

КАТЕГОРИЗАЦІЯ ЦІННІСНИХ КОНЦЕПТІВ АМЕРИКАНСЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИКУМУ

Галаса І.С. Категоризація ціннісних концептів американського та українського політикуму.

Здійснено аналіз ціннісних концептів американського та українського політикуму, вказано на важливість евалюативного “забарвлення” політичних текстів, проаналізовано маніпуляційну складову у промовах політиків.

Ключові слова: ціннісні концепти, евалюативність, категоризація.

Галаса И.С. Категоризация ценностных концептов американского и украинского политикума.

Осуществлен анализ ценностных концептов американского и украинского политикума, указано на важность евалюативной “окраски” политических текстов, проанализирована манипуляционная составляющая в речах политиков.

Ключевые слова: ценностные концепты, евалюативность, категоризация.

Iryna Halasa. Categorization of evaluative concepts of American and Ukrainian politicians.

Values of American and Ukrainian politicians are analyzed, the importance of evaluative “coloring” of political texts is shown, and manipulative component in the speeches of politicians is demonstrated.

Keywords: evaluative concepts, evaluation, categorization.

У статті вперше аналізується категоризація евалюативно забарвлених політичних термінів, а також демонструється важливість маніпуляції у промовах сучасних політиків.

Як відомо, ключовою особливістю політичного дискурсу США та України є оцінність. Евалюативно насичені концепти двох держав було проаналізовано та категоризовано, залежно від частотності їх вживання американськими та українськими політиками.

Недостатня вивченість мовознавцями евалюативно забарвлених політичних текстів обумовлює **актуальність** проблеми. **Наукова новизна** дослідження полягає в аналізі ціннісного забарвлення сучасної політичної комунікації.

Об'єктом дослідження в статті є евалюативно “забарвлений” лексичний матеріал в політичній комунікації. **Предмет** дослідження – особливості функціонування лексичних та синтаксичних структур у політичних повідомленнях. **Матеріалом** дослідження слугують тексти сучасного американського та українського політикуму.

Політичну комунікацію свого часу досліджували Є. Переверзев, Є. Кожемякін, А. Баранов, Норман Ферклоу, Джон Вілсон, Тойн Ван Дейк, Рут Водак, Майкл Л. Гайза, Майкл Шапіро, Муррей Едельман. Когнітивну складову у промовах політиків вивчали М. Бреаль, К. Бюлер, Е. Сепір, ван Гіннекен, Г. Гійом, Ш. Баллі та інші.

Ціннісна орієнтація – найсуттєвіша риса політичного дискурсу. Наприклад, критерії *свободи і демократії* завжди посідали чільне місце у промовах національних лідерів (Віктор Ющенко: *“Ми, українці, живемо в атмосфері свободи, яка міцніє”*; Барак Обама: *“But I come before you to say that we are heirs to a struggle for freedom”*; Віктор Янукович: *“Демократія – це порядок”*; Дж. Буш-молодший: *“It should be clear that the advance of democracy leads to peace...”*). Для успішного здійснення політичної діяльності народні обранці демонструють важливість *морального критерію*

(Барак Обама: *“The arc of the moral universe bends to justice”*, Юлія Тимошенко: *“Де немає моралі, там немає патріотизму”*). Соціально-економічні проблеми (зростання цін, низька зарплата, безробіття, корупція) висвітлюються політикумом США й України з підвищеною увагою, оскільки є невід’ємним компонентом передвиборчих агітацій як кандидатів у президенти, так і політичних партій. Ідеологічні преференції залишаються головною ціннісноорієнтованою складовою політичних програм політиків (Віктор Ющенко: *“Громадяни України, незалежно від етнічного походження, переконань та займаної посади, повинні володіти українською мовою як мовою свого громадянства”*, Барак Обама: *“That is a truth at the heart of our history. And that is a lesson I hope all Americans will carry with them this Memorial Day weekend and beyond”*).

Такі вислови виступають засобом впливу на свідомість слухачів та способом маніпуляції аудиторією. Американській політиці, як і будь-якій іншій, притаманна система цінностей. О. Фоменко переконана, що вони частково втілені в концепті “американська мрія” (*American Dream*), який включає *freedom, equality before law, equality of opportunity, fairness, achievement, patriotism, democracy, religion, luck*. Найбільш ціннісноорієнтованим спеціалісти вважають дискурс президента Рональда Рейгана. Під час своєї політичної кампанії він звертався до таких загальнолюдських пріоритетів, як *family, work, neighborhood, peace, freedom*, та типово американських цінностей – *self-esteem, patriotism, self-realization, religiosity*. У дискурсі Білла Клінтона ціннісна орієнтованість акцентована на моральних та традиційно сімейних пріоритетах (*family, health, security, education*), на рівних можливостях (*equal opportunity*) усіх громадян, завдяки чому він отримав велику підтримку серед американського електорату. Білл Клінтон не оминув своєю увагою такі глобальні для американців поняття, як *peace, work, trust, understanding, religion*. Боб Доул, суперник президента Клінтона в передвиборчих перегонях, використав стратегію негативних цінностей, що здебільшого утворювалися за допомогою додавання префіксу

анти- до лексем: *anti-gay, anti-sex, anti-abortion, anti-everything-but-the nuclear family*. Політики та лінгвісти переконані, що негативна забарвленість промов й спричинила поразку політика [4].

Креативністю відзначається й політичний дискурс України. “Чорний піар” – популярна технологія серед українських політиків. Наприклад, термін “*нашизм*” широко використовувався в “антиющенківській” кампанії 2004 року. Віктор Ющенко представляє партію “Наша Україна”, а термін “*фашизм*” асоціюється із трагічними подіями Другої Світової Війни та автоматично зачисляє людей, які мають відношення до цього руху, до лав неприятелів. Мета вживання функціональних паронімів – надання програмі опозиційного кандидата негативної конотації. З’явилися фото В. Ющенка в нацистському шоломі. Слогани “*Нашизм не виграє*” лише підкріплювали цю ідею [5, р. 150-151].

Віктор Ющенко, в свою чергу, часто звертався до українського народу, який, на його думку, не хоче жити “*по поняттям*”. Такий вираз натякає на сумнівне минуле його опонента. Оцінні концепти в американському та українському політичному дискурсі ХХІ століття формують основне поле конфлікту між опонентами. О. Алтунян виділяє важливість суб’єктно-об’єктних відносин у політичному тексті. Підкреслюючи об’єктивність чи суб’єктивність в діях індивідів, політичне повідомлення починає носити оцінний характер. Це особливо важливо в тому випадку, коли автор тексту має на меті зберегти “формальну об’єктивність” [1, с. 35].

Вважаємо, ціннісна орієнтація політичних програм політиків є “штучно” створеною, оскільки вона зосереджена на конкретній цільовій аудиторії, тобто електораті, з ціллю отримання максимальної підтримки. Політичні технологи надто велику увагу приділяють етапу локуції, щоб на стадії перлокуції було продемонстровано максимально позитивний результат. Протягом двох президентських кампаній команда Віктора Януковича наполегливо намагалася продемонструвати релігійність та сильну віру свого лідера. Політична реклама кандидата у президенти

перманентно зображала його у храмах, новини демонстрували відвідування політиком мес та богослужінь. Віктор Янукович часто вживав Біблійні цитати, підкреслюючи свою ідеологію (*“Не судить і не будете осудженими”*), протиставляючи себе своєму головному опоненту, назвавши останнього *“обвинувачувачем”* та *“прокурором”*. А Віктор Ющенко свої рекламні повідомлення спрямував на підтримку *“проукраїнського”* курсу. Українізація всієї держави стала ключовою темою промов обох його передвиборчих програм (*“Ми – нація, яка ходить на цій землі від часів Трипілля. Нашими національними цінностями дихає вся Європа. Це тут ще 500 років тому було виборче право, тут обирали українських гетьманів, коли в Європі ще передавали владу від батька до сина. Це тут родилася перша в світі конституція, до речі, на 90 років раніше, ніж польська і на 70 років раніше, ніж американська. Чому нам цим не гордиться? У нас були свої Сікорські, Достоевські...”*). Цікаво, що підтримка *“проукраїнського”* курсу становила основну ідею в політичній програмі також лідера Української Народної Партії Юрія Костенка (*“Роби українське, купуй українське, захищай українське, - бо це твоє!”*), проте, ймовірно, його кандидатура не розглядалася командою В. Ющенка як така, що може скласти гідну конкуренцію.

Із ціллю *“обеззброїти”* суперника, партії та політики вдаються до хитрощів, включають до переліку цінностей такі, які є *“козирем”* опозиційного кандидата чи політичної сили. Наприклад, Віктор Янукович часто зосереджується на збереженні релігійних цінностей, що властиво для культурологічного заходу, Віктор Ющенко – на розвитку промисловості, ключове джерело прибутку східних опозиційних регіонів. Барак Обама під час президентської кампанії 2008 року переконував у важливості гендерної рівності в державі, розраховуючи на електорат своєї суперниці Гілларі Клінтон.

На думку О. Бессонової, існує чотири аксіологічні рівні ієрархії цінностей: сенсорні (*desire, fear, uneasiness, anxiety, concern, grief, sorrow,*

etc), життєві (*friendship-enmity, life-death, freedom-slavery*), духовні (*kindness-unkindness, honesty-lie, courage-cowardice*), абсолютні (*faith, belief*). Дослідниця відстежує, що “дієслово є носієм динамічних, а прикметник постійних ознак, отже, на когнітивному рівні вони є глибинно подібними одиницями-виразниками динамічних і статальних ознак” [3, с. 11-13].

Для президентської риторики США як складової політичного дискурсу, на думку О. Фоменко, характерна яскраво виражена ціннісна орієнтація, дотримання принципу політичної коректності, посилена увага до проблем прав жінок та етнічних меншин [4, с. 5]. Рух за “політичну коректність” сучасного англomовного суспільства відзначає й І. Андрусяк [2, с. 41]. Наприклад, Б. Обама якось зазначив, що служба в церкві, яку відвідують темношкірі громадяни, може звучати незвично для “нетренованих вух” (*“untrained ears”*). Очевидно, що президент Сполучених Штатів Америки мав на увазі білошкірих американців.

Подальше дослідження слід сфокусувати на вивченні ціннісного забарвлення як усних, так і письмових політичних повідомлень. Слід також проаналізувати, яким чином влучно евалюативно забарвлений мовцем політичний текст може вплинути на думку електорату.

Список літератури

1. Алтунян А. Г. Анализ политических текстов : курс лекций : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям и спец. “Политология”, “Журналистика”, “Связи с общественностью”, “Юриспруденция” / Александр Генрихович Алтунян. – М. : Логос, 2006. – 383 с.
2. Андрусяк І. В. Лексика політичної коректності: номінативний та прагматичний аспекти / І. В. Андрусяк // Сучасні дослідження з іноземної філології : збірник наукових праць. – Ужгород, 2008. – Вип. 6. – С. 41–46.

3. Бессонова О. Л. Оцінний тезаурус англійської мови: когнітивний і гендерний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови”/ О. Л. Бессонова. – К., 2003. – 39 с.
4. Фоменко О. С. Лінгвістичний аналіз сучасного політичного дискурсу США (90-ті роки ХХ століття) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / О. С. Фоменко. – К., 1998. – 18 с.
5. Pavlyuk L. Extreme Rhetoric in the 2004 Presidential Campaign. Images of Geopolitical and Regional Division / Lyudmyla Pavlyuk // Aspects of the Orange Revolution / [edited by Bohdan Herasymiw in collaboration with Oleh S. Ilnytzkyj]. – Stuttgart, 2007. – Vol. 2 : Information and Manipulation Strategies in the 2004 Ukrainian Presidential Elections. – P. 141–170.

Список ілюстраційних джерел

6. Дебати між Гілларі Клінтон та Бараком Обамою [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/01/31/dem.debate.transcript/index.html>.
7. Офіційний сайт газети “Дзеркало тижня” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dt.ua/>
8. Офіційний сайт газети “Україна молода” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.umoloda.kiev.ua/number/493/113/17857/>
9. Офіційний сайт газети “Українська Правда” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pravda.com.ua/news/2009/2/16/89687.htm>.
10. Офіційний сайт президента США [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.whitehouse.gov.
11. Офіційний сайт Президента України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.president.gov.ua.
12. Офіційний сайт Тимошенко Ю. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.tymoshenko.ua/

13. Президентська кампанія 2004 року. Дж. Буш-молодший – Дж. Керрі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.4president.org/ocmi2004.htm>.
14. Президентська кампанія 2000 року. Дж. Буш-молодший – Ел Гор [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.4president.org/ocmi2000.htm>.
15. Президентська кампанія 2008 року. Дж. МакКейн – Г. Клінтон – Б. Обама [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.4president.org/ocmi2008.htm>.
16. Сегодня [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.segodnya.ua
17. Телевізійна Служба Новин [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tsn.ua>.
18. Урядовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>
19. America.gov [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.america.gov/st/peacesec-english/2010/February/20100215083443esnamfuak0.121731.html>.
20. CBS News [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cbsnews.com/stories/2004/07/26/politics/main632008.shtml> (CBC news)
21. Clinton Hillary website [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.state.gov/secretary/>
22. Fox News [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.foxnews.com>.
23. The Huffington Post [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.huffingtonpost.com/2008/06/19/watch-mccain-didnt-love-a_n_108191.html.
24. The Telegraph [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa>.
25. The Washington Post [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.washingtonpost.com>.
26. Time Magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.time.com>.