

глубокий психологізм и джазовость, которые служат основой построения художественного пространства его идиодискурса. Писатель использует различные грамматико-стилистические средства, но к базовым относятся парцелляция, аппликация, апозиопезис и повторы, предназначение которых заключается в акцентированной передаче кванта информации, в реализации структурного и содержательного единства, в ритмизации прозы, в отображении двойного видения писателя, обусловленного трагическим противоречием «века джаза».

Ключевые слова: грамматико-стилистические средства, идиодискурс, апозиопезис, аппликация, парцелляция, повторы.

Khodos Iryna. Grammatical Stylistic Peculiarities of S. Fitzgerald's idiodiscourse. The article provides basic means of grammatical stylistic arrangement of S. Fitzgerald's idiodiscourse, paying special attention to their role in conveying the author's main ideas and creating the aesthetic effect. It was ascertained that peculiarity of the author's sentence structure is obtained due to the use of simple, which include participial and absolute constructions, and complex sentences, mainly with time and place clauses. It was established that the key features of S. Fitzgerald's idiodiscourse are deep psychological analysis and jazz, which serve as a basis for constructing artistic space of S. Fitzgerald's idiodiscourse. The writes employs various grammatical stylistic means but the basic are parceling, application, aposiopesis and repetition, due to which accentuated transmission of information, realization of structural and content unity, creation of rhythm and representation of the author's dual view are possible.

Key words: grammatical stylistic means, idiodiscourse, aposiopesis, application, parceling, repetition.

Стаття надійшла до редколегії
19.03.2014 р.

УДК 81' 42.

Анатолій Худолій

Лінгвістичні особливості політичних текстів

Розглянуто особливості політичних промов, які виголошували американські президенти. Описано функції політичних промов. Висвітлено комунікативно-прагматичну спрямованість риторики американських президентів. Описано базові поняття, виявлені в промовах президентів.

Ключові слова: політична промова, текст, функція, комунікація, оцінка, маніпуляція.

Постановка наукової проблеми та її значення. В умовах ключової ролі США набуває актуальності дослідження чинників, що сприяють формуванню політики Вашингтону, серед яких вагому роль відіграють промови американських політиків, що супроводжують внутрішньо- та зовнішньо-політичний курс Сполучених Штатів Америки.

Питання впливу політичних текстів на свідомість виборців, їхнє мислення та поведінку залишилося осторонь наукових досліджень, що створює сприятливий ґрунт для лінгвістичних і політологічних розвідок.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Підхід до оцінки промов американських лідерів передбачає аналіз різних аспектів політичної комунікації. Лінгвістичний аналіз політичного дискурсу американських президентів здійснила О. С. Фоменко [6]. Національно-культурну специфіку дискурсу вивчав П. М. Донець [3]. І. В. Андрусяк аналізувала лексику політичної коректності, зокрема номінативний та прагматичний аспекти [1]. Н. М. Миронова акцентувала увагу на оцінному складнику в політичних промовах [4]. К. С. Серажим узагальнила наявні підходи до дискурсу, зосередивши увагу на соціолінгвальних особливостях дискурсу [5]. А. П. Чудінов присвятив низку праць новому напрямку лінгвістики – політичній лінгвістиці, в якій аналізує політичні промови, використовуючи ширший комунікативний підхід [7]. О. І. Шейгал вивчала жанрові особливості політичних текстів [8]. Прагматико-функціональні особливості політичного дискурсу США та України вивчала І. С. Бутова [2]. Численний науковий доробок українських та російських вчених

свідчить про суттєві зміни у підходах до аналізу політичних промов американських лідерів. Незважаючи на численні дослідження, аналіз типових ознак промов американських президентів Сполучених Штатів залишився поза увагою науковців. Наше завдання – проаналізувати текстові характеристики промов американських президентів.

У статті опираємося на положення праць у галузі лінгвістики тексту та прагматики, у яких увага акцентується на осмисленні характеристик та функцій текстів політичної комунікації.

Особливістю політичних промов є їхня оцінність, що закладена в лексиці, якою послуговуються політики. У статті піднімається проблема ролі оцінних концептів у промовах лідерів США. Матеріалом для аналізу слугують промови президентів США.

Власне **актуальним** виявляється аналіз політичного тексту, його функціональної спрямованості в світлі комунікативної парадигми.

Мета статті – дослідження функціональних характеристик і особливостей політичних текстів. Мета передбачає виконання таких завдань:

- висвітлити особливості політичної комунікації;
- виявити та описати типові властивості політичних текстів;
- виокремити функції текстів;
- виокремити та описати ключові поняття в промовах американських політиків.

Політична комунікація передбачає взаємодію двох сторін: адресанта (того, хто говорить, або того, хто пише) і адресата (слухача або читача) [7, с. 32]. Під політичною комунікацією розуміють процес спілкування між учасниками політичної діяльності. Вона передбачає спільну діяльність по кодуванню, передачі та сприйнятті інформації. Основним способом передачі інформації є вербальний.

Мова політика має бути зрозумілою для всіх і водночас деякі деталі повинні бути зрозумілі тільки посвяченим. Політик повинен говорити так, як того вимагає статус і ситуація, однак і висловлювати власну позицію. Його слова мають концентрованим вираженням думки виборців, здійснювати вплив на політичні настрої в суспільстві. Вивчення закономірностей політичної комунікації дає змогу виокремити типові властивості політичних текстів, представлені у вигляді певних антиномій – суперечливих тенденцій, кожна з яких виражає сутність об'єкта:

1. Ритуальність та інформативність політичної комунікації. Основне завдання публічної ритуальної комунікації – фіксація своєї підтримки наявними політичними правилами і підтвердження своєї соціальної ролі. З цієї точки зору ритуал протиставлено діалогу як вільному обміну думками. Сучасний ритуал, як і колишній, – це виконання ролі народного захисника, батька нації, борця за права людини, прихильника демократичних цінностей, патріота тощо.

2. Інституційність і особистісний характер політичної комунікації. В соціолінгвістиці розмежовують два види дискурсу: персональний (особистісний) та інституційний. У першому випадку мовець виступає як особистість, з усіма притаманними йому індивідуальними характеристиками та особливостями. У другому – мовець як представник певного соціального інституту та носій певного соціального статусу, що передбачає дотримання встановлених статусно-рольових і ситуаційно-комунікативних норм. Політична комунікація переважно інституційна, це означає, що спілкування відбувається між представником одного соціального інституту (президентом) та представником іншого соціального інституту (громадянами, виборцями). Належність до певного соціального інституту передбачає певний стандарт поведінки, включаючи мовлення. В такому модусі спілкування жорстко зафіксовано статус кожного комуніканта (лідера партії або представника тієї чи іншої політичної сили), його політична роль (президента). Проте рівень інституційності суттєво зменшено в сучасних умовах, за яких поєднано ознаки публіцистичного, особистісного та політичного дискурсів, особливо коли політичні проблеми розглядають в ЗМІ. У сучасних умовах навіть політики намагаються зробити свій виступ природнішим, максимально наближеним за своїми зовнішніми ознаками до побутового діалогу. Американські президенти у своїх промовах наводять приклади з власного життя, загальновідомі моделі поведінки, жартують тощо. Така будова промов сприяє формуванню враження особливої довірливості, щирості, дає змогу сказати більше, ніж це передбачено офіційною обстановкою.

3. Езотеричність і доступність. Здавалося б, політичні тексти мають бути максимально доступними адресату, оскільки політики говорять про близькість до народу, вираження його інтересів.

Проте насправді багато політичних текстів езотеричні. Езотерична комунікація – це її доступність для спеціалістів, людей, здатних відчутти в ній прихований зміст, підтекст, для яких важливо не тільки те, що сказав політик, а й як він це сказав і про що він змовчав. У багатьох випадках політики змушені висловлювати свої думки в максимально узагальненій формі, вживати слова та вирази, які різні адресати розуміють по-різному. Існують політичні поняття з максимально узагальненим змістом. Так, заклики до свободи, демократії, справедливості готові підтримати всі політичні сили в цивілізованих країнах, проте багато партій по-своєму пояснюють сутність політичної свободи, демократії, соціальної справедливості та патріотизму.

Підсумовуючи висловлені вище ідеї, слід зазначити, що розглянуті властивості політичної комунікації створюють потрібні умови для успішного маніпулювання свідомістю та діяльністю адресата. Метою такої маніпуляції є спроба не тільки змінити мовну картину політичного світу в свідомості адресата, апеляція до його емоцій, а й намагання політиків підштовхнути аудиторію до активної політичної діяльності, сформуванню активну політичну позицію, вигідну для того чи іншого політика.

Науковці виокремлюють шість основних функцій політичної комунікації:

1. Комунікативна функція орієнтована на передачу інформації, щоб вплинути на слухача і, як наслідок, спричинити зміни в свідомості адресата картини політичного світу. Важливим аспектом комунікативної функції є здатність політиків до інтерпретації тих чи інших подій. Різновидом політичної інтерпретації є просіювання інформації або акцентування потрібної інформації. Політики намагаються привернути увагу до інформації, здатної показати їх у вигідному для них світлі та відвернути увагу суспільства від інформації, здатної завдати шкоди їхнім інтересам.

2. Когнітивна функція – це використання політичної мови для концептуалізації світу, створення особистісної, а потім і групової політичної картини світу. Наприклад, під час виголошення промови політик створює та передає слухачам/читачам свій образ світу, а його політична діяльність визначена усталеними в суспільстві уявленнями про світ. Наприклад, використання цитат на кшталт *імперія зла* (СРСР) (Р. Рейган), *вісь зла* (Північна Корея, Іран) (Дж. В. Буш) – спроби категоризувати та пояснити політичну реальність. Використання метафор підштовхує аудиторію до певних рішень щодо тієї чи тої проблеми, налаштовує на відповідний підхід до неї. Наприклад, метафори на позначення війни привчають людей до сприйняття життя як воєнних дій настільки, що початок реальних бойових дій сприймають як природний розвиток подій.

3. Спонукальна функція – це функція впливу на адресата. Політична комунікація має завдання спонукати аудиторію до конкретних дій, тобто діяти відповідно до прийнятих тією чи іншою політичною силою рішень. Політики намагаються впливати на громадян, формувати на емоційному рівні в їхній свідомості відповідну політичну картину світу, переборювати наявні в суспільстві суперечності. Під час періоду холодної війни політики, як американські, так і радянські, закликали зі зброєю в руках захищати свої політичні погляди, ідеали, переконання. Політична комунікація може виконувати спонукальну функцію опосередковано, тобто не закликати до зруйнування ворожої системи (радянської, тоталітарної), а просто інформувати народ про те, наскільки та чи інша система є хибною, злочинною та наскільки досконалою є інша система (американська, демократична). Висновки, які зроблять слухачі/читачі, навіть важливіші, ніж безпосередні номінації.

4. Емотивна функція орієнтована на вираження емоцій автора. Відомо, що емоції є сильними засобами впливу, оскільки знаходять відгук у слухачів. А вираження надії, впевненості, гордості за країну, любові до демократії, ворожості до ідеологічних суперників сприяє зародженню та зміцненню подібних почуттів у слухачів та читачів. Акти політичної комунікації здатні викликати розпач, страх і невпевненість у політичних та ідеологічних суперників. Ставлення до інших соціальних та етнічних груп може бути дружелюбним, нейтральним або ворожим. Створення потрібного емоційного фону – це важливий підготовчий етап для наступного переконання адресата та спонукання його до відповідних дій. А. П. Чудінов зазначає, що емоції впливають на вибір політичних пріоритетів не менше, ніж раціональне усвідомлення проблеми. Часто люди спочатку приймають рішення під впливом емоцій і тільки потім шукають раціональне пояснення для свого рішення [7, с. 85].

5. Фатична функція пов'язана зі встановленням і підтриманням контакту між комунікантами. Ця функція важлива в політичній комунікації, оскільки необхідно, щоб аудиторія налаштувалася на

сприйняття інформації, уважно сприймала її. Використання в мові деяких ідеологем є своєрідним кодом, сигналом про політичні погляди промовця, його належність до табору СВОЇХ або ЧУЖИХ.

б. Естетична функція орієнтована на те, щоб привернути увагу до форми повідомлення, до того, як висловлена думка. Естетична функція виявляється в текстах, зорієнтованих на масового читача/слухача [7, с. 88].

У реальній мовленнєвій діяльності зазначені вище функції взаємодіють. Проте, слід зазначити, що політична комунікація – це передусім засіб боротьби за владу та спосіб здійснення політичної влади. Власне успіху боротьби за владу і має сприяти передача інформації, спонукати до дій тощо.

Для президентської риторики США як складової частини політичної комунікації характерна яскраво виражена ціннісна орієнтація.

У своїх інаугураційних промовах Барак Обама основну увагу зосереджує на проблемі демократичних цінностей, виражених за допомогою лексем *democracy, independence, freedom, justice, stability, values*.

We will support democracy from Asia to Africa, from the Americas to the Middle East, because our interests and our conscience compel us to act on behalf of those who long for freedom (Inaugural Address, 21 January, 2013). Президент Обама наголошує на ключових поняттях картини світу американців – демократії та свободі. Зазначені лексеми трапляються в промовах кожного американського лідера. Вони є базовими поняттями публічного дискурсу президентів.

На другому місці за частотністю в промовах Барака Обами – концепти, що позначають такі цінності, як лідерство та відповідальність. Наприклад: *leadership, responsibility*.

We, the people, still believe that our obligations as Americans are not just to ourselves, but to all posterity. We will respond to the threat of climate change, knowing that the failure to do so would betray our children and future generations. Some may still deny the overwhelming judgment of science, but none can avoid the devastating impact of raging fires and crippling drought and more powerful storms (Inaugural Address, 21 January, 2013). Поняття *відповідальність* неодноразово трапляється в промовах Б. Обами, який намагається поліпшити імідж Сполучених Штатів після значних недоліків у зовнішній політиці попередника, Дж. Буша-молодшого.

Висновки. Політика як суспільне явище передбачає вплив на масову свідомість. Щоб досягнути своєї мети, політики намагаються вербально впливати на аудиторію. Розглядаючи вплив політики на громадську свідомість як один з найбільших серед впливів інших суспільних явищ, ми розглядаємо текст політичної промови як інструмент можливих маніпуляцій суспільною свідомістю під час здійснення політичної комунікації.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в аналізі мови політичних текстів, виокремленні ключових маркерів промов політиків.

Джерела та література

1. Андрусак І. В. Лексика політичної коректності: номінативний та прагматичний аспекти // Сучасні дослідження з іноземної філології: зб. наук. пр. / відп. ред. Фабіан М. П. – Ужгород: Папірус-Ф, 2008. – Вип. 6. – С. 41–46.
2. Бутова І. С. Прагматико-функціональні особливості політичного дискурсу США та України XXI століття: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.17 «Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство» / І. С. Бутова. – Львів, 2011. – 20 с.
3. Донець П. М. Національно-культурна специфіка дискурсу / П. М. Донець // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / під заг. ред. Шевченко І. С. – Х. : Константа, 2005. – С. 198–232.
4. Миронова Н. Н. Политический дискурс vs оценочный дискурс / Н. Н. Миронова // Политический дискурс в России. – М. : Наука, 1997. – С. 41–50.
5. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність : [монографія] / К. Серажим ; за ред. В. Різуна. – К. : КНУ, 2002. – 392 с.
6. Фоменко О. С. Лінгвістичний аналіз сучасного політичного дискурсу США (90-ті роки XX століття) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Київ. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 1998. – 18 с.
7. Чудинов А. П. Политическая лингвистика / А. П. Чудинов – М. : Флинт, Наука, 2007. – 256 с.
8. Шейгал Е. И. Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса / Е. И. Шейгал // Жанры речи – 3. – Саратов, 2002. – С. 205–214.
9. Obama B. Inaugural Address, 21 Jan. 2013 [Electronic resource] / B. Obama. – Mode of access : <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=102827&st=&st1>

Худолий Анатолий. Лингвистические особенности политических текстов. Рассмотрены особенности политических речей, провозглашенных американскими президентами. Описаны функции политических речей. Оценочность как типичная характеристика присуща текстам политических речей американских президентов. Выявлены и описаны ключевые понятия в текстах речей американских президентов. Среди них – демократия, свобода, ответственность, ценности и т.д. Определены причины доминирования упомянутых понятий. Особенности политических текстов представлены в оппозициях. Политические тексты ориентированы на то, чтобы произвести изменения в концептуальной картине мира адресата. Среди функций политической коммуникации ключевыми являются коммуникативная, когнитивная, влияющая, эмотивная и эстетическая.

Ключевые слова: политическая речь, текст, функция, коммуникация, оценка, манипуляция.

Khudoliy Anatoliy. Linguistic Peculiarities of Political Texts. The article deals with peculiarities of political speeches, delivered by American presidents. Functions of political speeches are described. Pragmatic orientation of American Presidents rhetoric is analyzed. Basic notions distinguished in the speeches are analyzed. They are as follows: democracy, freedom, responsibility, values and others. Reasons for use of the above mentioned notions are given. Peculiarities of political texts are represented in oppositions. Political texts are written and then delivered in speeches in order to make changes in the conceptual picture of the world of receivers. Communicative, cognitive, evaluative, influence and esthetic functions are dominant ones of political communication.

Key words: political speech, texts, function, communication, assessment manipulation.

Стаття надійшла до редколегії
02.04. 2014 р.

УДК 811.111'42:82-31

Ірина Шаповалова

Лінгвопрагматичні засоби актуалізації проблеми фемінізму в романі Маргарет Дреббл «Жорна»

На матеріалі англomовного роману Маргарет Дреббл «Жорна» проаналізовано лінгвальні засоби з прагматичною настановою актуалізації проблеми другої хвилі фемінізму. Розглядаючи текст як частину соціального процесу, звернено увагу на умови його творення, а саме соціально-історичні обставини 60-х років ХХ ст. Висвітлення тем сексуального життя, незаконнонароджених дітей та абортів, що вважалося табу в той період, а також використання певних лексичних та стилістичних засобів, таких як лексичні повтори, порівняння, метафори, алюзії та цитати, реалізують імпліцитно виражену комунікативну мету тексту – підвищувати соціальну роль жінок та сприяти лібералізації суспільства.

Ключові слова: лінгвопрагматика, фемінізм, актуалізація, імпліцитний зміст, алюзія, метафора.

Постановка наукової проблеми та її значення. 60-ті роки ХХ ст., ознаменовані так званою другою хвилею фемінізму, зосередили увагу письменниць на психологічних та сексуальних аспектах утисків жінок. І хоча проблема фемінізму та авторок-феміністок привертала увагу багатьох істориків, філософів та літературознавців, лінгвістичний аспект творів означеної доби досі достатньо не висвітлювався. Англomовна жіноча проза другої половини ХХ ст. – об'єкт нашого дослідження, оскільки проникнення в їх лінгвістичну суть дасть нам змогу визначити особливості жіночої літератури цього періоду, краще зрозуміти такий феномен культури, як фемінізм.

Зважаючи на те, що адресант (автор художнього твору) ініціює комунікацію з певною метою, він, передаючи своє повідомлення адресату, так би мовити кодує повідомлення засобами мови. Саме тому на всіх рівнях і підрівнях вживання мовного коду наявний суб'єктивний чинник [1, с. 304]. Напрямом лінгвістики, який вивчає цей суб'єктивний чинник у мові (а також у мовленні і комунікації) є лінгвістична прагматика [1, с. 47]. О. О. Селіванова зазначає: «Лінгвограмастика – галузь мовознавства, яка досліджує використання і функціонування мовних знаків у процесі комунікації у взаємозв'язку з інтеракцією його суб'єктів (мовця й адресата), їхніми особливостями і самою ситуацією спілкування...» [10, с. 47]. Тобто ситуація спілкування визначає прагматику тексту, а отже