

ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ПЕРСУАЗИВНОСТІ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

У статті було з'ясовано зміст, поняття стратегії персуазивності в політичному дискурсі, простежено специфіку творення та визначення засобів мовленнєвого впливу, виділено основні граматичні, лексичні та стилістичні засоби творення персуазивності на основі промови Дональда Трампа в Генеральній Асамблеї ООН.

Ключові слова: персуазивність, політичний дискурс, комунікативна стратегія.

Політичний дискурс сміливо можна назвати основним та передовим видом комунікації в площині здійснення масового впливу. Враховуючи розвиток та вдосконалення засобів масової інформації цілком очевидним є той факт, що мовленнєва політична діяльність не обмежується цільовою аудиторією лише однієї країни, а й виходить далеко за її межі, роблячи комунікаційні маніпуляції основною зброєю на світовій політичній арені.

Це зумовлює мету статті – потребу системно проаналізувати увесь процес впливу політичних діячів на суспільну свідомість, виявити тактики, стратегії та прийоми аргументації, які вони застосовують.

Різні аспекти політичного дискурсу знаходять своє відображення в роботах закордонних та вітчизняних науковців, серед яких слід відзначити М. Ільїна, М. Гаврилову, П. Кузьміна, О. Міхальову, Є. Переверзева, Є. Кожем'якіна, Г. Почепцова, В. Павлуцьку, О. Шейгал, Дж. Сейдел та М. Гейса.

На сучасному етапі політичний дискурс розглядають в широкому та вузькому значеннях. В першому випадку політичним дискурсом називають будь-який вид комунікації, який будь-яким чином стосується сфери політики. У вузькому значенні політичний дискурс розуміють як інструмент завоювання, збереження чи здійснення політичної влади. Саме таке розуміння цього терміну ввів Т. ван Дейк, голландський лінгвіст. Він вважає, що політичний дискурс слід визначати як окремий клас жанрів, обмежений сферою політики [5, с. 19–20].

Як зазначає В. Дем'янков, політичний дискурс можна розглядати з чотирьох точок зору: політологічної, лінгвістичної, соціопсихолінгвістичної та індивідуально-герменевтичної. Політологічна слугує підґрунтям для політичних висновків; філологічна інтерпретує політично-ідеологічні концепції; соціопсихолінгвістика досліджує ефективність досягнення прихованих та явних політичних цілей мовця; індивідуально-герменевтична вісь політичного дискурсу виявляє особистий зміст мовлення автора у певних обставинах [1, с. 20–32].

Узагальнюючи різні визначення феноменів «комунікативна стратегія» та «стратегія персуазивності», які, зважаючи на обрану сферу – політику, розглядаються нами як єдине ціле, подаємо робочу дефініцію стратегії персуазивності: свідоме та цілеспрямоване використанням вербальних та невербальних засобів з метою переконати інших перейняти певні погляди та ідеї, погодитися з тією чи іншою думкою та діяти відповідно [3, с. 32].

Перш за все, важливо наголосити, що, як і у будь-якій іншій стратегії, засоби персуазивності поділяються на експліцитні та імпліцитні. До експліцитного

переконання належать відверте мовлення та відкриті заяви, агітаційні лозунги, що впливають на когнітивні процеси реципієнта. До імпліцитних, тобто прихованих, належать такі повідомлення з підтекстом, які впливають на підсвідомість слухача [2]. Окрім того, до безсловесних засобів персуазивності відносять зовнішній вигляд, одяг, міміку, жести, тощо.

Виокремлення та визначення лінгвальних засобів вираження персуазивності уможлиблюється через членування та декодування цілого політичного повідомлення. Це становить не лише науковий чи лінгвістичний інтерес, але й необхідний базис знань для модифікування ліній політичної поведінки та прийняття політичних рішень щодо держави.

Дискурс-аналіз є багаторівневим, що забезпечує максимальну точність татективності роботи з текстом. Так існує шість рівнів аналізу політичного дискурсу, як специфічного комунікативного акту:

- 1) графічний;
- 2) фонетичний;
- 3) лексичний;
- 4) граматичний;
- 5) дискурсивний;
- 6) прагматичний.

Персуазивність політичної промови можна прослідкувати і тоді, коли усі етапи працюють у сукупності. Так, когерентність всіх складових створює чітке, лаконічне, змістовне повідомлення. Більше того, кожен політик старається віднайти свій унікальний стиль мовлення. Це працює не лише як спосіб популяризації, але й як ефективний та надійний засіб впливу на аудиторію. Той спікер, чиє мовлення ми здатні одразу ж ідентифікувати, має значно вищі шанси на увагу слухачів, а, отже, і на успішне здійснення впливу.

Чи не найяскравіші приклади політичної персуазивності можна відслідкувати саме на граматичному рівні, адже типи та структури речень, часові форми дієслів, способи дієслів, модальність, використання займенників тощо допомагає розкрити підтекст конкретного дискурсу та приховане повідомлення до аудиторії. Аналізуючи промову Дональда Трампа в Генеральній асамблеї ООН, можна прослідкувати використання таких граматичних структур та конструкцій, як використання простих речень в активному стані

«All nations of the world should resist socialism and the misery that it brings to everyone.» [4]

«America will always choose independence and cooperation over global governance, control, and domination.» [4]

«So the United States took the only responsible course: We withdrew from the Human Rights Council, and we will not return until real reform is enacted.» [4].

Окрім того, президент почергово використовує займенники *I* та *we* з метою показати особисті заслуги та заслуги його адміністрації, а також часто використовує іменники *USA*, *America* та *our country*, аби показати велич держави, її єдність, а також пасивний стан, з метою приховати свою роль, коли справа стосується санкцій чи певних обмежень.

«We've added more than 4 million new jobs, including half a million manufacturing jobs.» [4]

«The United States is the world's largest giver in the world, by far, of foreign aid.» [4]

Саме останній приклад чітко демонструє тактику дистанціювання, адже президент уникає своєї і державної відповідальності за ті речі, які роблять негативний вплив на інших.

До лексичних засобів вираження політичної персуазивності відносять підбір слів, тематичні слова, синонімічні та антонімічні ряди тощо. Саме на цьому рівні найлегше прослідкувати максимальний вплив на публіку, адже правильний підбір слів є найдієвішим способом змусити потенційних виборців задуматися над певною проблемою чи ідеєю. Часті повтори однакових образів різними лексичними засобами створюють в голові слухачів чіткий образ, який надовго закарбовується в пам'яті, а, відповідно, згодом зафіксується як реальний та достовірний факт. Окрім того, кожному виду дискурсу відповідає певний набір слів, що залежить від посади та рівня самого мовця, публіки, умов, позамовної ситуації тощо.

Так, оскільки Дональд Трамп виступав зі звітною промовою на засіданні ООН, в його промові багато звертань до різних націй, політкоректних слів, наголошень на расовій рівності, тощо. Про це свідчать такі фрази та слова, як *all nations, neighbours, people bound together, close relationships and friendships and strong partnerships with the leaders of many nations in this room, with support from many countries here, African American, Hispanic American, and Asian American* [4].

В залі також часто лунають слова на позначення миру, підтримки співпраці. Такі фрази як *«to secure the blessings of safety, prosperity, and peace», «America will always choose independence and cooperation», «their support and the critical support that we will all need going forward», «prosperity, stability, and security across their home region»* [4], свідчать про бажання показати єдність, дружелюбність та благі наміри США та уряду президента.

З іншого боку, голова Америки використовує різкі антоніми, аби на тлі миролюбності своєї країни показати агресію Ірану, ісламського тероризму та екстремізму:

«We cannot allow the world's leading sponsor of terrorism to possess the planet's most dangerous weapons.» [4]

«We ask all nations to isolate Iran's regime as long as its aggression continues.» [4]

«But, rest assured, the United States will respond if chemical weapons are deployed by the Assad regime.» [4]

Окрім чітко вираженої гри на протиріччях, остання фраза також показує, що Америка є достатньо сильно державою, аби дати відсіч.

Засоби вираження персуазивності на стилістичному рівні це, насамперед, метафори, метонімія, гіпербола, епітети, порівняння тощо. Попри те, що політичний дискурс відноситься до офіційно-ділового стилю, що відзначається чіткістю, емоційно-експресивною нейтральністю, суворими вимогами до лексики, стандартизацією мови, на сучасних світових аренах політичний дискурс давно вийшов за рамки канцеляризмів, особливо, коли йдеться саме про усне мовлення, дебати, гостру критику чи в'їдливі інтерв'ю.

Поширеним стилістичним прийомом політика є метонімія. Використовуючи назву своєї країни він говорить про народ.

«America will never apologize for protecting its citizens.» [4].

Особливістю виступу очільника США є використання різнобарвних, проте досить шаблонних епітетів, як позитивних, так і негативних, а також часті порівняння.

«... the regime the funds it needs to advance its bloody agenda» [4]

«Each of us here today is the emissary of a distinct culture, a rich history, and a people bound together by ties of memory, tradition, and the values that make our homelands like nowhere else on Earth.» [4]

«The whole world is richer, humanity is better, because of this beautiful constellation of nations, each very special, each very unique, and each shining brightly in its part of the world.» [4]

Глава Америки також використовував ідіоми.

«I travelled to Singapore to meet face to face with North Korea's leader, Chairman Kim Jong Un.» [4]

Враховуючи активне використання стратегії персуазивності в сучасній американській, та світовій політиці загалом, вважаємо за необхідне глибинне теоретичне та практичне вивчення цієї важливої теми. Перспектива подальших досліджень у цьому напрямку полягає у вдосконаленні комплексного підходу до аналізу дебатів і промов кризь призму різних методів дискурс-аналізу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000–2005 років): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / К., 2005. 270 с.
2. Каліщук Д. М. Концептуальні стилі англомовних політиків (на матеріалі політичного дискурсу президентів Дж. Буша мол., Б. Обама: автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. філол. наук.: спец. 10.02.04. / Запоріжжя, 2017. 23 с.
3. Стецик Т. С. Лінгвопрагматика стратегії персуазивності в дебатах і промовах сучасних американських політиків : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. – Чернівці, 2015. – 262 с.
4. Full text: Trump's 2018 UN speech transcript : веб-сайт –URL : www.politico.com/story/2018/09/25/trump-un-speech-2018-full-text-transcript-840043
5. Nunan D. Discourse analysis. Introducing. – London: Penguin Books. P.1–9

Нямещук Мирослава

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Цепенюк Т. О.

БІБЛІЙНА АЛЮЗІЯ ЯК ЗАСІБ КОМІЧНОГО У ХУДОЖНІХ ТВОРАХ

У статті висвітлюється поняття біблійна алюзія та особливості її функціонування у романі Террі Пратчетта та Ніла Геймана «Добрі передвісники». Алюзія тут розглядається не лише як засіб інтертекстуальності, але, в першу чергу, як засіб досягнення комічного. У статті виділено головні особливості алюзій, що застосовуються для досягнення комізму, розроблено алгоритм роботи з ними.

Ключові слова: алюзія, біблійна алюзія, комічне, переклад, узус, цільова мова.

Алюзія є одним з найскладніших елементів тексту для перекладу. Адже це стилістична фігура з вказівкою, або ж натяком на будь-яку політичну, літературну, чи ж міфологічну реалію. Іноді реципієнт може не знати використовуваних у тексті посилань. Останнім часом, для західних текстів характерне широке використання біблійних алюзій. В художньому тексті алюзії використовуються для найрізноманітніших цілей, одна з яких – створення комічного ефекту. Через це виникає необхідність вироблення механізму її перекладу, зі збереженням смислового навантаження, чим і обмовлена актуальність даної статті.

Фінська дослідниця Р. Леппігальме вважає, що алюзія є одним із найбільших культурних казусів, з яким стикається реципієнт. Це поняття було запозичене у Керол М. Арчер, однак Р. Леппігальме розширила його значення від «незнайомої незручної