

В. Б. Великорода, О. І. Головчинська,

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», м. Івано-Франківськ

## ЗАСОБИ ДОСЯГНЕННЯ БАЖАНОГО ПЕРЛОКУТИВНОГО ЕФЕКТУ В ЖІНОЧІЙ ПОЛІТИЧНІЙ РИТОРИЦІ США

*З метою визначення засобів досягнення бажаного перлокутивного ефекту та виявлення особливостей риторички жінок-політиків США у статті проведено комплексний аналіз жіночих політичних промов.*

**Ключові слова:** риторика, політичні промови, перлокутивний ефект, адресат, мовні засоби.

*С целью определения средств достижения желаемого перлокутивного эффекта и описания особенностей риторички женщин-политиков США в статье проведен комплексный анализ женских политических выступлений.*

**Ключевые слова:** риторика, политические выступления, перлокутивный эффект, адресат, речевые средства.

*The article deals with a complex analysis of the U.S. female politicians' speeches aimed at singling out the peculiarities of American female rhetoric and specifying the means of achieving an intended perlocutionary effect.*

**Key words:** rhetoric, political speeches, perlocutionary effect, addressee, linguistic means.

Політичні промови – дуже складний і багатофункціональний текст, і найчастіше політики під час свого виступу прагнуть не лише проінформувати аудиторію про певний аспект суспільного, політичного та економічного життя, але й, що є ще важливішим, домогтися прихильності своїх слухачів, переконати їх прийняти ту чи іншу позицію і таким чином залучитися підтримкою громадян. Малодосліджуваність жіночих політичних виступів зумовлює актуальність вивчення засобів досягнення бажаного прагматичного впливу власне в жіночій політичній риторичці.

**Метою** нашого дослідження є визначення засобів досягнення бажаного перлокутивного ефекту у жіночій політичній риторичці США та опис її особливостей.

У сучасних дослідженнях політичного дискурсу поняття гендеру є одним із центральних та найбільш досліджуваних. Адже гендер як соціокультурна категорія постійно проявляє себе під час дискурсивної практики індивіда. Гендерна приналежність промовців є важливою складовою частиною мовної особистості, комплексом біологічних та соціокультурних характеристик і актуалізується у мовленні в кожній окремій ситуації спілкування [3, с. 146]. Оскільки ми досліджуємо засоби прагматичного впливу на адресата у жіночій риторичці США, пробуємо класифікувати мовні й мовленнєві засоби самопрезентації жінок у політичному дискурсі США та їх вплив на досягнення бажаного прагматичного результату, нас цікавить власне «фемінність» у політичному дискурсі – сукупність фізичних, психологічних та поведінкових властивостей, що їх очікують від жінки у певному соціумі: пасивності, залежності, підлеглості, слабкості, емоційності, ніжності [2, с. 38].

Прагматична реалізація категорії суб'єкта в політичній промові може бути визначеною як «стратегічний процес, базисом для якого є вибір оптимальних мовних ресурсів» [1, с. 96]. На основі дослідження промов американських жінок-політиків можна зробити висновок, що їхні текстові публіцистичні виступи характеризуються наступними критеріями: 1) доступністю – жінки роблять інформацію максимально доступною для аудиторії, в якій виступають; 2) емоційністю – жінки підсилюють ефект сказаного емоційною насиченістю, їхній психологічний стан руйнує перепони осмислення інформації і цим самим підсилює вплив сказаного; 3) складністю граматичних конструкцій, наявністю великої кількості цитат, риторичних питань, окличних речень, паралельних конструкцій; 4) вираженням вдячності – жіноча половина політиків США набагато частіше висловлює свою подяку співрозмовнику, громадянам, аудиторії, ніж чоловіки; 5) стилістичною маркованістю – вживання різноманітних стилістичних засобів, які надають промова виразності й чіткості, показують рівень освіченості.

Засоби впливу на аудиторію бувають різними й залежать від намірів промовця, ситуації, теми промови та самої аудиторії. Проаналізувавши 61 промову досліджуваних нами чотирьох американських жінок-політиків (Кондоліза Райс, Гіларі Клінтон, Сара Пейлін та Синтія МакКінні), ми можемо визначити наступні засоби досягнення бажаного перлокутивного ефекту:

1. Посилання на відомих людей, документи, символи. У кожному суспільстві, і в американському зокрема, існують певні символи, уявлення, культура, які формують це суспільство. Використовуючи їх елементи у своїй риторичці, жінки-політики підсилюють вплив на аудиторію.

*«As **President Correa** said recently in a speech he delivered at his alma mater, the University of Illinois, «In order to resolve our problems, we have to accept that the principal, although not the only, responsibility lies with ourselves».*

(www.beforeitsnews.com)

Ми можемо бачити, що політик посилається на слова президента, це дозволяє підвищити ефективність промови та достовірність інформації, і показує, що не лише вона підтримує такі погляди, а це вселяє впевненість у людей.

*«Friends, it's no accident that it's opening words are **We the People**, and while you are dreaming, imagine leadership that respects the **Second Amendment** to the **Constitution**. The majority of Americans want this».*

(www.beforeitsnews.com)

Тут наявне звернення до Конституції держави, її законів. Політик підтримує законослухняних людей, і це, поза всяким сумнівом, впливає на свідомість, адже кожен громадянин хоче бути захищеним і мати права у своїй державі.

«*That **President Bush** was warned that terrorists were planning to hijack commercial aircraft and crash them into buildings in the US; That in the weeks prior to **September 11**, 24-hour fighter cover was placed over the President's ranch in Crawford, Texas*».

(www.counterpunch.org)

У цьому випадку політик посилається на важливі події, застерігаючи слухачів, впливає на свідомість, апелюючи до пам'яті й почуттів громадян.

2. Маніпуляція ідеологічними поглядами та віруваннями. Релігія завжди була дуже впливовою та довгий час керувала суспільством. Ми всі у щось віримо, до чогось схиляємося, і політики часто використовують це у своїх промовах.

3. Застосування стилістичних засобів. Промови насичені різноманітними стилістичними засобами, які вживаються для того, аби пожвавити виклад, зацікавити слухача, надати мові емоційного заряду. Широке використання епітетів, порівнянь, метафор, метонімії, персоніфікації зумовлене прагматичною установкою публіцистичного стилю, тенденцією до експресії та принципом економності. Метою є показати об'єкт у новому несподіваному світлі, привернути увагу яскравим образом [4, с.127].

«*It's not that **nebulous hopechangey stuff** we heard about in 2008 like this poster says over here (points). No, that's what's led us into the mess that we are in, with the tripling of the deficit and more crony capitalism than ever and more taxpayer bailouts and more of the Left's big government agenda via the **mother-of-all-unfunded-mandates called OBAMACARE***».

(www.freerepublic.com)

«*I accept the call to help our nominee for president to serve and defend America, and I accept the challenge of a **tough fight** in this election against **confident opponents** at a **crucial hour** for our country*».

(www.blogs.suntimes.com)

Прагматична установка політичних промов американських жінок-політиків знаходить вираження у риторичних запитаннях, окличних реченнях, паралелізмах.

«*I am here today as a **patriot, as a taxpayer, as a former union member, and as the wife of a union member. We will take the courage and the integrity that you showed all of America. We will take it and we will win back our country!***»

(Game On! Sarah Palin's Wisconsin Speech, April 18, 2011)

4. Звернення до своєї країни, як до особи. Досить часто ми можемо спостерігати те, як жінки-політики персоніфікують США:

«*America had turned a page from its evil playbook that had so outraged and disappointed the world.*»

(www.informationclearinghouse.info)

Цим самим політики генералізують, висловлюються за всю країну, свої погляди і твердження підкріплюють вагомністю і важливістю цілої держави.

5. Вживання слів-вставок. Також американські жінки-політики часто роблять сигнали перед важливою інформацією, щоб привернути увагу аудиторії. Таким чином політики залучають аудиторію до активного слухання, змушують задуматися:

«*Next, think about energy and climate change*» [5].

«*Yes, the United States, imprisoning more people than any country on the planet, has become an incarceration nation, but only for certain people*»

(www.informationclearinghouse.info)

6. Наявність емпатичних конструкцій. Для логічного й емоційного забарвлення повідомлення вживаються емпатичні конструкції, які передають значення інтенсивності дії, її значущості.

«*I **did** see some faces and I know that this is an occasion as well as for so many friends and colleagues*» [5].

«*They get up and **do** go to work every day – often in difficult and dangerous circumstances thousands of miles from home...*» [5].

7. Часте використання інверсії. Ще одним виражальним засобом у жіночому американському політичному дискурсі постає інверсія.

«*On that foundation, confident of who we are, **will we extend peace, prosperity and liberty beyond our shores***» [6].

Інверсія у структурі речень дозволяє виділити смисловий центр повідомлення, змінює ритм речення, переносючи акценти з одних членів речення на інші [4, с.215].

8. Присутність розважального елемента в промовах. Не забувають жінки-політики і про гумор, аби налаштувати слухачів на хвилю позитиву, розслабити аудиторію і зняти напруження, вони вдаються до легеньких жартів.

«*I've been touring this great, great land of ours over the last few weeks. I have to say, **the view is much better from inside the bus, than under it!***»

(www.politicalhumor.about.com)

«*I thought, 'Uh-oh, I'm about to end up playing a piano bar, or maybe teaching 13-year-olds to murder Beethoven, or playing at Nordstrom. But I am not going to play Carnegie Hall*» [6].

Риторика досліджуваних нами жінок-політиків США є досить різноманітною. Хоча загальні риси та характеристики жіночого політичного дискурсу є дуже схожими, будучи мовною та політичною особистістю, кожна з жінок-політиків має свої особливості мовлення, свої власні засоби досягнення бажаного перлокутивного ефекту. Досліджуючи промови таких американських жінок-політиків як Кондоліза Райс, Гілларі Клінтон, Сара Пейлін та Синтія МакКінні, ми можемо помітити певну схожість між парами політиків. Наприклад, прагматичні засоби Гілларі Клінтон та Кондолізи Райс є подібними:

1. Вживання елевативної лексики та складних граматичних конструкцій:

«*But we have to make it a shared **commitment** – not just a speech or not just a plank in a campaign platform, but a day by day **sophisticated** work that involves not just governments, but the private sector...*» [5].

Цим жінки-політики підкреслюють свою освіченість, стриманість, вселяють у слухачів довіру щодо серйозності своїх намірів та слів.

2. Часте вживання риторичних питань та окличних речень.

«*Indeed – indeed, that is the question of the hour. **Where does America stand?***» [6].

Таким чином американські політики намагаються спонукати адресата до розмірковувань, пошуків відповідей на дане питання і погодження з їх власною думкою.

3. Ініціальне використання займенника «we» та спонукального «let's».

«*Let's face it. **We** have devoted a smaller percentage of our government budget to development than almost any other advanced country.*» [5].

Жінки-політики роблять це з метою показати аудиторії, що всі люди Америки є однією нацією, їхні проблеми спільні і вирішувати їх теж треба спільно.

Іншою парою жінок-політиків можна назвати Сару Пейлін та Синтію МакКінні. Їхня риторика найяскравіше характеризується наступними мовними засобами:

1. Підвищена емоційність, критика інших політиків.

«*Barack Obama promised the most transparent administration ever. Barack Obama, you lied. Never before have our challenges been so big and our leaders so small.*»

(Sarah Palin's Gridiron Speech, Dec 9, 2009)

Щирі емоції, як правило, викликають в людей довіру, підтримку і бажання відповісти тим самим, чим політики вміло користуються.

2. Використання метафор, метонімії.

«*I'm proud that everywhere around me the **human rainbow** has been represented.*»

(www.counterpunch.org)

Художні засоби роблять мову жінок-політиків більш образною, живою та яскравою.

3. Скорочення та вживання просторічної лексики.

«*... **we're** forcing our children to pay, because of today's Big Government spending; **it's** immoral and **doesn't** even make economic sense.*»

(Sarah Palin Resignation Speech, 08/03/09)

Використовуючи мову повсякденного вжитку, жінки-політики наближаються до простих людей, їхнього способу життя і таким чином можуть сподіватися на розуміння аудиторії.

Отже, ми можемо зробити висновок, що засоби досягнення бажаного перлокутивного ефекту в риторичці американських жінок-політиків є багатими і різноманітними, вони спрямовані на переконання слухачів, вселяння довіри з метою заручення підтримкою громадян. Жіноча риторика відрізняється від чоловічої за багатьма критеріями, зокрема емоційністю, великою кількістю художніх засобів та складністю граматичних конструкцій. Риторика досліджуваних нами жінок-політиків також не є одноманітною, адже кожен політик має власні (свідомі чи підсвідомі) методи й засоби впливу на адресата, що допомагають йому досягнути бажаних результатів.

#### Література:

1. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – Омск : Изд-во Ом. гос. ун-та., 1999. – 288с.

2. Єрмоленко С. Гендерне питання в мовному та методичному аспектах / С. Єрмоленко // Українська мова та література в середніх школах, гімназіях, ліцеях та колегіумах. – 2008. – Вип. 3. – С. 36-43.

3. Маркович А. А. Аргументативная коммуникация / А. А. Маркович // Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов: сб. науч. труд. под общ. ред. И. Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Минск : Белгосуниверситет, 1998. – Вип. 1. – С. 144-150.

4. Худолій А.О. Функціональні зміни у мові американської публіцистики кінця 19 поч 20 ст. / А. О. Худолій.- Монографія. – Острого : Видавництво НаУОА, 2006. – 384 ст.

5. <http://www.presidency.ucsb.edu> [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.presidency.ucsb.edu/2008\\_election\\_speeches.php?candidate=70&campaign=2008CLINTON&doctype=5000](http://www.presidency.ucsb.edu/2008_election_speeches.php?candidate=70&campaign=2008CLINTON&doctype=5000).

6. <http://www.cfr.org> [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cfr.org/experts/world/condoleezza-rice/b5470>.