

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

Мовна концептуалізація соціального простору людини

Колективна монографія

ІСТОРІЯ ТА СЬОГОДЕННЯ
ФІЛОЛОГІЧНОЇ НАУКИ

Том 5



РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РІВНЕ 2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

МОВНА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ЛЮДИНИ

Колективна монографія

ІСТОРІЯ ТА СЬОГОДЕННЯ
ФІЛОЛОГІЧНОЇ НАУКИ

Том 5



РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РІВНЕ 2022

УДК 81'37; 003; 81'22, 004.83:316.77

М 74

Рецензент:

Мізін К.І. доктор філологічних наук, професор
Університет Григорія Сковороди в Переяславі
(м. Переяслав)

Рекомендовано до друку Вченою радою
Рівненського державного гуманітарного університету
(протокол № 5 від 26 травня 2022 р.)

Колектив авторів: Аладько Д.О., Деменчук О.В., Калініченко М.М., Кучма Т.В.,
Орел І.І., Чеберяк А.М.

М 74 **Мовна концептуалізація соціального простору людини:** колективна
монографія / кол. авт.; голов. ред. О.В. Деменчук. Рівне: РДГУ, 2022. 133 с.
(Історія та сьогодення філологічної науки; т. 5).

Linguistic conceptualisation of person's social space: Collective work
/ auth.; O.V. Demenchuk (ed.). Rivne: RSUH, 2022. 133 p. (History and
Contemporaneity of Philological Science; v. 5).

У колективній монографії представлено розвідки, предметом аналізу яких є проблематика реконструкції мовної соціальної картини світу людини. На матеріалі германських та слов'янських мов (англійська, німецька, польська, українська) розглянуто низку актуальних питань, присвячених семантичному моделюванню соціального простору людини, дослідженню соціальних стереотипів у мовній картині світу, вивченню соціальних ситуацій у структурі дискурсу, аналізу соціальних контекстів як об'єктів інтелектуальної власності.

The collective work deals with the linguistic reconstruction of person's social world. Based on the Germanic and Slavic languages (English, German, Polish, Ukrainian), the paper focuses on the topical issues related to semantic modelling of person's social space, social stereotypes in the linguistic worldview, social situations in the structure of discourse, social contexts as objects of intellectual property.

УДК 81'37; 003; 81'22, 004.83:316.77

ЗМІСТ

**СЕМАНТИЧНІ МОДЕЛІ
СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ЛЮДИНИ**

<i>Деменчук О.В.</i> КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ЛЮДИНИ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЦЕПТИВНИХ НОМІНАЦІЙ УКРАЇНСЬКОЇ, ПОЛЬСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ)	5
---	---

СОЦІАЛЬНІ СТЕРЕОТИПИ В МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

<i>Аладько Д.О.</i> ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ	33
<i>Кучма Т.В.</i> ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ В УКРАЇНСЬКІЙ, ПОЛЬСЬКІЙ ТА НІМЕЦЬКІЙ МОВАХ	62
<i>Орел І.І.</i> СПОСОБИ ВИРАЖЕННЯ СТЕРЕОТИПІВ ФРАЗЕОЛОГІЧНИМИ ЗАСОБАМИ	70

СОЦІАЛЬНІ СИТУАЦІЇ В СТРУКТУРІ ДИСКУРСУ

<i>Чеберяк А.М.</i> РОЛЬОВЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ АДРЕСАНТА ВІДКРИТОГО ЛИСТА: СОЦІАЛЬНА, КОМУНІКАТИВНА, МОВЛЕННЄВА РОЛІ	96
---	----

**СОЦІАЛЬНИЙ КОНТЕКСТ
ЯК ОБ'ЄКТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

<i>Калініченко М.М.</i> РЕЦЕПЦІЯ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТІ У СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ТА ПРАВОВОМУ КОНТЕКСТАХ	123
---	-----

СОЦІАЛЬНІ СИТУАЦІЇ В СТРУКТУРІ ДИСКУРСУ



Чеберяк А.М.

кандидат філологічних наук, доцент

Рівненський державний гуманітарний університет

РОЛЬОВЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ АДРЕСАНТА ВІДКРИТОГО ЛИСТА: СОЦІАЛЬНА, КОМУНІКАТИВНА, МОВЛЕННЄВА РОЛІ

Соціолінгвістичний підхід дослідження дискурсу передбачає, що залежно від позицій учасників спілкування усі види дискурсу поділяються на особистісно- та статусно-орієнтований дискурс. Персональний або особистісно-орієнтований дискурс передбачає, що мовець проявляє себе як особистість з усіма притаманними їй характеристиками. У випадку інституціонального дискурсу мовці виступають як представники соціального інституту в межах статусно-рольових та 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» (Карасик, 2000, с. 12). Інституціональний дискурс є статусно-орієнтованою формою спілкування: комуніканти виявляють себе не стільки як особистості, індивіди, скільки як носії певного соціального статусу.

Мовленнєвий жанр «відкритий лист» функціонує в інституціональному публіцистичному дискурсі засобів масової комунікації. Цей унікальний жанр поєднує в собі ознаки статусно-орієнтованого спілкування та індивідуально-авторського, що не може не викликати цікавість дослідників. Розглянемо особливості відкритого листа серед інших жанрів публіцистичного дискурсу для кращого усвідомлення його пограничного статусу та сутності.

Специфіка об'єкта нашого дослідження – відкритого листа – визначається, з одного боку, його приватним характером, а з іншого –

функціонуванням у сфері масової комунікації. Вважаємо, що відкритий лист 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).

Публіцистичний лист – це епістолярний текст, написаний у публіцистичному стилі, який функціонує у ЗМІ. Він формувалася 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. 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» (Дускаева, 2005, с. 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 ЗМІ 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 англійській 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-топиків з подійного, фактологічного боку, тексти групи feature роблять акцент на факторі індивідуально-авторського бачення тієї чи іншої проблеми, подають матеріали з особливого «зацікавленого» погляду (Добросклонская, 2008, с. 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 головне завдання публіцистики вбачається у впливі на свідомість читачів через загострення суспільно-значущих проблем, а не розважання масової аудиторії.

Характерною ознакою публіцистичного стилю 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. 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.

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.

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 відкритого листа 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 відкритого листа, суттєвим є факт залежності оцінок від позиції видання, в якому він друкується. 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 відкриті листи, опубліковані в різних виданнях.

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» (Солганік, 2002, с. 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» (Кайда, 2005, с. 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 буде 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 експресивних та стандартизованих виражальних засобів, що обумовлене функцією впливу на адресата і функцією

повідомлення. Відповідно до домінанти в текстах масової комунікації експресії чи стандарту Н.І. Клушина виділяє інформаційний та власне-публіцистичний підстилі (Клушина, 2003, с. 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. До власне-публіцистичного підстилю в загальному можна віднести аналітичні жанри, сатиричні та художньо-публіцистичні. Епістолярна публіцистика у цій класифікації займає місце на межі аналітичної та художньої публіцистики, поєднуючи у собі суттєві ознаки однієї та іншої.

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» (Дускаєва, 2005, с. 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 мовленнєвий жанр розглядати як модель реалізації комунікативної мети, то типологію жанрових форм газетної публіцистики Л.Р. Дускаєва буде 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 (Дускаєва, 2005, с. 126).

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.

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, у його межах виділяються певні жанрові різновиди, найбільш розповсюдженими з яких є відкритий лист та лист без адреси, інші його форми (послання, відозва, звернення, заява) близькі за своїм типом і структурою до вказаних основних видів. З позиції теорії мовленневих жанрів це дозволяє нам кваліфікувати епістолярну публіцистику як гіпержанр – «макроутворення, мовленнєву форму, яка супроводжує соціально-комунікативні ситуації, що об'єднують у своєму складі декілька жанрів» (Седов, 2004, с. 71). Гіпержанр є цілісним комплексом складних мовленневих жанрів, 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.

Публіцистичний лист слід відрізнити 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.

Компоненти і змістове наповнення публіцистичного листа зумовлені значною мірою тією обставиною, що автор пише саме лист, від свого імені звертається до адресата, висловлює своє ставлення до певної ситуації, дає їй оцінку. Такий лист є завжди зверненням до адресата, закликом, вимогою, підтримкою або осудом. Лист привертає увагу суспільства до особистості адресата, до розуміння цієї людиною тих подій, у яких вона бере участь або які публічно оцінює, до мотивів її поведінки.

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 суспільноповагомій 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» (Прохоров, 1966, с. 25).

Тематичну основу епістолярної публіцистики складають факти, події, явища, які входять до кола інтересів адресата, які оточують його і викликають ті чи інші його вчинки, думки, прагнення. 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. 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» (Павлик, 2007, с. 59). Цілеспрямований вплив на адресата організується шляхом відбору найефективніших мовних засобів публіцистичного стилю, які б дали змогу отримати відповідну реакцію реципієнта.

У словникових дефініціях поняття відкритий лист тлумачиться з використанням лексем звернення, заклик, протест, критика, скарга. Згадані лексеми у свідомості носіїв мови зближуються з поняттям відкритого листа і відображають його найсуттєвіші ознаки: проблемний характер, спрямованість на осуд чи підтримку адресата, апеляція до можливостей, якими наділений адресат та до громадської думки тощо. Відкритий лист, з одного боку, об'єднує суміжні жанри епістолярної публіцистики, як-от відозву, заяву, послання, звернення, а з іншого – не є тотожним жодному з них. Він утворює самостійне явище, у межах якого вищеназвані жанри використовуються як можливі варіанти мовленнєвої реалізації.

Таким чином 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, сформулювати 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 відкритого листа, 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. Відкритий лист, 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.

На відміну від суміжних жанрів епістолярної публіцистики, відкритий лист є завжди своєрідною реакцією на певну конфліктну ситуацію, яка надихає адресанта до його написання. Ця особливість обумовлює тематичну обмеженість відкритих листів, 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 відкритого листа, 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.

Стосунки між комунікантами у відкритому листі детерміновані соціальним статусом мовців, їх соціальними та комунікативними ролями. Розглянемо детальніше поняття статусу та ролі для визначення основних рольових втілень адресанта відкритого листа.

Важливою ознакою соціальної диференціації учасників спілкування є характеристика соціального статусу особи. Терміном «соціальний статус» у лінгвістиці позначають співвідносне положення особи в соціальній системі, що включає виконання нею обов'язків і прав, певний спосіб поведінки, очікуваний від особи та віддзеркалений у мовних одиницях та соціальних категоріях модусу.

Лінгвістичне дослідження соціального статусу дає можливість з'ясувати загальні та специфічні характеристики поведінки людей, що розмовляють однією мовою і відповідно розділяють систему оцінних норм певного суспільства. В.І. Карасик зазначає, що ознака соціального статусу є одним із компонентів прагматичного значення, поряд з ознаками оцінки, модальності, емотивності, стилістичного регістру тощо (Карасик, 2002, с. 5). Поняття статусу співвідноситься з його оцінкою і виявляється в мовленнєвій поведінці учасників

спілкування. Соціально-психологічною основою статусної оцінки є очікування. Без врахування соціального статусу учасників спілкування саме спілкування буде штучним, саме тому виникає необхідність дослідження статусних характеристик та рольового втілення мовців.

До ознак соціального статусу зараховують субстанційні й релевантні характеристики осіб. До перших належать стать, вік, національність, соціальний стан; до других – освіта, походження, професія, досвід, манери поведінки, рівень володіння мовою тощо.

Соціальний статус виявляється в соціальній і ситуативній нерівності, у взаєминах від вищого до нижчого і від нижчого до вищого, тобто у вигляді соціальної дистанції між учасниками спілкування. Вираження соціального статусу людини може бути вербальним і невербальним. До невербальних відносять погляд, вираз обличчя, ходу, певні жести. Вербальне вираження нерівності у мові реалізується на інтонаційному рівні (прохальна або наказова, категорична інтонація), на граматичному рівні (модальність, вставні конструкції, різновиди імперативу, певні види інверсії), на словотвірному рівні (зменшувальні суфікси), на лексичному рівні (спеціальні слова і вирази на позначення статусної нерівності) (Карасик, 2002, с. 7).

Динамічний аспект соціального статусу відображений у понятті соціальної ролі. Статус узагальнює велику кількість соціальних ролей. Під роллю тут услід за В.І. Карасиком розуміємо стійкий шаблон поведінки, що включає дії, думки і почуття людини (Карасик, 2002, с. 13). Рольова поведінка – це поведінка особи, що займає певну соціальну позицію у відповідності до очікувань людей. Соціальна роль – комплекс стандартних загальноприйнятих очікувань, набір психологічних, соціальних та лінгвістичних характеристик поведінки особистості, співвідносних з її статусним положенням. Ролі можуть бути постійними і ситуативними: перші обумовлені незмінними характеристиками людини (вік, стать, професія, рівень освіти), другі – конкретною ситуацією спілкування (пацієнт, пасажир...). Постійні і ситуативні ролі взаємопов'язані: рольова поведінка, обумовлена постійними соціальними характеристиками, в конкретній ситуації буде різною у комунікантів з різним соціальним, професійним статусом.

Суттєвим компонентом соціальної ролі Л.П. Крисін називає саме очікування: «Те, що є правом одного рольового партнера, є обов'язком іншого, і навпаки. «Я маю право на щось» означає: я очікую

від інших певних дій і вчинків, які відповідають їхнім ролям, входять у структуру цих ролей як обов'язки» (Крысин, 1977, с. 43). Більшість членів суспільства знає, чого можна очікувати від поведінки особи при виконанні тих чи інших довготривалих та ситуативних ролей. Спілкуючись, співбесідники мають певне уявлення про особу, яка виступає в тій чи тій соціальній ролі, і можуть прогнозувати типову поведінку виконавця ролі. Багато ролей мають спеціальне позначення у мові: священник, президент, покупець, пацієнт, мати, батько тощо. Тому навіть проста згадка назви ролі викликає у свідомості уявлення про комплекс властивих цій ролі прав і обов'язків.

Суттєвим у виборі способу спілкування є співвіднесення статусу і соціальної ролі учасників спілкування. Рольові стосунки мовців будуються на соціальних взаєминах: нерівний/рівний – вектор нижче/вище – мовленнєвий акт з низхідним/висхідним статусним вектором адресанта; рівний/нерівний – вектор вище/нижче – мовленнєвий акт з висхідним/низхідним статусним вектором адресанта та соціальних взаєминах рівний/рівний – вектор нижче/нижче, вище/вище; відсутність стосунків (Карасик, 2002, с. 119). Статусно-фіксованими мовленнєвими актами є директиви і реквестиви, які спрямовані на адресата мовлення.

Уявлення про типове виконання певної ролі утворює поняття рольового стереотипу. Як частина рольової поведінки стереотипи формуються на основі досвіду, повторюваності рольових ознак, які характеризують поведінку, манеру розмовляти, рухатись, одягатися.

Крім соціальних, в лінгвістиці прийнято виділяти також мовленнєві і комунікативні ролі. Мовленнєва роль, за І.П. Тарасовою, – «певний можливий і допустимий репертуар мовленнєвих засобів, які можна вжити у різних ситуаціях спілкування» (Тарасова, 1992, с. 65). До складових мовленнєвої ролі належать: певний лексичний і граматичний мінімум, інтонація, фонаційні та просодичні особливості тощо.

Комунікативні ролі – це відносно сталі, внутрішньо зв'язані й очікувані іншими системи комунікативних вчинків індивіда, значною мірою визначені його соціальним статусом, віковими, ґендерними та іншими чинниками. Вони значно вужчі від соціальних, а тому їх репертуар значно ширший. Комунікативні ролі виявляються лише у ході комунікації й істотно впливають на характер комунікативного акту.

Залежно від способу втілення комунікативної поведінки виокремлюють стандартні та ініціативні комунікативні ролі. Стандартна комунікативна роль – це комунікативна поведінка людини, прийнята в суспільстві для відповідної соціальної ролі й ситуації. Ініціативна комунікативна роль – це той образ, який людина свідомо створює у спілкуванні для досягнення певної мети; те, що вона вирішила вдавати в конкретній ситуації спілкування, переслідуючи певну предметну мету. Комунікативні ролі можуть бути зрозумілими відразу, з перших реплік учасників спілкування, а можуть виявлятися поступово, у процесі розгортання інтеракції.

Розглянемо рольове втілення адресанта повідомлення на прикладі текстів відкритих листів. У відкритому листі 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 відкритому листі характерна асиметричність: партнери не рівні за статусом та соціальними ролями, один вищий, інший нижчий. Формальним адресатом відкритого листа є особа, наділена владою, правами, можливостями, яких не має адресант. Аналіз текстів відкритих листів показав, що формальними адресатами цього мовленнєвого жанру 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.

Адресант відкритого листа має нижчий соціальний статус, він не наділений достатніми повноваженнями та визнає за адресатом право на прийняття рішення стосовно проблеми, з якою він звертається. Отже, загальний рух комунікації відбувається «знизу вгору». Нами зафіксовані поодинокі випадки текстів з рівноправними статусними стосунками між адресантом та адресатом відкритого листа, як, наприклад, депутат депутатіві, журналіст журналісту, науковець науковцю тощо. Відсоткова кількість таких листів становить ~ 8% від загальної кількості. Проте незалежно від соціально-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.

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». Таким чином, істинним адресатом відкритого листа виступає читацька аудиторія – саме тому 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. Мовленнева 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 відкритих листів є 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.

Автор, створюючи текст відкритого листа, 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 відкритих листів 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.

Аналіз текстів відкритих листів 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* (Відкритий лист Степана Хмари, 2011), або імпліцитно: *Ми, кому не байдужа доля України...* (Відкритий лист до Президента України від PEN Ukraine, 2021).

Основними темами, характерними для рольового образу «Патріот» є: зовнішня і внутрішня політика, економічний і соціальний розвиток країни, а також обговорення «невикорінних лих» суспільства, як-от корупції, зловживання владою тощо. Наприклад: *Українська держава знаходиться в найскрутнішому становищі з часів набуття незалежності. Агресія з боку Росії забирає життя найкращих громадян України, дестабілізує та знесилює економіку держави, але це не має стати на заваді проведенню радикальних реформ в країні. Ситуація критична, і відкладення рішучих кроків на майбутнє може призвести до втрати державності України. Люди і бізнес все більше розчаровані відсутністю змін на краще та невдовзі почнуть сумніватися у наявності політичної волі боротися з корупцією, забезпечувати верховенство права та поліпшувати бізнес-середовище. Більше того, майбутні парламентські вибори створюють сприятливе підґрунтя для конфліктів, і Росія буде зацікавлена скористатися ситуацією, підіграти невдоволення і спровокувати ще одну політичну кризу* (Відкритий лист до Президента та Прем'єр-міністра, 2014).

Етноспецифічними темами, що відрізняють образ «Патріот» в українській лінгвокультурі є: функціонування української мови у державі, оцінка історичних подій, національна самоідентичність та російсько-українська війна. Наприклад: *Планомірна окупація чужоземною мовою радіо і телебачення призводить до втрати автентичного мовного середовища корінної нації, що в свою чергу зужує 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*

(Відкритий лист до Секретаря РНБО України, 2010); *За жодних умов Україна не повинна шукати миру на умовах агресора. Такий мир робить марними ті величезні жертви, яких вже зазнала українська нація. Це буде наругою над пам'яттю загиблих українських воїнів, ігноруватиме страждання і поневір'яння мільйонів українців, що потерпіли від жорстокості окупантів та/або опинились у вимушеному вигнанні. А головне, задоволення забаганок агресора не гарантуватиме безпеки України* (Відкритий лист Президенту від Володимира Василенка, 2022); *Ситуація, що склалась у сфері досліджень та відновлення пам'яті українського народу стосовно Голодомору та масових штучних голодів 1921–1923 та 1946–1947 років не залишає нам іншого виходу, як публічно звернутись до органів влади для врегулювання декількох критичних проблем, пов'язаних із діяльністю Національного музею Голодомору-геноциду* (Відкритий лист науковців та громадськості..., 2021).

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* (Відкритий лист Президенту України Володимиру Зеленському, 2021);
- боротьби в ім'я Батьківщини: *Я буду боротись, як завжди, бо мені не байдуже, що буде з моєю країною і з моїм народом* (Відкритий лист Степана Хмари, 2011);

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»; «верховенство права, права людини та демократичне суспільство», «європейські цінності, як-от право на відкритість, демократичність, професійність і прозорість»* тощо.

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

Негативні реалії, що уособлюють антицінності, також розподіляються залежно від ідеологічної спрямованості адресанта. Аби заручитися підтримкою якомога більшої кількості громадян, «Патріот» часто апелює до загальнолюдських антицінностей, що їх не може заперечити адресат. В українських відкритих листах 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», «російські терористичні війська та колабораціоністи, що нищать Україну», «збройна агресія проти України», «розкрадання земельних ресурсів», «насильницька агресія проти народу і держави Україна», «нехтування європейськими цінностями», «саботаж реформ» тощо.

Наступний рольовий образ адресанта відкритого листа – «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. Народ, який захищає адресант, у контексті подібних відкритих листів набуває соціально-психологічних характеристик і постає як *принижений, пригноблений, жертва*.

У ролі «Народний захисник» почасти виступає адресант-представник певного колективу, угруповання, який своїм зверненням у формі листа прагне донести позицію цього колективу, групи осіб, відновити порушену справедливість у певній галузі громадського життя. *На посаді президента ми закликаємо Вас дати чіткий сигнал, що в Україні усі люди є рівні у захисті перед законом, а також що ви зробите усе можливе, щоб ті, хто вчиняє напади, намагається залякати та переслідувати громадських активістів, журналістів та представників меншин будуть притягнені до відповідальності в рамках ретельного розслідування* (Відкритий лист до Президента України Володимира Зеленського, 2019).

Мовленневими корелятами образу є інклюзивний займенник 1-ї особи множини *ми* зі значенням спільності, солідарності, часто у поєднанні з відокремленим уточненням: *«ми, українці, звертаємося*

до вас...», «ми, представники угорської національної меншини в Україні...». 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*); лексеми з компонентом групової (соціальної) віднесеності (*друзі, товариші, працівники, трудовий колектив, виборці*); етноніми (*українці, громадяни України, угорці Закарпаття, жителі Західної України*).

Типовою ознакою текстів «Народного захисника» є такий спосіб аргументованого впливу як статистичний виклад, що містить результати підрахунків, соціологічних досліджень: *З небувалого раніше ідіотизму почалася на початку року поштова історія в нашій Бобровиці: залишили роботу всі листоноші двох міських відділень, нікому сортувати кореспонденцію та розносити її адресатам. А все через те, що в листоноші зарплата втричі менша офіційної мінімальної, в 700 разів менша, ніж у генерального директора Укрпошти Смілянського (на 01.01.20 р. за даними Вікіпедії – 1,9 млн щомісяця), у 80 разів менша, ніж у керівника обласної пошти. Вимушений нагадати Вам, гаранте Конституції, що в США зарплата середньостатистичного американця в 5 разів менша, ніж у міністра, і в 7 разів менша, ніж у президента (Відкритий лист до Президента України Володимира Зеленського, 2020).*

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!».*

«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».*

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

інвалідів, малозабезпечених сімей тощо. Наприклад: *Наразі Україна вимагає від людей реєструватися як внутрішньо переміщенні особи (ВПО) за адресою на території, яка контролюється державою, для того, щоб отримувати пенсії. Це дискримінаційне правило створює несправедливі перешкоди для доступу до пенсійних виплат літнім людям, на які вони мають юридичне право. В рамках цієї політики пенсіонери зобов'язані приїздити на територію, що контролюється державою, кожні 60 днів. Умови на пунктах перетину неприпустимо важкі та становлять надмірні ризики для здоров'я і безпеки людей* (Відкритий лист до Президента України Володимира Зеленського, 2019).

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* (Відкритий лист Президенту України Петру Порошенку, 2016).

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. *Нові культурні інституції є успішними провідниками державної культурної політики в питаннях розбудови української ідентичності європейського зразка. Завдяки їхнім зусиллям нас, як націю, сприймають і розуміють у світі. Тому ми впевнені: те, що зараз відбувається з цими інституціями, вимагає негайної реакції очільників держави та солідарного захисту і контролю з боку всіх, кому не байдужа Україна, включно з міжнародною спільнотою* (Відкритий лист до Президента України від PEN Ukraine, 2021).

Мовленневими 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».*

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

«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* (Відкритий лист до Яценюка А.П., 2018).

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

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 (Іссерс, 2006, с. 201). Так, адресант відкритого листа 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», «намагаюся жити у злагоді із своєю совістю»;*
- позитивних якостей особистості: він чесний, порядний –*«честь і гідність проніс без прогріхів майже 83 роки»;* принциповий: *ніде ніколи не доносив ні на кого, не потерпів би доносів і від своїх підлеглих. Не робив цього, не роблю і не буду робити»;* 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»* тощо.

Крім довготривалих комунікативних ролей «Патріот», «Народний захисник», «Борець за соціальну справедливість», «Інтелектуал-професіонал», здійснений аналіз дозволив виділити короткотривалі комунікативні ролі адресанта відкритого листа, як-

от: «Скаржник», «Викажчик», «Порадник», «Спростовувач», «Звинувач», «Обурений». На нашу думку, вищеназвані ролі задають певні координати жанровій тональності, зумовлюють загальний емоційний фон тексту відкритого листа, формують поточні комунікативні смисли. Нижче розглянемо короткотривалі комунікативні ролі адресанта відкритого листа 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. Відповідно до своїх конкретних цілей «Скаржник» буде 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.

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* (Відкритий лист трудового колективу..., 2017).

Завершує своє звернення адресант-скаржник, зазвичай, тим, що просить про допомогу, просить позначеного адресата долучитися до вирішення означених проблем.

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: *Пішов вже 7 місяць його «мудрого керівництва»*. Але з усього видно, що суспільно-економічний стан Черкаської області голову Черкаської ОДА мало хвилює. Незрозумілою видається кадрова та фінансово-заохочувальна політика Скічка О.О. До облдержадміністрації приходять працювати його знайомі, діти знайомих, люди з сумнівною професійною та моральною репутацією. Наприклад, новоспеченій молодесенькій керівниці апарату облдержадміністрації, яка до цього практично і не знала, що таке держслужба, за реальну роботу в липні 2021 року лише протягом кількох днів за підсумками ж цілого місяця з «барського плеча» було кинута надбавку в розмірі 210%, а рядовим працівникам доплачують лише по 20-30, або й того менше відсотків (Відкритий лист Президенту Зеленському працівників Черкаської ОДА, 2021).

Викажчика характеризує звинувачувально-викривальний тон висловлювань, таємнича, вимоглива тональність.

Адресант-спростовувач має на меті доведення неправильності, помилковості, хибності чиїх-небудь тверджень, переконань або спростування негативної оцінки своєї поведінки шляхом повідомлення про справжній стан речей: *Звернутися до Вас мене змусила поява у деяких засобах масової інформації статей, які ганьблять мою честь і гідність, ставлять під сумнів мій професіоналізм як керівника та реагуючи на лист Президента України до Прем'єр-міністра щодо мого перебування на посаді Голови комітету. Публікації носять явно замовний характер. Факти, у них викладені, не відповідають дійсності. Мене звинувачують у розвалі архівної справи, впровадженні цензури, знищенні архівних документів і т.п. Розумію, що декому, хто звик до «тихого життя», не до душі моя активна життєва позиція, моє прагнення змінити на краще умови роботи архівних установ* (Відкритий лист Президенту України В. Ющенку, 2008).

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.

Тональність спростування в цілому емоційна, ділова, впевнена, часом 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. «Порадник» застосовує в основному непрямі мовленнєві акти 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* (Відкритий лист Яценюку А.П., 2018).

«Порадник» може попереджати про небезпеку, застерігати адресата, рекомендувати йому змінити хід його думок або дій.

«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. *Ми щиро сподіваємося, що наші рекомендації стосовно цих питань допоможуть вам сформувати вашу політику у найближчі місяці. Ми готові надати детальнішу інформацію щодо будь-якої з вище зазначених або інших проблем. Ми також сподіваємося, що ми зможемо запланувати зустріч із вами та представниками вашої адміністрації для обговорення того, як найкраще гарантувати захист прав людини для всіх українців* (Відкритий лист до Президента України Володимира Зеленського, 2019).

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

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

Сутність жанру відкритого листа 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 ЗМІ 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 «Звинувач». Адресанту-звинувачу 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 прощовхував 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. (Відкритий лист до Президента України В. Ющенка, 2008).

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.

Високий ступінь емоційності подібних ВЛ відповідає загальній тональності цього мовленнєвого жанру. 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:

Пишемо цього листа, оскільки нашому обуренню немає меж, і важко стримати емоції, – але все по порядку (...) відсутність будь-

яких переконливих доказів та раціонального мотиву вбивства у версії національної поліції одразу викликала у нас чимало запитань та природне обурення. (Відкритий лист ПДМШ ім. М. Пирогова, 2019); *Ми обурені перетворенням конкурсів на заміщення посад керівників на імітацію прямих, чесних і відкритих виборів, де мав би перемогти найдостойніший, а “перемагає” попередньо узгоджений. Ми знаємо, що може трапитися далі, а це – нехтування європейськими цінностями, саботаж реформ, замикання України в “пострадянському” просторі* (Відкритий лист до Президента України від PEN Ukraine, 2021).

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

- емоційно-забарвлені конструкції з семою обурення, які передають стан крайнього незадоволення, гніву: *«мене приголомшило, що ви не посоромилися розмістити цю брехню», «ми були шоковані подіями останнього тижня», «це нонсенс, дикість, але, на жаль, цілковита правда»;*
- стійкі словосполучення з негативною семантикою: *«прочитайте в кінці-кінців архів»; «народу вже уривається терпець», «втрачається остання крапля терпіння на безвідповідальність та пасивність тієї установи, до якої скеровуєш численні звернення», «мені, скажімо, це вже більше не лізе!»;*
- запитальні та запитально-спонукальні речення, що передають крайній вияв обурення: *«А за що, дозвольте спитатися, в такому випадку несете відповідальність Ви? Чи ж не за нас усіх, громадян і державу загалом?!», «Скільки це буде тривати?!»;*
- вставні конструкції та пунктуація: *«де ж, я питаю, можна добитися справедливості???».*

Необхідно підкреслити, що короткотривалі комунікативні ролі адресанта певним чином взаємодіють у контексті відкритого листа, поєднуються або змінюють одна одну, що залежить від тактичних ходів у розгортанні сюжету.

Отже, стосунки між комунікантами відкритого листа детермінуються їх соціальним статусом, а також 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 відкритого листа визначають його комунікативну поведінку у тексті, зумовлюють тематику листів, задають координати жанровій тональності й поточному комунікативному смислу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Добросклонская, Т.Г. (2008). *Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь*. Москва: Флинта.
- Дускаева, Л.Р. (2005). Принципы типологии газетных речевых жанров. В: Г.Я. Солганик (ред.), *Язык современной публицистики*. 115–141, Москва: Флинта.
- Иссерс, О.С. (2006). *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*. Москва: КомКнига.
- Кайда, Л.Г. (2005). *Стилистика текста: от теории композиции – к декодированию*. Москва: Флинта.
- Карасик, В.И. (2000). О типах дискурса. В: В. И. Карасик (ред.), *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс*, 5–20. Волгоград: Перемена.
- Карасик, В.И. (2002). *Язык социального статуса*. Москва: Гнозис.
- Клушина, Н.И. (2003). Общие особенности публицистического стиля. В: М.Н. Володина (ред.) *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования*. 269–288. Москва: Изд-во МГУ им. М. В. Ломоносова.
- Крысин, Л.П. (1977). Речевое общение и социальные роли говорящих (с. 42-51). В: *Социально-лингвистические исследования*. Москва: Наука.
- Павлик, Н.В. (2007). *Типологія дискурсивних одиниць в українському епістолярному мовленні*. Донецьк : ТОВ «Юго-Восток, ЛТД».
- Седов, К.Ф. (2004). *Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции*. Москва: Лабиринт.
- Солганик, Г.Я. (2002). О закономерностях развития языка газеты в XX в. В: *Вестник Московского университета. Серия 10. «Журналистика»*, 2, 39–53.
- Тарасова, И.П. (1992). *Речевое общение, толкуемое с юмором, но всерьез*. Москва: Высшая школа.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

- Відкритий лист до Президента та Прем'єр-міністра України.* (2014). Available at: <https://voxukraine.org/vidkritij-list-do-prezidenta-ta-prem/>
- Відкритий лист до Президента України В. Ющенка.* (2008). Available at: [http://www.komunist.com.ua/index_u.php?news_id=404&search term=відкритий%20лист](http://www.komunist.com.ua/index_u.php?news_id=404&search_term=відкритий%20лист)
- Відкритий лист до Президента України від PEN Ukraine.* (2021). Available at: <https://suspilne.media/118792-pen-ukraine-napisav-vidkritogo-lista-do-zelenskogo-na-zahist-kulturnih-institucij/>
- Відкритий лист до Президента України Володимира Зеленського* (2019). Available at: <https://www.amnesty.org.ua/open-letter-zelensky/>
- Відкритий лист до Президента України Володимира Зеленського.* (2020). Available at: http://zemlyaivolya.net/news/vidkritiy_list_prezidentu_ukraini_volodimiru_zelens.html
- Відкритий лист до Яценюка А.П.* (2018). Available at: <http://www.silanaroda.com/index.php?query>
- Відкритий лист науковців та громадськості щодо фальсифікацій у сфері дослідження та поширення інформації про Голодомор-геноцид Українського народу.* (2021). Available at: <https://www.istpravda.com.ua/columns/2021/12/1/160581/>
- Відкритий лист ПДМШ ім. Миколи Пирогова до Президента України Володимира Зеленського.* (2019). Available at: [https://www.medbat.org.ua/uk/vidkritij-list-pdms-h-im-mikoli-pirogova-do-prezidenta-ukra %D1%97ni-volodimira-zelenskogo/](https://www.medbat.org.ua/uk/vidkritij-list-pdms-h-im-mikoli-pirogova-do-prezidenta-ukra%D1%97ni-volodimira-zelenskogo/)
- Відкритий лист Президенту від Володимира Василенка, екс-Судді Міжнародного кримінального трибуналу.* (2022). Available at: <https://site.ua/yuriy.goncharenko/vidkritii-list-prezidentu-vid-volodimira-vasilenka-eks-suddi-miznarodnogo-kriminalnogo-tribunalu-i7p4 x2w>
- Відкритий лист Президенту Зеленському працівників Черкаської ОДА.* (2021). Available at: <https://pro-vincia.com.ua/poltika/58266-pracivniki-cherkaskoyi-oda-zelenskomu-nehay-skchko-proyavlyaye-svoyu-obdarovanst-podal-vd-cherkaschini.html>
- Відкритий лист Президенту України.* (2008). Available at: <https://old.archives.gov.ua/News/4.04.08.php>

- Відкритий лист Президенту України Володимиру Зеленському.* (2021). Available at: <http://che.cn.ua/index.php/all-news/item/1784-vidkrytyi-lyst-prezydentu-ukrainy-volodymyru-zelenskomu>
- Відкритий лист Президенту України Петру Порошенку.* (2016). Available at: https://dostup.pravda.com.ua/request/vidkritii_list_priezidentu_ukra.
- Відкритий лист Секретарю Ради національної безпеки і оборони України Віталію Гайдуку від Стрийської міської організації ВО «Свобода».* (2010). Available at: <http://www.maidan.org.ua/static/narnewslviv/1169114589.html>
- Відкритий лист Степана Хмари до Левка Лук'яненка.* (2011). In: *Україна Молода.* 26 вересня.
- Відкритий лист трудового колективу ТОВ «Будівельне управління 528».* (2017). In: *Урядовий кур'єр.* 13 груд.

Наукове видання

МОВНА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ
СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ЛЮДИНИ

Колективна монографія

Історія та сьогодення філологічної науки

Том 5

Academic Edition

LINGUISTIC CONCEPTUALISATION
OF PERSON'S SOCIAL SPACE

Collective work

History and Contemporaneity of Philological Science

Volume 5

Формат 60x84¹/₁₆.

Папір офсетний. Друк ризографічний.

Гарнітура Century Schoolbook.

Друк. арк. 7,2. Наклад 100.

Редакційно-видавничий відділ

Рівненського державного гуманітарного університету

м. Рівне, 33000, вул. Ст. Бандери, 12

тел.: (0362) 26-48-83

Друк: «ПараГраф+»

м. Рівне, 33000, вул. Гетьмана Мазепи, 6/8

тел.: (0362) 26-49-27