

*Великорода Ю. М.  
Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника*

### **ПРЕЦЕДЕНТНІ ФЕНОМЕНИ У ДИСКУРСІ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ У США (НА МАТЕРІАЛІ СТАТЕЙ ІЗ ЖУРНАЛІВ “TIME” ТА “NEWSWEEK”)**

Інтерес до з'ясування домінантних для суспільства культурних цінностей та характеру національної ментальності соціуму в останні десятиліття викликав потребу у вивченні явища прецедентності. Медіа дискурс як середовище для доволі інтенсивного та динамічного функціонування прецедентних феноменів все частіше стає об'єктом лінгвістичних досліджень [1; 4; 2; 3; 6; 10].

На думку Ю. Н. Караулова, який увів поняття прецедентності, прецедентні тексти “1) є значимими для тієї чи іншої особистості у пізнавальному та емоційному відношеннях, 2) мають надособистісний характер, тобто добре відомі також широкому оточенню даної особистості, включаючи її попередників та сучасників, та тексти, 3) звернення до яких відновлюється неодноразово в дискурсі даної мовної особистості” [7, 216].

Найбільш коректним видається визначення прецедентного феномену О. Селіванової, яка під останнім розуміє “... компонент знань, позначення та зміст якого добре відомі представникам певної етнокультурної спільноти, актуальний та використаний у когнітивному й комунікативному плані. Розуміння текстів, що містять прецедентні феномени, ґрунтується на фонових й енциклопедичних знаннях адресатів” [8, 492]. З цього визначення випливає, що використання прецедентних феноменів у передвиборчому дискурсі апелює до національної свідомості етнокультурної спільноти, а їхнє застосування у когнітивному та комунікативному плані означає, що адресати беруть активну участь у їх інтерпретації. Прецедентні феномени здатні інформувати адресата про такі аспекти, як система основоположних цінностей, згідно з якими кожен носій мови та культури оцінює своє місце в соціумі і ту чи іншу подію, мотиви діяльності особистості, її характерні ознаки та типові комунікативні стратегії [5, 21].

*Метою статті* є дослідження особливостей функціонування прецедентних феноменів у американському медіа дискурсі на матеріалі статей на передвиборчу тематику.

*Завданнями* статті є з'ясування типів прецедентних феноменів, які найчастіше використовувались у статтях на передвиборчу тематику, та прецедентних образів, які створювалися для опису кандидатів у президенти та передвиборчих ситуацій.

У сучасному медіа тексті жанрові межі дії категорії автора розширюються через уведення в систему доказів в аналітичних матеріалах ігрових ілюстрацій, кодування інформації мотивами прецедентних феноменів, цитаціями [1, 121]. Чуже мовлення дозволяє автору не лише дистанціювати себе від подій, а й надати своєму тексту більшої авторитетності, залучити до дискусії авторів попередніх епох, використати їх авторитет як аргумент для доведення своєї точки зору, залучити адресата до гри “розв'язування” інтертекстуальної головоломки-лабіринту, у якій останньому доведеться подолати межу поверхневого однорівневого сприймання тексту та інтерпретувати текст як не лише діалог щодо сучасних подій, а як діалог культурних епох та типів філософського мислення.

Хоча автори статей здебільшого намагаються бути об'єктивними у змалюванні подій передвиборчої кампанії, проте у них також є свої особисті політичні переконання та погляди, які вони висловлюють імпліцитно за допомогою прецедентних феноменів. У таких випадках реалізується парольна функція прецедентного феномену, направлена на доведення чи емпатизацію приналежності відправника мовлення до тієї ж групи, що й адресат [9, 99]. Таке використання прецедентних феноменів дозволяє авторам зберегти свою об'єктивність та неупередженість в очах громадськості і водночас імпліцитно висловити своє ставлення до події чи персонажу.

Медіа текст є спрямованим на широку аудиторію, внаслідок чого автор, використовуючи прецедентні феномени, може давати підказки читачам для їх правильної інтерпретації, а іноді прямо називає джерело, з якого він запозичує певну цитату чи образ. У статті “Does Temperament Matter” (Time, October 27, 2008) автор веде дискусію про риси характеру обох кандидатів і, роблячи перехід від позитивних рис до недоліків, цитує відомого класика американської літератури Марка Твена: *“Every man is a moon, Mark Twain liked to say, with a dark side he doesn't show anybody.”* Таке експліцитне посилання на відомого американського письменника дозволяє автору уникнути можливих звинувачень у необ'єктивності, а також надає більшого авторитету власним судженням, які перебувають у одній площині з переконаннями М. Твена.

У вищенаведеному прикладі пряме називання джерела прецедентного феномену не є обов'язковим, адже, як саме висловлювання, так і його автор є добре відомими переважній більшості мовців (хоча, можливо, вислів і не завжди асоціюється з М. Твеном, його зміст є добре зрозумілим). Іноді у статтях використовуються цитати маловідомих авторів, проте усе ж робиться наголос на тому, щоб асоціювати певне висловлювання з його автором. Так, наприклад, у статті “Obama Abroad” (Newsweek, July 28, 2008) автор використовує порівняння, запозичене у британського драматурга XVII-XVIII ст. Вільяма Конгріва: *“Hell hath no fury like a woman scorned”*. Цей вислів можна розуміти так: “ніхто не є більш розлюченим, ніж відштовхнута жінка”. Автор статті змінює один компонент оригінального порівняння, однак зберігає форму, а також безпосередньо вказує на джерело запозичення: *“Why is this bad news? Because hell hath no fury like a nation disenchanted, to borrow from the old English play “The Mourning Bride”.*” У самій статті йдеться про те, як кандидата у президента США Барака Обаму сприймають у різних країнах світу. Саме це порівняння використано в контексті дискусії сприйняття Обами в Німеччині. Така видозмінена цитата дозволяє автору на лише стверджувати, що “ніхто не є більш розлюченим, ніж розчарована країна”, а й прирівняти “розчаровану країну” до “відштовхнутої жінки”. Очевидно, що вибір такого прецедентного феномену в даному контексті можна розуміти по-різному:

1) на поверхневому рівні – кандидатів слід виправдати сподівання європейців, аби не розлютити їх ще більше після президентства Д. Буша;

2) використання застарілої форми третьої особи однини дієслова “has” – “hath”, а також посилання на літературний твір, якому понад 300 років, можна пояснити суттєвими відмінностями світобачень американців та європейців, більшим політичним консерватизмом останніх;

3) говорячи про прецедентні феномени, не можна не сказати про їх використання з метою глузування чи висміювання, в даному прикладі важливим є вказування саме назви джерела (“The Mourning Bride”) та її буквального значення в контексті дискусії про Європу, а не автора висловлювання. Запропонований прецедентний феномен дозволяє адресатові обрати власний варіант розуміння даної цитати, автор ніби

позиціонує себе від того, щоби давати пряму оцінку подіям чи ситуаціям, таким чином, залишаючи адресатові право свого бачення та розуміння ситуації.

Основною особливістю останньої президентської кампанії у США був той факт, що вперше в історії країни чорношкірий кандидат балотувався на найвищу посаду. Символом боротьби за права чорношкірих американців є Мартін Лютер Кінг, зокрема його промова "*I have a dream*" (яка одразу стала прецедентним текстом), виголошена у Вашингтоні 28 серпня 1963 року зі сходів Меморіалу Лінкольна. Часто у своїх промовах Б. Обама імпліцитно чи експліцитно посилався на цю промову та на дії самого Кінга, адже багато американців розглядають Обаму як втілення "мрії" М. Л. Кінга. У статті "*To dream a little dream of us*" (Newsweek, September 8, 2008) автор порівнює двох кандидатів крізь призму промови Кінга. У тексті слово "*dream*" з'являється 17 разів, проте до цього прецеденту автор додає ще один прецедентний феномен – поняття "*the American dream*": "*Make no mistake: both candidates, and both parties, have dreams to sell ... they have different versions of the same dream – the American Dream*".

Використання прецедентних феноменів дозволяє автору залишитися неупередженим стороннім спостерігачем за передвиборчими баталіями і в той же час імпліцитно висловити особисту думку щодо подій. У статті "*Does Temperament Matter*" (Time, October 27, 2008) автор, дискутуючи про роль темпераменту кандидатів у передвиборчій кампанії, робить свій прогноз стосовно того, який тип темпераменту, на його думку, може бути більш виграшним: "*Perhaps even more important than intelligence is vitality: Tigger beats Eeyore any day.*" У даному прикладі використовуються прецедентні імена з відомих дитячих книг Алана Мілна про Вінні Пуха, відомі американцям також з мультфільмів компанії Уолта Діснея. *Tigger* є символом безтурботності та енергійності, тоді як *Eeyore* відомий як песимістичний, похмурий персонаж.

Серед джерел прецедентних текстів масова культура, завдяки своїй відомості та зрозумілості, займає одне з провідних місць. У назві статті про Б. Обаму "*A working-class hero*" (Time, September 1, 2008) використано назву однойменної пісні Джона Леннона про людину, яка виросла у сім'ї з робочого класу. Такий вибір назви статті дозволяє підкреслити походження самого кандидата, крім того, у статті йдеться про електорат кандидата та ті верстви населення, які він підтримуватиме у разі обрання президентом. У даному прикладі спостерігаємо також вдалий вибір форми прецедентного феномену, що вибраний не лише заради асоціацій, пов'язаних з ним, а й заради самої його форми та її відомості (пісня також виконувалась близько двадцятьма іншими музичними виконавцями, серед яких найбільш відомими є версії Девіда Боуї, Оззі Осборна, гуртів Green Day, Manic Street Preachers та Marilyn Manson).

Заголовок статті про кандидата у віце-президенти США Сару Пейлін "*The Call of the Wild*" (September 15, 2008) демонструє ще один випадок використання прецедентного феномену, який є легко впізнаваним та одразу привертає увагу адресата. У цьому заголовку використана назва однієї з найбільш відомих книг Джека Лондона про часи Золотої Лихоманки на території Юкону та Аляски. Таким чином, автор робить прозоре посилання на походження С. Пейлін, а також на її непростий шлях до кандидата у віце-президенти США.

Використання прецедентних феноменів заради створення враження мовної гри, заради спантеличення адресата чи створення інтелектуальних загадок є ще однією тенденцією використання прецедентних феноменів у медіа дискурсі. У статті "*On His Own*" (Newsweek, September 1, 2008) про становлення Б. Обами як особистості та його

шлях до кандидата у президенти США автор, говорячи про сім'ю Б. Обами, неодноразово наголошує на непростих стосунках, які у нього склалися з батьком, котрий залишив свого сина заради того, щоби навчатися у Гарварді. Описуючи академічне минуле самого Б. Обами, автор зазначає, що у свій час той також навчався у Гарвардській юридичній школі, і у дужках робить особистий коментар: *“(If you are really into armchair psychology, consider that the son returns to the scene of his betrayal by his father and outperforms the old man. It is sort of “One L” meets “Oedipus”).”* “One L: The Turbulent True Story of a First Year at Harvard Law School” є автобіографічною книгою Скотта Терроуа про його досвід студента Гарварду на першому курсі, і читається багатьма студентами, які готуються до навчання на юридичних факультетах [12]. З міфологічним персонажем Едіпом пов'язаний комплекс Едіпа у теорії психоаналізу, який виражається, перш за все, у несприйнятті та бажанні усунути батька.

Використання біблійних прецедентних феноменів у медіа текстах відображає ту роль, яку релігія відіграє у суспільному житті американців. У статті “More a Matter of Mystery Than Magic” (Newsweek, July 21, 2008) автор використовує біблійні прецедентні феномени для того, щоби створити біблійне тло для своєї статті, зіставити виклики, які стоять перед лідерами країни, з викликами, які стояли перед ізраїльськими царями, порівняти американську націю з давньо-ізраїльським народом. Автор створює вступ для своєї статті, починаючи її молитвою царя Давида перед смертю: *As first Chronicles in the Hebrew Bible comes to an end, David ... is growing old... “For we are strangers before thee, and sojourners, as well as our fathers,” David says. “Our days on earth are as a shadow, and there is none abiding”.* Далі у статті йдеться про становлення релігійних переконань Б. Обами та про ту роль, яку відігравала релігія у його становленні як особистості: *Obama’s first Sunday morning at Trinity Church in Chicago led him to connect his own life and the lives of those around him with the most epic of sagas. David and Goliath, Moses and Pharaoh, the Christians in the lion’s den, Ezekiel’s field of dry bones....* Для більшого ефекту створення прецедентного образу у свідомості адресата автор статті вдається до імітування стилю написання Біблії (книги Еклезіаста): *The innocent suffer, and the innocent die; some are poor, and some are rich; evil can, and does, strike out of a brilliant blue sky.* Стаття закінчується продовженням того біблійного епізоду, який був описаний на початку: *...he knows the story of David. If you read on through the death of the great king..., you will find Solomon’s own prayer to God: “Give me now wisdom and knowledge, that I may go out and come in before this people: for who can judge this thy people, that is so great?”.* Створення такого розширеного прецедентного образу дає змогу автору створити драматизм сучасної ситуації, наголосити на історичній важливості сьогоденішнього історичного етапу.

Варто зазначити, що хоча для адекватної інтерпретації медіа текстів, що містять прецедентні феномени, необхідно є наявність спільної когнітивної бази адресата та адресанта, спільних фонових та енциклопедичних знань, у разі їхнього незбігу адресат не є виключеним з процесу сприймання статті на семантичному рівні. Однак однорівневе семантичне прочитання тексту не дозволить адресатові повністю зрозуміти зміст фрагмента та ілокуцію автора при використанні прецеденту. І хоча вживання прецедентних феноменів не залишає менш інтертекстуально свідомих читачів поза процесом прочитання тексту, воно дає переваги більш інтертекстуально свідомим адресатам [11, 220].

**Висновки.** Особливостями використання прецедентних феноменів авторами статей на передвиборчу тематику є звернення здебільшого до джерел, які пропагують високі

моральні цінності, до класиків американської літератури, Біблії, найбільш відомих представників популярної культури. Додаткові асоціації, які створюються авторами за допомогою прецедентних феноменів, апелюють до моральних цінностей як кандидатів, так і самих виборців, вказують на важливість вибору останніх, наголошують на неординарності та унікальності останньої передвиборчої кампанії. Перспективами подальших досліджень може бути порівняльний аналіз прецедентних феноменів українського та американського медіа дискурсів.

#### *Л і т е р а т у р а :*

1. Артамонова І. М. Медіа текст сучасних ЗМІ / І. М. Артамонова // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна № 766. – Вип. 51. – Харків, 2007. – С. 120-124.
2. Бережная Т. М. Игра с прецедентными текстами в газетных заголовках / Т. М. Бережная // Сборник научных докладов XII Международной конференции по функциональной лингвистике “Функционализм как основа лингвистических исследований”. – Симферополь : “Доля”, 2005. – С. 27-28.
3. Блинова Ю. А. Прецедентные имена собственные в немецком газетном дискурсе : автореф. дис. на соискание научной степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Ю. А. Блинова. – Самара, 2007. – 22 с.
4. Гаврилова Ю. В. Прецедентні феномени як складник аргументації у франкомовному медіа-дискурсі / Ю. В. Гаврилова // Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки № 3 : Філологічні науки. – Луцьк, 2007. – С. 93-98.
5. Гришаева Л. И. Арминий, Барбаросса, ведьмы с Брокена и другие (немецкий язык через призму немецких прецедентных текстов) / Л. И. Гришаева : учеб. пособие. – Воронеж : Издательский Дом Русская Словесность, 1998. – 148 с.
6. Илюшкина М. Ю. Прецедентные высказывания в печатной туристической рекламе / М. Ю. Илюшкина // Languages and Literatures – Вип. 22. – Тюменский государственный университет / Электронный ресурс [http://frgf.utmn.ru/mag/22/42]
7. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Юрий Николаевич Караулов. – М. : Наука, 1987. – 264 с.
8. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
9. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г. Г. Слышкин. – М., 2000. – 128 с.
10. Соколова О. И. Использование прецедентных текстов в газетных заголовках. / Электронный ресурс [www.vfnglu.wladimir.ru/Rus/NetMag/v4/v4\_ar09.htm]
11. Eco U. Intertextual irony and levels of reading // On Literature. – London: Vintage Books, 2006. – P.212-235.
12. Wikipedia / Электронный ресурс [www.wikipedia.org].

*Галій Л. Г.*

*Національний педагогічний університет  
імені М. П. Драгоманова*

### **ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НЕТИПОВИХ ПИТАЛЬНИХ РЕЧЕНЬ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ**

Останнім часом у мовознавстві простежується тенденція до вдосконалення традиційних принципів аналізу мови та мовлення. Системно-структурний та функціональний підходи стають все більш антропоцентричними. І в цьому напрямі все більшої ваги набувають комунікативно-прагматичні лінгвістичні дослідження. Інтерес до лінгвопрагматики, зокрема до проблем мовленнєвого спілкування в наші дні цілком закономірний. Його можна пояснити такими факторами, як розвиток засобів масової інформації, PR- технологій, прагненням вплинути на співрозмовника і необхідністю