

M. GOLTVENYTSKA

MEANS OF CONNECTION OF SUBORDINATE AND MAIN PARTS IN COMPLEX SENTENCES WITH COMPLIANCE SUBORDINATE (BASED ON THE CONTEMPORARY UKRAINIAN PROSE)

The author of the article has analyzed the means of connection of subordinate and main component parts in complex sentences with compliance subordinate. The analysis has been based on the contemporary Ukrainian prose. The author has noted that the most frequent cases are a combination of the main and subordinate predicative parts using paired conjunctions *the ... – the ...*, *what – that*, *what – so*.

Key words: complex sentence with a compliance subordinate, main predicative part, subordinate predicative part, paired conjunction.

УДК 811.11'42

Аліна ГУЗАК

ЗАСОБИ СУГЕСТИВНОГО ВПЛИВУ В ПРЕЗИДЕНТСЬКІЙ ОРАТОРСЬКІЙ ПРОМОВІ НА МОРФОЛОГІЧНОМУ ТА СИНТАКСИЧНОМУ РІВНЯХ (НА МАТЕРІАЛІ ПРОМОВ АМЕРИКАНСЬКИХ ПРЕЗИДЕНТІВ)

У статті розглядаються особливості вживання граматичних і лексичних одиниць, стилістичних прийомів, синтаксичних конструкцій, які слугують для вербального вираження сугестії в політичному дискурсі. Робота виконана на матеріалі політичних промов американських президентів. Матеріал дослідження охоплює період від повоєнного часу і до сьогодні. У результаті проведеного аналізу робиться висновок, що сугестія у політичних промовах маркується на морфологічному рівні, перш за все, іменниками, займенниками, дієсловами, прикметниками, серед синтаксичних конструкцій переважають прості речення, синтаксичний паралелізм, риторичні запитання, парцеляція, інверсія та анафора.

Ключові слова: президентська ораторська промова, психологічна сугестія, засоби сугестивного впливу, морфологічні маркери, синтаксичні маркери.

Президентська ораторська промова по праву вважається однією з найпривабливіших для вивчення проблем сучасного мовознавства. Вона є офіційним усним публічним виступом глави держави (президента), з позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуваннями, конкретними фактами, накресленими планами, перспективою політичних змін, яка характеризується емоційністю, чіткістю постановки проблем, насиченістю, конкретністю, дієвістю, а також стислими часовими межами, і, як слушно зазначає І.Б. Морозова, об'єднує дві функції: функцію повідомлення інформації і функцію впливу [2, с. 64]. Її вивченню та аналізу присвячено багато наукових розвідок як закордонних, так і вітчизняних учених-лінгвістів: І.В. Арнольд, А.М. Баранова, М.В. Блажевича, М.В. Китайгородської, Г.В. Колшанського, Дж. Лакоффа, А.К. Михальської, Р. Олівера, Л.Г. Павлової, Г.Г. Почепцова, М.М. Розанової, А.Ф. Селіванова, Р. Харта, І.Г. Чередниченка та ін.

Основним завданням будь-якого політичного діяча є інформувати, закликати, давати вказівки, переконувати, спонукати, залучати на свій бік, тому мова політичного дискурсу використовується як головний засіб впливу на громадську думку. Вплив передбачає високу активність оратора, яка має на меті привернути увагу не тільки адресата, готового сприймати інформацію, але й того, хто навмисно не бажає змінювати свою точку зору. Політик-оратор повинен добре знати і враховувати психологію аудиторії, щоб забезпечити успішність своєму виступу. Кінцевим призначенням такого виступу є вплив на свідомість аудиторії, на її вибір, життєві позиції, думки, переконання.

Яскравим прикладом здійснення психологічного впливу в президентській ораторській промові є навіювання, або сугестія. Під психологічною сугестією традиційно розуміються різні форми емоційно забарвленого вербального і невербального впливу на людину з метою створення в неї певного стану (у тому числі спонукання до певних дій) [3, с. 571]. Великий психологічний словник визначає сугестію як вид цілеспрямованого комунікативного впливу на поведінку та свідомість людини, у результаті якої людина, всупереч уже відомій фактичній інформації, визнає існування того, що насправді не існує, або щось робить усупереч своїм намірам чи звичкам [1, с. 372]. Дослідження засобів сугестивного впливу на громадську думку, вивчення особливостей їх функціонування у

президентській ораторській промові, а також виявлення механізмів їх вербальної репрезентації, є досить актуальною проблемою.

Метою даної статті є виокремлення характерних для президентської ораторської промови засобів сугестивного впливу на морфологічному та синтаксичному рівнях.

Поставлена в роботі мета передбачає вирішення таких **завдань**: визначення понять «президентська ораторська промова», «сугестія», «засоби сугестивного впливу», «морфологічні маркери сугестії», «синтаксичні маркери сугестії» та виявлення їх основних характерних ознак; виявлення функцій і особливостей вживання морфологічних одиниць та синтаксичних конструкцій, які слугують для вербального вираження сугестії в президентській промові; розгляд специфіки взаємодії мови та суб'єктів політики — президентів США, які користуються нею для досягнення своїх політичних завдань; з'ясування ролі та значення мови політичного дискурсу як засобу сугестивного впливу.

Об'єктом статті є сугестивний потенціал президентської ораторської промови. **Предметом** — особливості вживання лексичних та граматичних одиниць, стилістичних прийомів, синтаксичних конструкцій як основних засобів сугестивного впливу у президентській ораторській промові.

Матеріалом дослідження є 26 політичних промов американських президентів від повоєнного періоду і до сьогодення.

Актуальність статті обумовлена розвитком та укоріненням технологій психологічної сугестії з боку політичних осіб.

На морфологічному рівні сугестивний ефект досягається за допомогою вживання займенників, дієслів та дієслівних конструкцій, прикметників тощо.

Використання **прономінальних форм першої особи множини** має особливе значення, тому що вони допомагають створити і передати атмосферу взаєморозуміння між промовцем і слухачами, дають змогу політику реалізувати свої цілі: звертатися до різних груп населення, встановлювати зв'язки в межах групової свідомості залежно від своїх намірів, формувати почуття спільності, залучати адресатів на свій бік, прямо звертаючись до них і побічно представляючи себе та свою програму. Наприклад: ... *we will continue to give unfaltering support to the United Nations and related agencies, and we will continue to search for ways to strengthen*

their authority and increase their effectiveness [4]. — Президент Г. Трумен у своїй інавгураційній промові вживає займенник *We*, щоб ноголосити, що він виступає від імені усіх американців та обіцяє, що вони і надалі надаватимуть підтримку Організації Об'єднаних Націй з метою зміцнення її авторитету та підвищення ефективності її роботи.

У процесі роботи з'ясовано, що конструкції з особовим займенником *I* та присвійними займенниками *my/mine* сприяють більш повному і експліцитному вираженню особистого. Особовий займенник *I* позиціонує президента як сильну особистість і політика, який здатен впоратись з державними проблемами і вивести країну на новий рівень. Наприклад: *I made the decision that the atomic bomb had to be used to end it. I made that decision in the conviction it would save hundreds of thousands of lives — Japanese as well as American* [4]. Президент Г. Трумен повністю бере на себе відповідальність за застосування атомної бомби проти Японії у Другій світовій війні. На його думку, прийняття такого рішення є обгрунтованим — спасіння сотні тисяч життів як американців, так і японців.

Досвідчений політик-оратор у своїх промовах уміло поєднує висловлювання про себе, у потрібному місці і в потрібний момент об'єднує себе з усім населенням країни чи окремими його верствами, урядом тощо.

Наказовий спосіб дієслова через наказ, прохання, побажання, заклик, пораду виражає спонукання до дії. Дія реально ще не існує і не існувала, але той, хто говорить, сподівається що вона повинна відбутися. Наприклад: *And so, my fellow Americans, ask not what your country can do for you; ask what you can do for your country* [4] — президент Дж. Ф. Кеннеді наголошує на тому, що так само, як США має здатність зробити щось для своїх жителів, так і американці мають можливість зробити щось для своєї країни, спонукає їх до певних дій, які сприятимуть процвітанню країни, її могутності та величі. Додатковими засобами вираження ставлення мовця до дії в реченні вважаються модальні дієслова, які представляють дію як обов'язкову або необов'язкову, можливу або неможливу, певну або сумнівну тощо. Первинна функція модальних дієслів полягає саме у вербалізації, маркуванні авторського психологічного емоційного стану, ставленні до

комунікативної ситуації та її складових, пом'якшенні категоричності функціональних дієслів. Отже, цілком природною є популярність модальних дієслів під час політичних промов.

Президент Б. Обама намагається активно вживати дієслова для більшої переконливості своєї мови. У його політичних виступах дієслова та прості дієслівні конструкції вказують на те, що сам суб'єкт речення є виконавцем дії, підкреслюючи активний характер політики Б. Обами: *We will build the roads and bridges, the electric grids and digital lines that feed our commerce and bind us together. And we will transform our schools and colleges and universities to meet the demands of a new age. All this we can do. And all this we will do* [4]. Народ сам будуватиме свою країну.

Важливим засобом сугестивного впливу в президентській промові виступають також іменники та прикметники з позитивним/негативним оцінним значенням. Наприклад: *wealth, safety, respect, honesty, prosperity, charity, generosity, tolerance* (іменники, що виражають позитивну оцінку), *war, weapon, poverty, slavery, humiliation, danger, violence, disaster* (іменники, що виражають негативну оцінку), *free, equal, courageous, faithful, brave, democratic, friendly, peaceful* (прикметники, що виражають позитивну оцінку), *dangerous, greedy, indifferent, afraid, broken, defeated, unemployed, selfish* (прикметники, що виражають негативну оцінку). Вони маркують психологічну емоційність, створюють контакт з аудиторією, виражають суб'єктивну спрямованість змісту, роблячи його більш зрозумілим, слугують логічним зв'язком між реальним станом речей та бажаною для мовця картиною, мають на меті утримання уваги аудиторії, посилення експресивності та уникнення негативної реакції, тобто впливають не лише на когніцію, а й на емоції, а отже відбувається своєрідна маніпуляція думкою слухачів. Наприклад: *In all my public and private acts as your President, I expect to follow my instincts of openness and candor with full confidence that honesty is always the best policy in the end* [4]. — Джеральд Р. Форд, приймаючи присягу, обіцяє у всіх своїх державних і приватних вчинках слідувати своїм інстинктам відкритості та відвертості з повною упевненістю, що чесність завжди найкраща політика.

Порівняльні характеристики вживання іменників та прикметників з емоційно-оцінним забарвленням відображені в таблиці:

Питома вага відносного вживання іменників та прикметників з позитивним/негативним оцінним забарвленням у промовах американських президентів від повоєнного періоду і до сьогодні

		Кількість	Процентне співвідношення, %
Іменники	Позитивна оцінка	2692	78.37
	Негативна оцінка	743	21.63
	Разом	3435	100
Прикметники	Позитивна оцінка	1642	84.12
	Негативна оцінка	310	15.88
	Разом	1952	100

Наведені в таблиці результати аналізу свідчать про те, що у вокабулярі політичних промов американських президентів відсоткове співвідношення іменників з позитивним оцінним значенням та іменників, які виражають негативну оцінку, становить 78,37 % та 21,63 %; співвідношення прикметників — 84,12 % та 15,88 % відповідно. Звідси можна зробити висновок, що, надаючи позитивну оцінку певним подіям шляхом звернення до усталених морально-етичних ідеалів суспільства, оратор здійснює ментальне переформування настрою аудиторії. Сприймаючи об'єктивну інформацію, що подається у виступі, слухачі мимовільно приймають суб'єктивні ідеї оратора на рівні своїх власних установок.

Емоційність і аксіологічність є важливими чинниками впливу політика на аудиторію, на психологію їхніх відчуттів. Співвіднесеність між емоційністю та оцінкою найбільш прозоро виявляється на лексичному рівні мови, коли політик, користуючись певним типом лексики, висловлює свої емоції, дає позитивну чи негативну оцінку подіям тощо. У процесі аналізу промов американських президентів стає очевидним, що провідну роль у створенні позитивного іміджу США

відіграє лексика з позитивним оцінним значенням. Понад усе американці цінують свободу, мир, достаток та впевненість у завтрашньому дні. Найбільш негативне ставлення в американській нації до війни, застосування зброї, безпеки, погроз, людських страждань. Усе це є яскравим вираженням апелятиву до національного менталітету США.

Отже, вживання у промові іменників та прикметників з позитивним/негативним оцінним значенням виявляється цілком доречним. Вони маркують психологічну емоційність, створюють контакт з аудиторією, слугують логічним зв'язком між реальним станом речей та бажаною для мовця картиною, тобто впливають не лише на когніцію, а й на емоції, а отже відбувається своєрідна маніпуляція думкою слухачів.

На синтаксичному рівні переважає вживання **простих речень**. Це дозволяє президенту-оратору бути більш виразним і переконливим, ближчим до народу. Його виступ стає краще зрозумілим та доступнішим для різних соціальних верств населення. Наприклад: *That false philosophy is communism* [4]. Так, Г. Трумен у своїй промові визначає комуністичний режим, порівнюючи його з демократією. Комунізм — це помилкова філософія, яка ґрунтується на обмані, знущанні, бідності і тиранії, режим, за якого людину можуть заарештувати без підстав, покарати без суду. **Складні речення** свідчать про бажання автора передати як причинно-наслідкові зв'язки, так і умовні, тимчасові: *That regime adheres to a false philosophy which purports to offer freedom, security, and greater opportunity to mankind* [4].

Вживання риторичних запитань у президентських промовах має на меті привернення уваги, посилення враження, емоційності висловлювання, створення піднесеного настрою. Наприклад, Б. Клінтон за допомогою риторичного запитання підкреслює головне завдання, яке постає перед ним та усіма американцями — забезпечити існування єдиної нації, єдиного народу, зі спільною долею: *The challenge of our past remains the challenge of our future: Will we be one Nation, one people, with one common destiny, or not?* [4].

Парцельовані конструкції, парантеза — виступають як спосіб смислового зміщення акцентів, наприклад: *Whether you voted for the very first time or waited in line for a very long time – by the way,*

we have to fix that – whether you pounded the pavement or picked up the phone you made your voice heard and you made a difference [4].

Так, Б. Обама визначає своїм головним завданням покращення умов проживання та надання послуг у США, наприклад у день виборів люди не повинні стояти в довгих чергах.

Інверсія привертає увагу аудиторії до найважливішого в тексті промови: *From this faith we will not be moved* [4]. Г. Трумен підкреслює, що він та американський народ ніколи не відмовляться від своїх переконань. **Анафоричні конструкції** створюють і підтримують особливий ритм. До функцій повтору, як лексико-синтаксичного стилістичного прийому, відносять — утримання уваги слухача, заручення згодою вислухати мовця, забезпечення порозуміння. Повтор слугує для більшого впливу на аудиторію, щоб привернути її на свій бік. Наприклад: *We believe that all men have a right to equal justice under law and equal opportunity to share in the common good. We believe that all men have a right to freedom of thought and expression. We believe that all men are created equal because they are created in the image of God* [4]. Усі люди мають рівні права, є рівними перед законом, мають право на вільне волевиявлення — це твердження досить яскраво відображає національну ідею американців.

Синтаксичний паралелізм ґрунтується на однотипній синтаксичній побудові двох або більше суміжних мовних одиниць, що породжує відчуття їхньої симетрії, сприяє створенню більш розгорнутої, послідовної форми передачі смислу висловлювання. Наприклад: *What makes America exceptional are the bonds that hold together the most diverse nation on Earth, the belief that our destiny is shared* [4]. Б. Обама стверджує, що винятковість Америки забезпечують саме зв'язки, які об'єднують найстрокатішу за етнічною ознакою націю на Землі, віра у спільну долю. Ці синтаксичні конструкції надають особливої гостроти висловлюванню, підкреслюють думку політика, виділяють у промові найважливіше.

Отже, президентська ораторська промова використовується як вербальна форма прояву влади, як засіб впливу на велику аудиторію не тільки в середині країни, але і на міжнародній арені. Завдання президентської промови полягає в тому, щоб впливати на свідомість людей для досягнення певної мети — пояснення,

виправдання, а часом навіть звеличування певних умов життя, в яких існує суспільство, викликати потрібну реакцію, а також спонукати до вчинення певних дій, переконати більшість населення у правильності своїх дій і доцільності свого перебування при владі. Перспективою подальших досліджень є виявлення та комплексний аналіз вербальних засобів сугестії та тактик маніпулювання свідомістю людини в президентській ораторській промові на лексичному рівні, визначення їх ролі у формуванні іміджу сильного політичного лідера, вивчення особливостей впливу президентської ораторської промови на представників різних соціальних та вікових категорій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Большой психологический словарь / [сост. Мещеряков Б., Зинченко В.]. — М.: Олма-пресс, 2004. — 683 с.
2. Морозова І.Б. Парадигматичний аналіз структури і семантики елементарних комунікативних одиниць у світлі гештальт-теорії: Монографія / І.Б. Морозова. — Одеса: Друкарський дім, 2009. — 384 с.
3. Степанов С.С. Популярная психологическая энциклопедия / С.С. Степанов. — М.: Эксмо, 2005. — 672 с.
4. Presidential Speech Archive [електронний ресурс] — Режим доступу: <http://millercenter.org/president/speeches>.

А. ГУЗАК

СРЕДСТВА СУГГЕСТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПРЕЗИДЕНТСКОЙ ОРАТОРСКОЙ РЕЧИ НА МОРФОЛОГИЧЕСКОМ И СИНТАКСИЧЕСКОМ УРОВНЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ АМЕРИКАНСКИХ ПРЕЗИДЕНТОВ)

В статье рассматриваются особенности употребления грамматических и лексических единиц, стилистических приемов, синтаксических конструкций, которые служат для вербального выражения суггестии в политическом дискурсе. Работа выполнена на материале политических выступлений американских президентов. Материал исследования охватывает период от послевоенного времени и до наших дней. В результате проведенного анализа делается вывод, что

суггестія в політичних речах маркується на морфологічному рівні, прежде всего, существительными, местоимениями, глаголами, прилагательными, среди синтаксических конструкций преобладают простые предложения, синтаксический параллелизм, риторические вопросы, парцелляция, инверсия и анафора.

Ключевые слова: президентская ораторская речь, психологическая суггестия, средства суггестивного воздействия, морфологические маркеры, синтаксические маркеры.

A. GUZAK

THE MEANS OF SUGGESTIVE INFLUENCE IN PRESIDENTIAL ORATORICAL SPEECHES ON MORPHOLOGICAL AND SYNTACTIC LEVELS (BASED ON THE SPEECHES OF AMERICAN PRESIDENTS)

The article looks at the peculiarities of grammatical and lexical items, stylistic devices, syntactic construction used in the political discourse for the verbal expression of suggestion. The work is based on the political speeches of American Presidents. The actual material dates from the post-war period to nowadays. The investigation results in the conclusion that suggestion on the morphological level is primarily marked by nouns, pronouns, verbs, adjectives, among syntactic constructions simple sentences, syntactic parallelism, rhetorical questions, parcellation, inversion and anaphora are dominated.

Key words: presidential oratorical speech, psychological suggestion, techniques of suggestive influence, morphological markers, syntactic markers.

УДК 811.161.2'373.46

Ірина КОЗЛОВЕЦЬ

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ПОЧАТКОВОГО ЕТАПУ ФОРМУВАННЯ

У статті визначено чинники формування української фінансово-кредитної термінології та основні етапи її становлення, проаналізовано особливості початкового етапу її розвитку.

Ключові слова: фінансово-кредитна термінологія, терміносистема, початковий етап формування.