

ЭПИСТОЛЯРНО-МЕДИЙНАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ КАК *HOMO VERBO AGENS*, ИЛИ ЧЕЛОВЕК, ДЕЙСТВУЮЩИЙ СЛОВОМ¹

Выявляется роль риторической составляющей в речевом (и шире – коммуникативном) поведении эпистолярно-медийной языковой личности. Обосновывается факт риторически грамотной организации речевой интеракции носителя данного типа, существование которого обусловлено коммуникативной целью оказания воздействия на массмедийную аудиторию. В риторическом аспекте анализируются дискурсивные характеристики эпистолярно-медийной языковой личности, актуализируемые в сфере массового взаимодействия. Иллюстративным материалом выступают открытые письма к общественности, тексты онлайн-петиций и электронных обращений граждан, адресованных представителям региональной и государственной власти как разновидности эпистолярно-медийной корреспонденции.

Ключевые слова: лингвоперсонология, массмедиа, эпистолярно-медийные тексты, эпистолярно-медийная языковая личность, риторические средства языка, эффективность речи.

Риторика высказывается от первого лица. Словесное действие обретает личностный смысл, поскольку оно включается в неповторимую историю человека, несущего в вечности ответственность за свои поступки и их последствия.

Волков А. А. Основы риторики

Выделение и активное развитие в рамках современной лингвистики, антропоцентричной и дискурсивной по своей сути, особого направления – лингвоперсонологии (Г. И. Богин, Н. Д. Голев, В. Е. Гольдин, Е. В. Иванцова, К. Ф. Седов и др.) – позволяет углубить представление о языковых личностях разных типов, функционирующих в различных сферах коммуникации. Поскольку в современном мире особую значимость имеет массмедийное взаимодействие (А. Б. Бушуев, Т. Г. Добросклонская, Л. Р. Дускаева, В. И. Карасик, В. Б. Кашкин и др.), актуальным является изучение особенностей дискурсивного поведения такой разновидности носителя, как эпистолярно-медийная языковая личность [1, 2].

Эпистолярно-медийная языковая личность определяется авторами статьи как особый тип носителя, автор (адресант) контента эпистолярно-медийных текстов (Ф. Б. Бешукова, А. В. Курьянович, Н. С. Сибирко, А. В. Шишкина и др.) – письменных речевых произведений, обладающих ярко выраженной жанрово-стилевой спецификой, посредством которых осуществляется межличностное и социальное взаимодействие с адресатами в условиях медиадискурса.

С точки зрения жанрово-стилистических свойств в числе эпистолярно-медийных текстов можно выделить такие аутентичные (т. е. принадлежащие к сфере письменно-разговорной коммуникации) разновидности, как электронные

частные письма, включая разные проявления спам-корреспонденции и флуда, записи в блогах, чатах, мессенджерах, социальных сетях, на форумах и пр. Отдельно необходимо рассматривать неаутентичные (функционирующие в публицистической, официально-деловой, художественной, юридической, рекламной, пиар и прочих сферах) эпистолярно-медийные тексты, имеющие формат письма: электронную деловую переписку, письма читателей в редакцию, онлайн-петиции, открытые письма и пр. Об аутентичных и неаутентичных эпистолярных текстах см. подробнее: [3]. Тексты данного типа, опосредующие дистантное взаимодействие разных категорий адресантов и адресатов, позволяют минимизировать усилия, временные и материальные затраты, характеризуются доступностью создания и распространения, оперативностью и эффективностью достижения результата. Исследователями выделяются жанровые, стилистические и дискурсивные свойства эпистолярия, позволяющие ему выполнять важные функции (информативную, воздействующую, когнитивную и пр.) в массмедиа: политематичность, клишированность, воспроизводимость формы, стилевой синкретизм, полно- и полидискурсивность [3]. При этом подчеркивается факт трансформации модели традиционного письма в процессе ее адаптации к требованиям сетевого массмедийного взаимодействия: «Попадая в публицистическую сферу коммуникации, письмо перестает быть просто средством общения, становясь инструментом эффективного воздействия на широкий круг читателей, побуждения к определенной модели поведения» [4, с. 46].

Как показывает анализ эпистолярно-медийной корреспонденции, в дискурсивном поведении авторов – эпистолярно-медийных языковых личностей –

¹ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 15-04-00216.

репрезентируется способность осуществлять коммуникативно целесообразное и риторически организованное взаимодействие с разными типами людей (единомышленниками, представителями власти, модераторами сайтов) в условиях массовой интеракции.

Анализ языковой организации эпистолярно-медийных текстов демонстрирует определенный уровень владения речевой культурой адресантами, что является обязательным для достижения воздействия на адресатов, с одной стороны, с другой – свидетельствует о том, что наличие речевых умений маркирует проявление эпистолярно-медийной языковой личностью свойственных ей дискурсивных способностей. В связи с этим рассмотрение специфики коммуникативного поведения носителей разных типов сквозь призму риторического анализа определяется авторами как актуальная и перспективная область исследования.

Узко риторика понимается как комплексная дисциплина, изучающая ораторское искусство, ораторскую речь (С. И. Гиндин, М. И. Панов и др.). В широком смысле в качестве объекта риторики можно рассматривать любые формы воздействующей или убеждающей коммуникации, или «побудительного» дискурса (У. Эко). Некоторые авторы предлагают рассматривать риторику как составляющую наук об общении, изучающую законы эффективной коммуникации во всех ее проявлениях (Ю. Коннор, А. Лунсфорд, Ю. В. Рождественский, О. Б. Сиротина и др.). Оптимальной считаем трактовку А. К. Михальской, понимающей риторику как «теорию и мастерство эффективной (целесообразной, воздействующей, гармонизирующей) речи» [5, с. 34]. Суть всех обозначенных подходов базируется на постулатах классической риторики, понимаемой прежде всего как искусство убеждения собеседника в собственной правоте посредством лексических, грамматических и стилистических ресурсов национального языка, «нахождения возможных способов убеждения относительно любого предмета» [6, с. 8].

Необходимо отметить, что специфику современного риторического (неориторического) подхода составляет антропоцентризм: «70–80-е годы XX века – время активного возрождения риторической проблематики: глобальный поворот лингвистики к изучению речи обеспечил достаточно стабильное внимание филологов к риторике» [7, с. 17]. Еще М. М. Бахтин в свое время отошел от аристотелевского понимания риторики как науки, изучающей общие формы ораторского искусства, «общие места» искусства красноречия. Ученый переносит акценты на исследование проявлений риторических способностей отдельного носителя в рамках конкретной ситуации социального взаи-

модействия. Речь идет о так называемой риторике поступка, условно противопоставленной «философии поступка» [7]. Уместно здесь будет привести слова А. А. Волкова, определяющего риторику как «персоналистическую философию слова», подчеркивающего при этом роль риторики для изучения человеческой личности [8, с. 21].

Под риторическим компонентом речевой деятельности отдельно взятой языковой личности в широком смысле авторы статьи понимают совокупность выразительно-изобразительных средств языка (тропов, риторических фигур и стилистических приемов), позволяющих автору адекватно выражать свои иллокутивные намерения в вербальной форме с целью достижения прагматического эффекта в отношении воспринимающего сознания – адресата. В рамках такого понимания предметом изучения риторики выступает человек как социальное существо, вступающий в коммуникацию и манифестирующий себя в ней как *homo verbo agens* (человек, действующий словом) [7, с. 41]. Умение выбирать наиболее точные, выразительные, уместные языковые средства (в первую очередь, лексические и синтаксические) для презентации собственных мыслей и реализации своих интенций (в данном случае – целевых установок информативного и воздействующего свойства) определяется авторами в качестве составляющей речевой характеристики эпистолярно-медийной языковой личности как особого типа носителя.

Показать это можно на анализе конкретного текстового материала – текстов онлайн-петиций (подробнее: [1]) и электронных обращений граждан, адресованных представителям федеральной и (или) региональной власти, а также открытых писем к общественности. Целью создания текстов данных разновидностей является выражение индивидуальной или коллективной рефлексии, связанной с осмыслением злободневных социальных проблем и в перспективе – с попыткой их решения.

Закономерным видится использование в текстах указанного типа формы изложения от 1-го лица единственного числа («я персональное»). Однако в целях достижения коммуникативного эффекта в рассматриваемых эпистолярно-медийных текстах встречается риторически оправданный стилистический прием трансформации данной формы изложения в сторону употребления «мы собирательного».

Приведем в качестве примера открытое письмо врача Сергея Войтенко, которое обращено к общественности, всем равнодушным людям [9]. По мнению автора, ситуация в сфере оказания медицинской помощи сегодня такова, что в большинстве случаев обществу бывает проще, не разобравшись, обвинить врача в некачественно оказанной

услуге: «Я работаю врачом уже 25 лет в Ярцевской районной больнице, свою работу люблю, но не перестаю удивляться и сокрушаться по поводу обустроенности нашей медицинской сферы» [9]. «Личевание» врачей, по мысли адресанта, дело обычное и привычное. Он считает, что необходимо досконально разбираться с каждым случаем, вызвавшим общественный резонанс. В отношении самого Сергея Войтенко велось разбирательство в связи со смертью пациента, в ходе которого он еще раз убедился в существовании предвзятого отношения к врачам: «Я не знаю, как в таких случаях можно законно защитить себя и своих пациентов, поэтому я обращаюсь к общественности с открытым письмом» [9].

Развертывание изложения от 1-го лица является типичным для текста открытого письма в целом. Однако в процессе своей текстовой деятельности автор прибегает к использованию приема трансформации авторского «я персонального» в собирательный образ. В данном случае это образ врача в современной России, средствами репрезентации которого в тексте выступают местоимение 1-го лица множественного числа в собирательном значении: «На ужасном оборудовании, которое давно пора списать по срокам годности, при явно недостаточном количестве медикаментов, мы лечим, а зачастую спасаем человеческие жизни, но что мы слышим в ответ, выходя на улицу, читая газеты?» [9]. Автор открыто демонстрирует свою профессиональную принадлежность, разделяя вместе с другими представителями профессии негативный пафос, возникающий со стороны общественности и направленный в их адрес: «Врачи-недоучки, недочеловеки, а нередко врачи-убийцы. Конечно, есть и такие, я не защищаю „честь мундира“, но их единицы» [9]. Адресант гордится своей принадлежностью к «армии врачей»: «Армия врачей лечит, спасает, следуя клятве Гиппократова, потому что именно такой жизнью они хотят жить. Но жить и работать спокойно нам не дают» [9].

По словам М. Н. Кожинной, «собирательность как выражение духа коллективизма, массовидности создает впечатление значительности высказывания» [10, с. 186]. Подтвердим сказанное также примером из текста онлайн-петиции: «Мы, студенты вузов и ссузов, лидеры и активисты студенческих организаций, представители молодежных объединений, а также активные и неравнодушные граждане России, обращаемся к Вам (помощнику Президента РФ, уполномоченному по антикоррупционным проверкам Е. М. Школову. – А. К.) с просьбой пресечь грубое нарушение прав студентов Павловского сельскохозяйственного колледжа

(Алтайский край). В данном учреждении создан негативный для образовательной системы страны прецедент безнаказанного вымогательства денежных средств со студентов...»² [11].

Подобный эффект возникает в случае корреляции в тексте форм изложения от лица «я персональное» и «ты обобщенное». Прагматическое звучание текста оказывается в разы сильнее: «Вечером 12 июля в Омской области случилась страшная трагедия. В одной из казарм в военном городке учебного центра ВДВ обрушились перекрытия прямо под ногами у новобранцев, которые только в субботу приняли присягу. Я до сих пор в шоке от случившегося. Никому не пожелаю пережить это. Когда ты сидишь и ждешь обновления списков погибших и пострадавших, с дрожью в теле просматриваешь все фамилии и боишься найти его... Это очень страшно. К счастью, мой молодой человек в момент трагедии находился в соседней казарме. И он не пострадал. Но 45 человек из 337 оказались под завалами. Не удалось спасти 23 человек... Более двадцати – до сих пор находятся в больницах, многие – в тяжелом и крайне тяжелом состоянии» (из обращения Александры Назаровой (г. Уфа) к Сергею Шойгу «Не допустите еще одной омской трагедии: проверьте не только военные, но и жилые здания, построенные „РемЭксСтрой“ по всей России»; на 20.07.2015 петиция собрала 48295 подписей) [12].

Как правило, сообщаемая автором информация верифицируется, в частности, посредством указания на факты и статистические данные. Это является мощным средством убеждения адресатов: «В Российской Федерации 40 % всех тяжких насильственных преступлений совершается в семье... Только за 2013 год от преступных посягательств погибли 9 100 женщин, 11 300 получили тяжкий вред здоровью. По официальной статистике, в 2013 году 46 тыс. несовершеннолетних стали жертвами насильственных преступлений. Около 2 тыс. погибли, 3,6 тыс. получили телесные повреждения. Половина этих преступлений были совершены дома. По официальным данным МВД РФ, на декабрь 2008 года на учетах в милиции стоит 212,7 тыс. семейных дебоширов» (из обращения Алены Поповой (г. Москва) к Правительству РФ «Нет домашнему насилию»; на 20.07.2015 петиция собрала 132 877 подписей) [12].

Наконец, в анализируемых текстах встречаются элементы речевой образности, свидетельствующие о желании авторов выстраивать свою текстовую деятельность риторически грамотно, в том числе привлекая арсенал стилистических средств. Приведем примеры использования в текстах онлайн-

² В приводимых текстовых фрагментах сохранена авторская орфография и пунктуация.

петиций стилистических ресурсов языка: «Пора перейти от слов к делу и принять закон! Многие семьи сейчас живут на грани бедности, не имея своего жилья – оплачивая съемное, или выплачивая за жилье по ипотекам. Ежемесячная компенсационная выплата в 50 рублей, а также отсутствие мест в детских садах загоняет российских матерей в угол. И работать невозможно и не работать тоже. Не пора ли государству уделить внимание будущему, которое и заключается в детях?» (из обращения к В. В. Путину о повышении размера детского пособия); «Россию приговорили к участию стать мировым изгоем – мировой ядерной помойкой для цивилизованного мира. Крупнейший в мире могильник для захоронения высокоактивных долгоживущих ядерных отходов будет построен в центре России, под Красноярском. Ради чужого блага наша земля будет отравлена на несколько миллионов лет... Скоро в Россию повезут ядерные обременения со всех континентов мира, даже из Африки...» (из обращения к В. В. Путину о запрете строительства ядерного могильника вблизи Красноярска); «Горит тайга – наш самый ценный ресурс. В бушующем огне гибнут „легкие планеты“... Байкал мелеет и превращается в болото. Если все будет продолжаться так, то скоро на месте наших лесов будет пустыня. Мы требуем от правительства страны, чтобы все возможные силы были направлены на тушение пожаров! В прошлом году самолеты не вылетали на тушение пожаров в виду отсутствия горючего. Это недопустимо. Направьте авиацию, потушите наши леса. Мы от всей души сочувствуем Канаде, но неужели Канада Вам дороже собственной страны? Пусть Л-76 „самолет-танкер“ совершает рейсы над нашими лесами. Спасите собственную страну и свой народ!» (из обращения к В. В. Путину о необходимости выделения средств на тушение пожаров в Сибири) [12].

В данных текстовых фрагментах авторы используют риторические восклицания и вопросы, устойчивые сочетания слов с экспрессивно-эмоциональными компонентами в семантике, антитезу, метафоры, эпитеты, плеоназм, неопределенно-личные односоставные и побудительные по цели высказывания предложения, однородные члены предложения.

Адресант эпистолярно-медийного текста осуществляет отбор слов, которые с максимальной степенью точности передают его рефлексию относительно обсуждаемой социальной ситуации. Приведем пример: «Вам, конечно, хорошо знакомо слово „откат“. Еще 5–6 лет назад средний откат по стране составлял 30 %. Плакали, но платили. Сегодня это 70 %. Мне достоверно известен случай, когда откат составил 95 %. Об этом сегодня

знает вся страна. Знает и молчит, так как одна часть населения с этих откатов и кормится, а другая (значительно большая) боится потерять и оставшиеся тридцать. Я знаю, что вы скажете – пусть обращаются в суд. Они не пойдут в суд, Владимир Владимирович. Потому что наш суд сегодня – либо машина для наказания неугодных, либо аппарат по приему денег от истцов» (из открытого письма А. Макаревича В. В. Путину, опубликованного в газете «Московский комсомолец» 08.08.2012) [13]. В данном тексте лексема «откат» имеет статус жаргонной единицы и характеризуется устойчивостью употребления в практике современной коммуникации: «Откат (жарг.) – часть денежных средств, выплачиваемых заказчиком исполнителю заказа, которую исполнитель возвращает заказчику в знак признательности за предоставление заказа» [14]. За счет использования этого слова адресант не только выражает собственное отношение к факту из жизни современного социума, но и рассчитывает на адекватное понимание созданного им текста со стороны общественности.

Необходимо отметить, что в ряде случаев адресанты эпистолярно-медийной корреспонденции (в большей степени это касается текстов электронных обращений граждан) допускают использование лексических единиц, содержащих в своем значении крайне негативные компоненты смысла, например: «Наверное надо МЭРу показать то что Вы мне написали и показать требование законодательства РФ, если Вы плохо с этим знакомы, и стараетесь выкрутится!», «16 мая Администрацией Ленинского района проводились работы по демонтажу рекламной конструкции по ул. Смирнова. Участок работ должным образом не был огражден. Проходя мимо данного участка рекламная конструкция упала в пару метров от моего ребенка и сопровождающей его моей мамы. В результате чего ребенок упал в лужу, мама в состоянии шока. Сотрудник Ленинской администрации – Терешина Н. даже не соизволила принести свои извинения. Прошу обратить внимание на не соблюдение норм безопасности при проведении данных работ и хамское отношение сотрудника администрации, а также соответствие оказанных услуг подрядчиком в рамках муниципального контракта на выполнение указанных работ при приемке (в рамках соблюдения подрядчиком норм безопасности)» [15]. Данные случаи словоупотребления способствуют созданию негативного имиджа конкретных должностных лиц, выступая поводом для обращения последних в суд с целью инициирования разбирательства по делам о защите чести, достоинства и деловой репутации.

Нередко авторы, в частности электронных обращений на сайт администрации г. Томска, используют в качестве риторического хода иронию и сар-

казм: «Здравствуйте! Согласно данным сайта мэрии горячая вода в доме по адресу ул. Источная 17 должна была отсутствовать в период с 07.07.14 по 05.08.14. Сегодня уже 11 сентября, то есть пошел третий месяц. От управляющей компании никакой существенной информации о дате подключения горячей воды добиться не можем. Скажите, пожалуйста, почему информация об увеличении сроков никак не отражена на сайте??? *И когда же нас осчастливят?*», «Здравствуйте. Хотелось бы узнать, когда же включают горячую воду на Никитина 29/А? По графику должны были включить еще 18.08.2014, сегодня уже 28 число, но горячей воды так и нет, а скоро 1 сентября, *за месяц уже появилась потребность помыться полностью*. Заранее спасибо за ответ», «Здравствуйте! Скажите, когда закончится этот кошмар с НЕуборкой снега? В районе д/с № 50 ситуация уже просто выходит за всякие рамки! Угол Осипенко – Котовского завален огромной кучей снега в 2 человеческих роста и загораживает обзор проезжей части, получается что родители с детьми просто внезапно выходят из-за этой кучи снега сразу под колеса машин... До каких пор *мы должны буквально цепляться когтями за этот ледяной склон, чтобы остаться живыми и не попасть под машину?!?!?!* И ул. Котовского на отрезке от Нахимова до Осипенко – тот еще аттракцион, что это за издевательство над людьми?» [15].

Показательно, что значительная часть рассматриваемых текстов (особенно онлайн-петиции и открытые письма) не содержит ошибок, что свидетельствует об определенном уровне грамотности их создателей и профессионализме медиаредакторов.

Поскольку эпистолярно-медийные тексты представляют разновидность письменных речевых произведений, важным оказывается обращение адресанта не только к единицам вербального кода, но и к графическим паравербальным средствам (например, шрифтовым выделениям, символам): «Како-

во же было мое изумление, когда я обнаружил, что в заключении судмедэксперта значилось, что основной причиной смерти является!!! повреждение плечеголовной вены и кровоизлияние в плевральную полость – по всей видимости, моих рук дело. И нигде **НИЧЕГО НЕ СКАЗАНО**, что у него были ЧМТ, недавние переломы, плюс новые, алкогольная болезнь – каждая из этих причин могла привести к смерти пациента» [9], «Добрый день! В с. Дзержинское перестали чистить **ВООБЩЕ ВСЕ** улицы. Последний раз их чистили в начале декабря 2013 года. Ходить очень трудно, люди вынужденны зализать в сугробы, чтобы хоть как-то разойтись с машиной. С завтрашнего дня начинают работать школа и детский сад, пожалуйста, примите меры!», «Прошу принять меры и привести в надлежащее безопасное состояние лестничный марш по улице Ленина около Политехнического Университета. Уже десяток травматических случаев, сатресениев головного мозга и т. д. **SOS!!!**» [15].

Таким образом, авторы онлайн-петиций, электронных обращений и открытых писем демонстрируют определенный уровень риторических способностей, необходимый для достижения коммуникативных задач и выражающийся в оправданном и эффективном использовании ресурсов языка и паравербальных средств. В частности, риторически целесообразной в эпистолярно-медийной корреспонденции является актуализация приема трансформации формы изложения «я персональное» в «мы собирательное» и «ты обобщенное», верификации посредством упоминания фактических и статистических данных, привлечения стилистического ресурса языка в виде тропов и других выразительных средств разных уровней языковой системы. Употребление перечисленных средств обусловлено коммуникативной установкой адресанта, связанной с необходимостью информирования и убеждения адресатов и отстаиванием своей социально-гражданской позиции.

Список литературы

1. Курьянович А. В. Эпистолярная языковая личность в условиях массмедийной коммуникации: опыт социолингвистического анализа дискурсивных свойств (на материале текстов online-петиций) // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2015. Вып. 9 (162). С. 34–41.
2. Курьянович А. В. Языковая личность в пространстве эпистолярно-медийной коммуникации: правовые аспекты речевого поведения // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: материалы VIII Международной научной конференции / отв. ред. Л. А. Нефедова. Челябинск: Энциклопедия, 2016. Т. 2. С. 279–283.
3. Курьянович А. В. Теоретические вопросы изучения эпистолярия в современной лингвистике. Томск: Изд-во Томского гос. пед. ун-та, 2013. 220 с.
4. Курьянович А. В. Электронное письмо как функционально-стилевая разновидность эпистолярного жанра в пространстве современной коммуникации // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2008. Вып. 2 (76). С. 44–50.
5. Михальская А. К. Основы риторики. Мысль и слово: учебное пособие. М.: Просвещение, 1996. 416 с.
6. Аристотель. Риторика. Поэтика. М.: Лабиринт, 2000. 224 с.

7. Пешков И. В. М. М. Бахтин: от философии поступка к риторике поступка. М.: Лабиринт, 1996. 176 с.
8. Волков А. А. Основы риторики: учебное пособие для вузов. М.: Академический проект, 2003. 304 с.
9. Открытое письмо Сергея Войтенко // Журнал ЖЖ. URL: <http://mpegov.livejournal.com/32925.html> (дата обращения: 18.05.2016).
10. Кожина М. Н. Стилистика русского языка. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Просвещение, 1993. 224 с.
11. Наше мнение: online-сервис для составления и продвижения петиций. URL: <http://mypepetition.ru> (дата обращения: 20.05.2016).
12. Online-сервис для составления и продвижения петиций. URL: www.change.org/ru (дата обращения: 14.05.2016).
13. Открытое письмо Андрея Макаревича В. В. Путину // Московский комсомолец. 2012. № 26009. URL: <http://www.mk.ru/politics/2012/08/06/733856-otkryitoe-pismo-makarevicha-putinu.html> (дата обращения: 20.05.2016).
14. Радченко И. А. Учебный словарь терминов рекламы и паблик рилейшнз. URL: <http://wordhelp.ru/word/%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B0%D1%82> (дата обращения: 20.05.2016).
15. Официальный портал муниципального образования «Город Томск». URL: <http://www.admin.tomsk.ru/db6/list?Count=20&openview&restrictcategory=7E48656CEBCA1236C625717100309521> (дата обращения: 20.05.2016).

Курьянович А. В., доктор филологических наук, профессор.

Томский государственный педагогический университет.

Ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061.

E-mail: kurjanovich.anna@rambler.ru

Материал поступил в редакцию 05.07.2016.

A. V. Kuryanovich

EPISTOLARY DISPLAY LANGUAGE PERSON AS HOMO VERBO AGENS, OR HUMAN ACTING BY WORDS

The article is devoted to identifying the role of rhetoric component in the speech and communicative behavior of epistolary media language person. Epistolary display language personality is defined as a special type of media, author (sender) content epistolary-media texts – written speech products, possessing a pronounced genre-style characteristics, through which the interpersonal and social interaction with addressees in a media discourse is realised. The analysis of linguistic organization of epistolary-media texts demonstrates a certain level of speech culture of the sender, which is required to achieve the impact on recipients, on the one hand, on the other – it indicates that the presence of speech abilities marks the manifestation of epistolary display language personality peculiar to its discursive abilities. In the rhetorical aspects are analyzed the discursive characteristics of epistolary media language person, actualized in the sphere of mass interaction. The illustrative materials are the open letters to the public, tests of online petitions and e-applications of citizens addressed to the representatives of the regional and national authorities as a kind of epistolary media correspondence. In particular, the rhetorical expedient in epistolary media correspondence is updated by receiving the transformation of forms of presentation “I in-personal” “we collective” and “you generalized”, verification by mentioning factual and statistical data, to attract the stylistic language of the resource in the form of tropes and other means of expression of different levels of the language system. It is noted that, in addition to the verbal code units for the expression of his own reflection on the concrete social events addressee actively involved paraverbal graphical tools.

Key words: *lingvopersonology, mass media, media-epistolary texts, epistolary media linguistic personality, rhetorical means of language, effectiveness of speech.*

References

1. Kuryanovich A. V. Epistolyarnaya yazykovaya lichnost' v usloviyakh mass-mediynoy kommunikatsii: opyt sotsiolingvisticheskogo analiza diskursivnykh svoystv (na materiale tekstov online-petitsiy) [Epistolary language personality in terms of mass-media communication: the experience of sociolinguistic analysis of discursive properties (text-online-petitions material)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2015, no. 9 (162), pp. 34–41 (in Russian).
2. Kuryanovich A. V. Yazykovaya lichnost' v prostranstve epistolyarno-mediynoy kommunikatsii: pravovye aspekty rechevogo povedeniya [Linguistic personality in space epistolary-media communications: legal aspects of verbal behavior]. *Materialy VIII mezhregional'noy nauchnoy konferentsii "Slovo, vyskazyvaniye, tekst v kognitivnom pragmaticheskom i kul'turologicheskom aspektakh"* [Proceedings of the VIII International scientific conference "Word, utterance, the text in the cognitive, pragmatic and culture science aspects"]. Otv. red. L. A. Nefedova. Chelyabinsk, Entsiklopedia Publ., 2016, vol. 2. Pp. 279–283 (in Russian).
3. Kuryanovich A. V. *Teoreticheskiye voprosy izucheniya epistolyariya v sovremennoy lingvistike* [Theoretical study of epistolary issues in modern linguistics: monograph]. Tomsk, Tomsk State Pedagogical University Publ., 2013. 220 p. (in Russian).
4. Kuryanovich A. V. Elektronnoye pis'mo kak funktsional'no-stilevaya raznovidnost' epistolyarnogo zhanra v prostranstve sovremennoy kommunikatsii [The e-mail as a functional and stylistic variety of the epistolary genre in the space of modern communication]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2008, no. 2 (76), pp. 44–50 (in Russian).

5. Mikhal'skaya A. K. *Osnovy ritoriki. Mysl' i slovo: uchebnoye posobiye* [Basics of rhetoric. The thought and word: a tutorial]. Moscow, Prosveshcheniye Publ., 1996. 416 p. (in Russian).
6. Aristotel'. *Ritorika. Poetika* [Rhetoric. Poetics]. Moscow, Labirint Publ., 2000. 224 p. (in Russian).
7. Peshkov I. V. *M. M. Bakhtin: ot filosofii postupka k ritorike postupka* [M. M. Bakhtin: from the philosophy of the act to the rhetoric of action]. Moscow, Labirint Publ., 1996. 176 p. (in Russian).
8. Volkov A. A. *Osnovy ritoriki: uchebnoye posobiye dlya vuzov* [Basics of rhetoric: a textbook for high schools]. Moscow, Akademicheskii Proekt Publ., 2003. 304 p. (in Russian).
9. Otkrytoye pis'mo Sergeya Voytenko [Open letter to Sergey Voitenko]. *Zhurnal ZhZh* [Live journal]. URL: <http://mpegov.livejournal.com/32925.html> (accessed 18 May 2016) (in Russian).
10. Kozhina M. N. *Stilistika russkogo yazyka. Uchebnik dlya studentov ped. in-tov* [The style of the Russian language. A textbook for students of ped. institutes]. Moscow, Prosveshcheniye Publ., 1993. 224 p. (in Russian).
11. *Nashe mneniye: onlain-servis dlya sostavleniya i prodvizheniya petitsiy* [Online-service for the preparation and promotion of petitions]. URL: <http://mypetition.ru> (accessed 20 May 2016) (in Russian).
12. *Onlain servis dlyz sostavleniya i prodvizheniya petitsiy* [Online-service for the preparation and promotion of petitions]. URL: www.change.org/ru (accessed 14 May 2016) (in Russian).
13. Otkrytoye pis'mo Andreye Makarevicha V. V. Putinu [Open letter of Andrey Makarevich to V. V. Putin]. *Moskovskiy komsomolets – Moscow Komsomolets*, 2012, no. 26009. URL: <http://www.mk.ru/politics/2012/08/06/733856-otkrytoe-pismo-makarevicha-putinu.html> (accessed 20 May 2016) (in Russian).
14. Radchenko I. A. *Uchebnyy slovar' terminov reklamy i pablik rileyshnz* [Training Dictionary of Advertising and Public Relations terms]. URL: <http://wordhelp.ru/word/%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B0%D1%82> (accessed 20 May 2016) (in Russian).
15. *Ofitsial'nyy portal munitsipal'nogo obrazovaniya "Gorod Tomsk"* [The official portal of municipal district "City of Tomsk". URL: <http://www.admin.tomsk.ru/db6/list?Count=20&openview&restricttcategory=7E48656CEBCA1236C625717100309521> (accessed: 20 May 2016) (in Russian).

Kuryanovich A. V.

Tomsk State Pedagogical University.

Ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russia, 634061.

E-mail: kurjanovich.anna@rambler.ru