

РОЗДІЛ 1 ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

УДК:811.111'42'38

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.19.2.1>

ЕМОЦІЙНО-ЕКСПРЕСИВНІ КОНОТАЦІЇ В ПОЛІТИЧНІЙ ПОЛЕМІЦІ

EMOTIONALLY EXPRESSIVE CONNOTATIONS IN POLITICAL CONTROVERSY

Лосва І.В.,*orcid.org/0000-0002-5822-538X**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри іноземних мов**Львівського національного університету імені Івана Франка***Четайкіна В.В.,***orcid.org/0000-0003-0332-7925**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри іноземних мов**Львівського національного університету імені Івана Франка*

У статті досліджено емоційно-експресивні конотації в політичній полеміці, а саме проаналізовано підбір і використання лексичних засобів задля збільшення експресивності й образності політичної промови та досягнення запланованого прагматичного ефекту. На матеріалі вибірки з корпусу електронних газетних текстів та версій політичних промов Барака Обами та Мітта Ромні проаналізовано способи досягнення експресивності політичної промови за допомогою вживання метафор, епітетів та метонімічних моделей. Подано теоретичні засади вивчення метафор, епітетів та метонімічних конструкцій вітчизняними та зарубіжними лінгвістами в межах антропоцентричної парадигми. Проаналізовано ефективність стилістичних засобів мовного впливу у промовах Б. Обами та М. Ромні. Наведено приклади найбільш уживаних структурних моделей метафоричних конструкцій, епітетів та метонімічних моделей у промовах політиків. Розглянуто основне призначення та завдання епітета, яке полягає в тому, щоб підкреслити характерну рису, визначальну якість певного предмета або явища і, потрапивши в нове семантичне поле, збагачувати це поле новим емоційним чи смисловим нюансом. Наведено приклади вживання епітетів у політичних промовах із метою як досягнення експресивності висловлювання, так і дискредитації опонента. На матеріалі низки політичних промов проаналізовано вживання метафоричних конструкцій та виокремлено метафори розміру, особистої зверхності, відстані, субординації та вибору. Крім того, у статті розглянуто метонімію – близький до метафори троп, за допомогою якого значення слів переноситься з певних явищ і предметів на інші за суміжністю. Експресивні засоби, як-от метафора, епітет та метонімія, розглянуто як основний чинник політичної культури.

Ключові слова: політична полеміка, епітет, метафора, метонімія, експресивність, стилістичний троп.

The article deals with the emotionally expressive connotations in political debate, as well as analyzes the selection and the use of lexical means, which are used to increase the expressiveness and imagery of political speech with the aim to achieve the desirable pragmatic effect. Considering the material of the research based on the lexical corpus of political debate between Barack Obama and Mitt Romney during the 2012 election campaign in the USA, the ways of achieving the expressiveness of political speech through the use of metaphors, epithets and metonymic models were studied and analyzed. Theoretical bases of studying metaphors, epithets and metonymic constructions both by Ukrainian and foreign linguists within the anthropocentric paradigm are given. The effectiveness of stylistic means of language influence in the speeches of B. Obama and M. Romney is analyzed. Examples of the most commonly used structural models of metaphorical constructions, epithets and metonymic models in the speeches of politicians are given. The main purpose and task of the epithet is considered, which is to emphasize the characteristic feature, the defining quality of a particular object or phenomenon and, getting into a new semantic field, to enrich this field with a new emotional or semantic nuance. Examples of the use of epithets in political speeches are given both in order to achieve expressiveness of speech, and in order to discredit the opponent. The use of metaphorical constructions is analyzed on the basis of the lexical corpus of political debate, and metaphors of size, metaphors of personal superiority, metaphors of distance, metaphors of subordination and metaphors of choice are singled out. In addition, the article considers metonymy, which is close to the metaphor, and with the help of which the meaning of words is transferred from certain phenomena and objects to others in contiguity. Expressive means, such as metaphor, epithet and metonymy, are considered as the main factor of political culture.

Key words: political debate, epithet, metaphor, metonymy, expressiveness, stylistic trope.

Постановка проблеми. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю вивчити та дослідити експресивність висловлювань як сукупність семантико-стилістичних ознак мовних одиниць, характерну для політичної промови як одного з основних жанрів, що функціонують у просторі політичної полеміки та забезпечують здатність впливати на формування суспільної свідомості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

На сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки категорія експресивності вивчається в межах антропоцентричної парадигми (Е.О. Куш [2012, с. 62–65], Г.І. Приходько [2001, с. 362], О.М. Сагайдачна [2009, 206 с.], А.П. Чудінов [2001, с. 238], Р. Simpson [2004, 247 p.] та ін.), основою якої є певні взаємопов'язані чинники, як-от мовна особистість, ставлення людини до світу, мовна компетентність, тобто здатність людини добирати засоби, що задовольняють її потреби в мовній діяльності. Питання експресивності тісно пов'язане з людською природою, тому його треба розглядати в безпосередньому зв'язку з людиною.

Постановка завдання. Мета статті – проаналізувати підбір і використання лексичних засобів задля збільшення експресивності й образності промови та досягнення запланованого прагматичного ефекту. Матеріалом дослідження є корпус електронних газетних текстів, електронних версій промов, звернень та інтерв'ю Барака Обама та Мітта Ромні, які сповна відображають політичну риторику передвиборчих перегонів 2012 року в США.

Виклад основного матеріалу. Аналізуючи та описуючи емоції людини, науковці звертають увагу на використання вербальних і невербальних засобів у спілкуванні [2, с. 159]. Найважливішим типом вираження емоцій є мовні або вербальні засоби. Учені дійшли висновку, що емоції в мовленні людини можуть виражатися на чотирьох основних рівнях (лексичному, фонетичному, граматичному та екстралінгвальному). Саме лексичний рівень поданий емоційно-експресивною лексикою й експлікується низкою стилістичних тропів (епітети, метафори, метонімії, синекдохи, гіперболи, перифрази). Образність у політичних промовах Б. Обама та М. Ромні на лексичному рівні досягається завдяки таким основним експресивним засобам, як:

1) *enimem*, який робить мовлення емоційним та викликає хвилювання у слухача – *a hard fight, failed policies, astronomical levels, appeasement strategy* (М. Ромні); *decent living, decent retirement, highest obligation, extraordinary achievement, hard work, own home* (Б. Обама):

– “*This is a hard fight because there's so much worth fighting for. ...It's a state what has suffered terribly under the failed policies of President Obama. ...He has raised the national debt time and time again to astronomical levels. ...The president – the president has adopted an appeasement strategy. ...He believes that America's role as leader of the world is a thing of the past*” [10];

– “*This is an extraordinary achievement – one made possible by the hard work and sacrifice of the men and women who had the courage to serve. ...This is a moment where we must come together to ensure that every American has the chance to work for a decent living, own their own home, send their kids to college, and secure a decent retirement. ... That is our highest obligation as citizens*” [7];

Використання епітета є знаковим, оскільки його призначення – підкреслювати характерну рису, визначальну якість певного предмета або явища і, потрапивши в нове семантичне поле, збагачувати це поле новим емоційним чи смисловим нюансом [1, с. 18]. У промовах і зверненнях президента Б. Обама виокремлюємо групу «агресивних» епітетів, скерованих промовцем на дискредитацію дій свого політичного опонента, представника Республіканської партії М. Ромні, деякі з них такі: *reckless behavior sketchy deal, wealthiest households, modest pay, skyrocketing tuition, crumbling roads and bridges, crippling sanctions*. Наведемо приклади вживання їх у реченнях:

– “*It's the one-point plan that says it's okay for Wall Street to keep engaging in the reckless behavior that got us into the mess we've been fighting back from for the last four years*”;

– “*We've got to finish what we started in 2008. You don't want to invest in that sketchy deal. Let me tell you*”;

– “*We've got to make investments in science and research and infrastructure. And we can't do all that and reduce our deficit unless we ask the wealthiest households to pay a little bit more*” [6].

Після участі в другій частині дебатів із М. Ромні Б. Обама виступив зі зверненням до жителів міста Маунт-Вернон, штат Айова, у якому коротко проаналізував участь у дебатах. І саме даючи оцінку діям свого опонента, він ужив вищенаведені епітети. Йому влучно вдалося покусати імідж і послабити авторитет свого головного опонента, називаючи план його дій безглуздим *reckless behavior*, таким, який не має чітко вибудованої та послідовної стратегії *sketchy deal*. Отже, бажаного ефекту досягнуто завдяки використанню правильно та вдало підібраної емоційно-експресивної лексики.

2) *метафора*, як засіб створення виразності та образності виступу:

– “*Our campaign is about more than replacing a President; it is about saving the soul of America. This election is a choice between two very different destinies. We still believe in the America that is a land of opportunity and a beacon of freedom*” [8];

– “*Generation of veterans – is armed with the skills, discipline and leadership to attack the defining challenge of our time: rebuilding an economy where hard work pays off, where responsibility is rewarded, where anyone can make it if they try*” [7];

Прикметним є те, що метафора завжди слугувала об'єктом, що викликав зацікавлення у дослідників, оскільки її розглядають як процес і результат дії складних мовних і когнітивних механізмів та засіб концептуалізації емпіричних знань. Ґрунтовне дослідження метафори пов'язане з вивченням особливостей її функціонування у мовленні. На думку дослідника Л.Н. Федатова, використання метафоризації є процедурним механізмом сугестії в політичних промовах, тобто перенесення якостей одних об'єктів дійсності на якості інших. Варіювання різних семантичних наслідків метафор у різних контекстах визначає ефект цього механізму інтерпретації дійсності. Метафори широко застосовуються в політичних промовах та аргументації. Вони є засобами схиляння аудиторії до прийняття певного рішення, спонукають до очікуваної мовцем поведінки аудиторії [3, с. 190]. Дж. Лаккоф у когнітивній теорії стверджує: «Коли промовець використовує метафори, то він трансформує «початкову інформацію» в «кінцеву», тобто ту, яка сформує думку реципієнта. Тема цієї «кінцевої» інформації незнайома йому, а метафора порівнює незвичну інформацію з чимось уже відомим. Так, кожне метафоричне висловлювання – це мовленнєвий акт, адже він устанавлює або найчастіше сприяє встановленню зв'язку між знайомими і незнайомими темами для реципієнта інформації. За цією теорією, коли державні лідери намагаються донести будь-яку інформацію, аудиторія спостерігає за їхніми відносинами зі слухачами, думає про метафоричне вираження категорії «висоти» та «відстані», які їх відділяють від державних діячів. Вони усвідомлюють себе окремо від них» [4, с. 245]. Як стилістичний прийом, що вживається у текстах політичних промов,

метафора уможливує інтерпретацію сказаного та пропонує слухачу альтернативно трактувати питання, яке обговорюється політиком.

Досліджуючи політичну метафорику як чинник політичної культури, варто зазначити, що в мові політичного дискурсу науковці розрізняють такі види метафор: розміру, особистої зверхності, відстані, субординації та вибору.

3) *метонімія*, за допомогою якої значення з одних явищ переноситься на інші:

– “*...you can't change Washington from the inside, inside; you can only change it from the outside We're going to give him that chance on November 6th*” [9];

– “*There were those who said we should let Detroit go bankrupt, but we made a bet on the American worker – on the ingenuity of American companies*” [5].

Метонімічні образи, які є засобом вивчення ментальних процесів та засобом осягнення національної самосвідомості, заслуговують особливої уваги в контексті дослідження емоційно-експресивної лексики. Даючи визначення явищу метонімії, зазначимо, що це близький до метафори троп, за допомогою якого значення слів переноситься з певних явищ і предметів на інші за суміжністю [11, с. 43].

Експресія стає можливою завдяки різним видам поживлення метонімії, як-от посилення метонімії іншими стилістичними фігурами або тропами. Усе це привертає увагу адресата до способу вираження думки, яка сприймається як більш вагома і яскрава. На нашу думку, метонімічне увиразнення політичної полеміки – це сукупність метонімічних переносів різного рівня, які свідомо використовуються оратором для представлення, оцінки і трансформації якогось фрагмента дійсності з метою впливу на читача і формування в останнього бажаного ставлення до повідомлення.

Висновки. Отже, результати дослідження дозволяють нам зробити певні висновки та стверджувати, що для позитивної самопрезентації і виявлення своїх винятково позитивних особливостей, а також для дискредитації опонентів, оприлюднення негативних фактів та аргументів, політики використовують низку стилістичних засобів, для яких характерні великий аргументативний потенціал та швидкий переконувальний ефект, що дозволяє силою переконання захопити увагу і досягнути бажаної мети.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Кузнецова Л.Р. Лінгвостилістичні та структурно-композиційні особливості англійського літературного анекдоту : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2011. 20 с.
2. Приходько Г.І. Способи вираження оцінки в сучасній англійській мові : монографія. Запоріжжя : ЗДУ, 2001. 362 с.

3. Федатов Л.Н. Соціологія масової комунікації : навчальний посібник. Київ : Наукова думка, 2003. 289 с.
4. Фрумкина Р.М. Психолінгвістика : учебное пособие. Москва : Academia, 2001. 320 с.
5. Remarks by the President at Campaign Event : вебсайт. URL: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/05/23/remarks-president-campaign-event>Remarks by the President at Campaign Event (дата звернення: 18.08.2019).
6. Remarks by the President at campaign-event in Mt. Vernon, IA : вебсайт. URL: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/10/17/remarks-president-campaign-event-mt-vernon-ia> (дата звернення: 10.11.2021).
7. Remarks of President Barack Obama Weekly Address : вебсайт. URL: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2011/12/16/weekly-address-honoring-those-who-served-iraq-war-comes-end> (дата звернення: 11.11.2021).
8. Romney M. Remarks in Manchester Following the New Hampshire Primary : вебсайт. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=98865> (дата звернення: 18.08.2019).
9. Romney M. Remarks in Portsmouth, Ohio : вебсайт. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=115592> (дата звернення: 18.08.2019).
10. Romney M. Remarks in Columbia Following the South Carolina Primary : вебсайт. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=99143> (дата звернення: 18.08.2019).
11. Simpson P. Stylistics: A Resource Book for Students. Psychology Press, 2004. 247 p.

УДК 81'23:81'25

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.19.2.2>

ON THE ISSUE OF THE CHALLENGES OF TRANSLATING BUSINESS DISCOURSE (EXTRALINGUISTIC ASPECTS)

ЩОДО ПИТАННЯ ПРО ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ ДІЛОВОГО ДИСКУРСУ (ЕКСТРАЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ)

Pylypiuk K.M.,

orcid.org/0000-0003-0883-351X

PhD,

*Assistant professor at the Department of Philology
State Institution "Odessa National Maritime University"*

The article is dedicated to the study of the non-verbal communicative means in the aspect of translation, in particular strategies, tactics and devices of rendering non-verbal elements of speech etiquette while translating business discourse. The theoretical grounding for the article was formed by the works by Ukrainian and foreign scholars in the field of intercultural communication. In the course of the research there have been investigated the peculiarities of the structure, semantics and functioning of the non-verbal elements of speech etiquette. It has been proved that the incorrect interpretation of gestures, poses, look, clothes by the representatives of different cultures may result not only in the cultural and communicative barrier but also in the total failure. The research has been carried out on the basis of the scripts of business talks and conferences in English and their Ukrainian translations.

It has been revealed that the dominant strategy in rendering non-verbal communicative means in translating English business discourse into Ukrainian is the strategy of re-addressing, relying on which the translator chooses translation tactics and devices. The choice of the strategy is connected with the relevance of the achievement of the communicative goal of the audience's persuasion in this type of discourse. The leading role among the tactics is given to the tactic of rendering relevant information, tactic of linguistic and cultural adaptation and tactic of correct information presentation. The most recurrent translation devices are descriptive translation and contextual replacement. The perspective is seen in the more detailed analysis of each variety of non-verbal communicative means in the aspect of their rendering in translation into other languages.

Key words: nonverbal communication, business discourse, speech etiquette, speech communication, proxemics, chronemics, kinesics, translation strategies, tactics, devices.

Статтю присвячено дослідженню невербальних засобів комунікації в аспекті перекладу, зокрема вивченню стратегій, тактик і прийомів відтворення невербальних елементів мовленнєвого етикету під час перекладу ділового дискурсу. Теоретичним підґрунтям слугували досягнення вітчизняних і зарубіжних дослідників у сфері міжкультурної комунікації. Під час дослідження вивчено особливості структури, семантики та функціонального призначення невербальних елементів мовленнєвого етикету. Доведено, що неправильна інтерпретація жестикуляції, пози, погляду, одягу представниками різних культур може призвести не тільки до створення культурно-комунікативного бар'єру, а й до повної комунікативної невдачі. Дослідження провадилось на матеріалі транскриптів ділових перемов і конференцій англійською мовою та їх перекладів українською. У процесі дослідження визначено закономірності, які дозволили сформулювати основні висновки. Ураховано надбання науковців у розвідках за зазначеною тематикою.