доступу до листа: http://glennbeck.blogs.foxnews.com/2009/06/17an-open-letter-to-our-nation's-leadership
100. Open letter to Oxfam, the Center for the study of the presidency, the Atlantic Council, and the National Defense University. – Режим доступу до листа: http://www.timesonline.co.uk/tol/news/uk/article3307373.ece
101. Open letter to President Barack Hussein Obama. – Режим доступу до листа: http://voiceofthecopts.org/en/opinions/89.html
102. Open letter to President Barack Hussein Obama. – Режим доступу до листа: http://www.thecuttingedgenews.com/index.php?article=11389&pageid=44&pagename=Slices]

103. Open Letter to President Barack Obama. – Режим доступу до листа: http://www.xyonline.net/content/open-letter-president-barack-obama
104. Open letter to President Bush on the War on Terrorism. – Режим доступу до листа: http://www.newamericancentury.org/Bushletter.htm
105. Open letter to President Clinton on Iraq. – Режим доступу до листа: http://www.newamericancentury.org/iraqclintonletter.htm
106. Open letter to President George W. Bush on the question of torture and cruel, inhuman or degrading treatment. – Режим доступу до листа: http://www.amnesty.org/en/library/info/AMR51/078/2004
107. Open letter to President Obama and Every Member of Congress. – Режим доступу до листа: http://amfix.blogs.cnn.com/2009/05/11/gay-soldier-dont-fire-me/
108. Open letter to President Obama from Li Tusheng. – Режим доступу до листа: http://www.chinahush.com/2010/02/24/an-open-letter-to-president-obama-from-li-shisheng/
109. Open letter to President Obama from Michael Moore. – Режим доступу до листа: http://www.michaelmoore.com/words/mikes-letter/open-letter-president-obama-michael-moore
110. Open letter to President Obama. – Режим доступу до листа: http://projectshofar.org/2009/01/27/an-open-letter-to-president-barak-hussein-obama/
111. Open letter to President Obama. – Режим доступу до листа: http://www.thenation.com/article/open-letter-president-obama
112. Open letter to President Obama. – Режим доступу до листа: http://www.huffingtonpost.com/frank-schaeffer/an-open-letter-to-preside_b_165359.html
113. Open letter to President Obama. – Режим доступу до листа: http://consideropensource.blogspot.com
114. Open letter to President Obama. – Режим доступу до листа: http://www.snopes.com/politics/soapbox/youscareme.asp

115. Open letter to President Obama. – Режим доступу до листа: http://www.concord.org/publications/newsletter/2009-winter/perspective.html
116. Open letter to Ralph Nader. – Режим доступу до листа: http://www.notnader.com/nation1.html
117. Open letter to Sean Penn. – Режим доступу до листа: http://news.spreadit.org/open-letter-to-sean-penn/
118. Open letter to the Guardian. – Режим доступу до листа: http://www.chomsky.info/letters/20051113.htm
119. Open letter to the Obama Administration from Central and Eastern Europe. – Режим доступу до листа: http://www.rferl.org/content/An_Open_Letter_To_The_Obama_Administration_From_Central_And_Eastern_Europe/1778449.html
120. Open letter to the President. – Режим доступу до листа: http://www.iraqwatch.org/perspectives/rumsfeld-openletter.htm]
121. Open letter to the President… Four and a Half Years Later. – Режим доступу до листа: http://www.huffingtonpost.com/sean-penn/an-open-letter-to-the-pre_2_b_44172.html
122. Open letter to the Vice President of the United States Dick Cheney. – Режим доступу до листа: http://www.mcsweeneys.net/links/openletters/1dickcheney.html
123. Open Source Letter to President Obama. – Режим доступу до листа: http://consideropensource.blogspot.com/
124. Vocation is over… Open letter from Michael Moore to George W. Bush. – Режим доступу до листа: http://www.rense.com/general67/ketter.htm