

**ЛІНГВОСТИЛИСТИЧНІ ТА КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПЕРСУАЗИВНОСТІ У ТЕКСТАХ ВІДКРИТИХ ЛИСТІВ**

*У статті розглядається поняття "персуазивна комунікація", аналізуються засоби реалізації тактики активізації емоцій та тактики аргументації у межах комунікативної стратегії персуазивності на матеріалі англійських текстів відкритих листів. Було виявлено, що інструментальними аспектами стратегії персуазивності виступають тактики, які експлікуються в структурі тексту через систему комунікативних ходів, що піддаються лінгвостилістичній інтерпретації.*

В основі комунікативно-функціонального підходу, який вже понад декілька десятиліть домінує у сучасній лінгвістиці, лежить розуміння мови як механізму для реалізації людиною певних цілей у сфері пізнання оточуючого світу і його опису, а також в актах мовленнєвого спілкування. Головним завданням комунікативної лінгвістики є вивчення мовленнєвого спілкування як особливого виду діяльності, спрямованого на формування думок та переконань, і моделювання соціальної та індивідуальної поведінки людей. Однією з таких форм А. В. Голоднов вважає персуазивну комунікацію, яку у найбільш загальному вигляді визначає як "ментально-мовленнєву взаємодію комунікантів, що реалізує спробу впливу адресанта на ментальну сферу реципієнта з метою зміни його поведінки (спонукання до здійснення / відмови від здійснення певних посткомунікативних дій)" [1: 3].

Персуазивна комунікація досліджується в основному російськими та зарубіжними вченими в межах стилістики, лінгвістики тексту, психолінгвістики, теорії мовленнєвого впливу [1-12]. В українському ж мовознавстві ця проблема до сьогодні не має достатнього теоретичного висвітлення та практичного вирішення.

Відтак, **актуальність даної розвідки** визначається інтересом сучасної лінгвістики до проблем мовленнєвого впливу та текстів, що його реалізують. Одним із таких текстів вважаємо відкритий лист, котрий функціонує у публіцистичному дискурсі ЗМІ і, відповідно, домінуючою комунікативною функцією якого є вплив на ментальну сферу реципієнта (його думки, оцінки) з метою зміни його посткомунікативної поведінки.

Механізми персуазивності мають інтегративний характер і здійснюються в єдності раціонального та емоційно-чуттєвого начал. Особливим типом персуазивної мовленнєвої дії є маніпуляція, яка у тексті відкритого листа носить імпліцитний характер і базується не стільки на логічному, скільки на емоційному впливові. Раціональний вплив експлікується у мовленні адресанта шляхом логічних доводів та аргументації. Персуазивність – одна з функціонально-прагматичних характеристик тексту відкритого листа, особлива стратегія, в якій тісно переплетені переконання, навіювання, маніпуляція для реалізації його функції впливу.

Стратегія персуазивності у текстах відкритого листа, на нашу думку, найповніше реалізується через тактику активізації емоцій (втілює емоційний вплив) та тактику аргументації (втілює раціональний вплив).

**Метою статті** є аналіз комунікативних прийомів (комунікативних ходів) реалізації тактик активізації емоцій та аргументації у межах персуазивної стратегії на матеріалі англійських текстів відкритих листів.

Сутність тактики активізації емоцій полягає у передачі адресатові цілої палітри почуттів, пов'язаних з темою повідомлення, вона будується на ефекті зараження емоціями.

Одним із дієвих прийомів є створення яскравих образів, стирання меж між художнім та реальним, що використовується для посилення враження від повідомлення:

*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 humour [13].*

Адресант для впливу на аудиторію використовує розгорнуту політичну метафору: політика – шахова дошка, фігури – політичні діячі.

Деяко іншим варіантом зазначеного прийому є наступний тактичний хід, що полягає у зіставленні одного предмета з іншим з метою створення художнього опису першого:

*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 [13].*

Адресант використовує розгорнуте порівняння Америки з наркотичнозалежною людиною. Засобами персоніфікації, імперативними формами налаштовує на відповідне, вигідне авторові сприйняття повідомлення.

Сутність комунікативного прийому перебільшення полягає у значному цілеспрямованому розширенні проблеми, узагальненні, спотворенні, доведеному до крайнощів:

*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 [14].*

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.

Одним із найефективніших засобів емоційного впливу на адресатів відкритого листа є інтонаційне виділення окремих блоків інформації, що полягає у наданні окремим словам і словосполученням особливої емпізи. У спілкуванні через посередництво друкованого тексту неможливість почути інтонацію адресанта компенсується використанням великих літер та різних шрифтів для відтворення тону голосу. Паравербальні засоби передаються за допомогою символів, що збігаються зі знаками пунктуації, різних буквених регістрів.

Так, 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 [15].*

Кількість розділових знаків за іконічним принципом відповідає силі емоцій:

*I have listened to you pray for the troops, entertain their children over Christmas at the White House, 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????? [15].*

Висота голосу, здебільшого, передається виділенням тексту великими літерами. Однак у деяких випадках великими літерами може виділятися вагома для адресанта інформація:

*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 [16].*

Використання стилістичної фігури повтору (анафори, епіфори) у якості комунікативного ходу межує з навіюванням. Багаторазовий повтор особливо важливих блоків інформації сприяє переконуванню адресата.

*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 [17].*

*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 [17].*

Заклики до дій, використання експліцитно виражених імперативів, прямих форм звертання до адресата є засобами діалогізації повідомлення, що сприяють встановленню контакту з адресатом, скороченню дистанції між відправником повідомлення та реципієнтом:

*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 [18].*

*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 [17].*

Дієвим засобом активізації адресата можна вважати використання конструкцій, що містять питання і відповіді на них. 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:

*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* [19].

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.

Що ж до компонентів раціонального впливу, то він найбільше реалізується у тактиці аргументації, сутність якої 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.

Типовим засобом реалізації є контрастивний аналіз. Хід базується на зіставленні фактів, подій, результатів, що сприймаються адресатом як переконливі аргументи. Адресату пропонуються опозиції, які демонструють переваги або вказують на недоліки певних явищ, предметів, осіб. Завдяки оцінному компоненту антонімічна опозиція набуває потрібного впливу.

*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* [20].

Переконування може здійснюватися шляхом вказівки на перспективу. Цей хід 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:

*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* [21].

Посилання на авторитет або статистику також надає аргументативної сили висловлюванню. Опора на кількісні дані, процентні співвідношення і загалом на статистичну інформацію – типовий засіб впливу на адресата, спрямований на створення наукоподібного ефекту повідомлення:

*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* [22].

Таким чином, за нашими спостереженнями, реалізація тактики аргументації у відкритому листі відбувається завдяки використанню опозицій, які демонструють переваги або недоліки певних явищ, антитези, причинно-наслідкових та умовно-наслідкових конструкцій тощо.

Отже, адресант відкритого листа створює текст відповідно до комунікативної стратегії персуазивності. Стратегія персуазивності являє собою діалектичну єдність концептуально-тематичного задуму адресанта щодо будови свого повідомлення і процесу реалізації цього задуму, спрямованого на досягнення персуазивної мети адресанта. Інструментальними аспектами стратегії персуазивності виступають тактики, які, в свою чергу, експлікуються у структурі тексту через систему комунікативних ходів, що піддаються лінгвостилістичній інтерпретації. Персуазивна функція усіх комунікативних ходів реалізується лише в умовах текстового цілого, у поєднанні з іншими елементами текстової структури та екстралінгвістичною інформацією. Мовними маркерами реалізації стратегії персуазивності у відкритому листі виступають засоби різних мовних рівнів: графічного, фонетичного, лексичного, морфологічного, синтаксичного.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у виявленні ступеня залежності ефективності мовленнєвого впливу від смислового наповнення тексту та від вірно обраних стратегій і тактик.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Голоднов А. В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 "Германские языки" / А. В. Голоднов. – СПб., 2003. – 23 с.
2. Lakoff R. Talking Power. The Politics of Language / R. Lakoff. – New York : Basic Books, 1990. – 324 p.

3. Smith C. The White House Speaks : Presidential Leadership as Persuasion / C. Smith. – Westport : Praeger, 1994. – 263 p.
4. Баранов А. Г. Модель речевого воздействия : автор vs реципиент / А. Г. Баранов // Северо-Кавказские чтения : мат. Всерос. научн. конф. – Вып. 1 : Речевые цели и средства их реализации. – Ростов н/Д, 1996. – С. 5–7.
5. Безменова Н. А. Риторическая модель речевой деятельности / Н. А. Безменова // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М. : Наука, 1990. – С. 25–40.
6. Иссерс О. С. Речевое воздействие : [учеб. пособие] / О. С. Иссерс. – М. : Флинта, 2009. – 224 с.
7. Котов А. А. Механизмы речевого воздействия в публицистических текстах СМИ : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А. А. Котов. – М., 2003. – 280 с.
8. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2001. – 252 с.
9. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие : методология и теория / Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М. : Наука, 1990. – С. 5–18.
10. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса : проблемы речевого воздействия : [учеб. пособие] / В. Е. Чернявская. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 136 с.
11. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие : онтология и методология исследования : [монография] / Е. В. Шелестюк. – Челябинск : ООО "Энциклопедия", 2008. – 232 с.
12. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие : ракурсы адресата и адресанта : [монография] / Е. В. Шелестюк. – Челябинск : ООО "Энциклопедия", 2008. – 152 с.
13. Open letter to George W. Bush from his ardent admirer Belacqua Jones [Електронний ресурс]. – Режим доступу до листа : <http://blogs.salon.com/0004024/>.
14. Open letter to Muslim Terrorists [Електронний ресурс]. – Режим доступу до листа : <http://www.ozarkia.net/bill/anarchism/rants/DearMuslimTerrorist.html>.
15. Open letter to George Bush from a military mom [Електронний ресурс]. – Режим доступу до листа : <http://lovingwhisper.com/get/news-and-society/politics/open-letter-to-george-bush-from-a-military-mom.htm>.
16. Vacation is over... Open letter from Michael Moore to George W. Bush [Електронний ресурс]. – Режим доступу до листа : <http://www.rense.com/general67/ketter.htm>.
17. Open letter to Barack Hussein Obama [Електронний ресурс]. – Режим доступу до листа : <http://www.freerepublic.com/focus/f-news/2114500/posts>.
18. Open letter to President Obama from Michael Moore [Електронний ресурс]. – Режим доступу до листа : <http://www.michaelmoore.com/words/mikes-letter/open-letter-president-obama-michael-moore>.
19. Open letter to Barack Hussein Obama, President-elect of the United States of America [Електронний ресурс]. – Режим доступу до листа : <http://www.globalresearch.ca/index.php?context=va&aid=11584>.
20. Open letter to President Clinton on Iraq [Електронний ресурс]. – Режим доступу до листа : <http://www.newamericancentury.org/iraqclintonletter.htm>.
21. Open letter to President Obama [Електронний ресурс]. – Режим доступу до листа : <http://www.concord.org/publications/newsletter/2009-winter/perspective.html>.
22. Open letter to Oxfam, the Center for the study of the presidency, the Atlantic Council, and the National Defense University [Електронний ресурс]. – Режим доступу до листа : <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/uk/article3307373.ece>.

Матеріал надійшов до редакції 01.04. 2011 р.

***Чеберяк А. Н. Лингвостилистические и коммуникативно-прагматические особенности реализации стратегии персуазивности в текстах открытых писем.***

*В статье рассматривается понятие "персуазивная коммуникация", анализируются средства реализации тактики активизации эмоций и тактики аргументации в рамках коммуникативной стратегии персуазивности на материале англоязычных текстов открытых писем. Было выявлено, что инструментальными аспектами стратегии персуазивности выступают тактики, которые эклицируются в структуре текста через систему коммуникативных ходов, которые поддаются лингвостилистической интерпретации.*

***Cheberyak A. M. Linguostylistic and Communicative-Pragmatic Peculiarities of Persuasive Strategy Realization in the Texts of Open Letters.***

*The article dwells upon the notion of persuasive communication; within the strategy of persuasiveness the tactics of emotion activation and tactics of argumentation are analyzed, looking into the ways and means of their realization in the texts of open letters. It was discovered that the instrumental aspects of the persuasive strategy are the tactics, explicating in the text structure through the system of the communicative courses that fall for the linguostylistic interpretation.*