

## ПОВТОР ЯК ВТІЛЕННЯ СУГЕСТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ АНГЛОМОВНОГО ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ДИСКУРСУ

**М. Л. Ільченко (Харків)**

Статтю присвячено аналізу повтору як реалізації сугестивної стратегії навіювання адресату англомовного електорального дискурсу певних смислів шляхом їх рекурентної актуалізації за допомогою повтору лексем, їх словотвірних та семантичних дериватів, займенників, словосполучень та предикацій у паралельних синтаксичних конструкціях в рамках контактних, анафоричних, епіфоричних та рамкових патернів.

**Ключові слова:** англомовний електоральний дискурс, сугестивна стратегія, повтор.

**М. Л. Ильченко. Повтор как воплощение суггестивной стратегии англоязычного электорального дискурса.** Стаття посвящена анализу повтора как реализации суггестивной стратегии внушения адресату англоязычного электорального дискурса определенных смыслов путем их рекуррентной актуализации с помощью повтора лексем, их словообразовательных и семантических дериватов, местоимений, словосочетаний и предикаций в параллельных синтаксических конструкциях в рамках контактных, анафорических, эпитифорических и рамочных паттернов.

**Ключевые слова:** англоязычный электоральный дискурс, суггестивная стратегия, повтор.

**M. L. Pchenko. Repetition as a realisation of the suggestive strategy of the English electoral discourse.** The article focuses on the analysis of repetition as a realisation of the strategy of suggesting the addressee of the English electoral discourse certain ideas through their recurrent instantiation by repeating lexemes, their structural and semantic derivatives, pronouns, word combinations and predications in parallel syntactic constructions within contact, anaphoric, epiphoric and framing patterns.

**Key words:** English electoral discourse, suggestive strategy, repetition.

Метою статті є аналіз повтору як засобу здійснення сугестивного впливу на адресата електорального англомовного дискурсу.

Актуальність теми обумовлена наявним в сучасній лінгвістиці інтересом до процесів мовного впливу і типів дискурсу, в яких реалізується цільова настанова на дію, а також потребою комплексного вивчення сугестивних дискурсивних стратегій і мовних засобів, що їх реалізують.

Об'єктом статті є сугестивна стратегія повтору, а предметом – лінгвальні засоби, що забезпечують її реалізацію в англомовному електоральному дискурсі.

Матеріалом слугують транскрипти передвиборчих промов кандидатів у президенти США (сенатора Барака Обами і сенаторки Хілларі Клінтон), тематикою яких є презентація їхніх кандидатур у штатах Іллінойс та Айова. Загальний обсяг транскриптів 1,5 друкованих листа.

Аналіз функціонування лінгвальних одиниць як засобів втілення дискурсивних стратегій створює основу для розуміння повтору як універсальної лінгвістичної категорії, яка відіграє важливу роль в організації сугестивного комунікативного впливу. Сугестивний вплив або **сугестія** розглядається як процес одностороннього впливу на психічну сферу людини, пов'язаний зі зниженням свідомості й критичності під час сприйняття й реалізації навіюваного змісту [7, с. 161] за відсутності цілеспрямованого активного його розуміння, розгорнутого логічного аналізу й оцінки у співвіднесенні з минулим досвідом і нинішнім станом, суб'єкта [8]; штучне прищеплення різних психічних явищ, таких як настрій, зовнішнє враження, ідея або конкретна дія іншої людини [10, с. 146-147]; збудження або прищеплення через слова відповідного зовнішнього або внутрішнього подразнювання [4, с. 336]; прихований вплив на людину, що відбувається через вплив на плин нервово-психічних процесів.

Результатом сугестивного впливу є породження відчуттів, уявлень, емоційних станів і вольових спонукань без активної участі особистості, без логічної переробки сприйманого. Досліджуваний корпус мовного матеріалу дозволяє визначити повтор як типовий зразок сугестії, характерний для електорального дискурсу, та виявити найчастотніші типи повторів, вживаних комунікантами.

У рамках стилістики повтором називається фігура мови, яка полягає в повторенні звуків, слів, морфем, синонімів або синтаксичних конструкцій в умовах достатньої тісноти ряду, тобто досить близько один від одного, щоб їх можна було помітити [1, с. 295]. Спектр функцій повтору досить широкий: вони полягають у додатковому інформуванні, інтенсифікації емоційності мовлення, викликанні певного емоційного настрою, реалізації експресивності, зв'язності і ритмізації мовлення, що сприяє інтенсифікації впливу на адресата. Зазначають, що повтор сприяє успішності комунікації, коли їй заважають так звані «шуми» [14, с. 395]; дозволяє адресанту ефективніше викладати свої думки, обмірковуючи при цьому наступну репліку: «в усному дискурсі повтор дозволяє адресату сприймати інформацію з тією ж швидкістю, з якою вона надходить від адресанта» [12, с. 137]. Відповідно, чим більша швидкість надходження інформації, тим нижче критичність свідомості адресата, що дозволяє визначити повтор як досить ефективну сугестивну стратегію електорального дискурсу у рамках теорії мовленнєвого впливу. Сугестивну функцію повтору відзначають багато мовознавців [3, с. 98; 2, с. 124; 6, с. 7; 13, с. 85].

Повтор як сугестивна інструментальна стратегія електорального дискурсу полягає в рекурентній експлікації «тематичних» концептів, які адресант актуалізує у дискурсі з метою реалізації спонукальних стратегій позитивної (само)презентації, солідаризації з народом або

дискредитації опонента, збільшуючи ефективність сприйняття мовлення, що спрощує процес моделювання свідомості адресата (електората).

Класифікація повторів побудована з урахуванням двох базових критеріїв: **структурного** та **частиномовного**. За першим критерієм ми виділяємо в електоральному дискурсі такі типи повтору, як: **контактний** (повторювання одиниць в кінці і на початку суміжних відрізків мовлення), **анафоричний** (повторювання початкових частин (звуків, слів, синтаксичних конструкцій) суміжних відрізків мовлення), **епіфоричний** (повторювання кінцевих елементів відрізків мовлення) та **кільцевий** або **рамковий** (адресант спочатку називає те, що вважає найбільш важливим, потім розгортає зміст повідомлення і як емоційно-експресивний підсумок - повторює початкову пропозицію у кінці свого мовлення) [5, с. 23-48], а також **хіазм**, який поєднує контактний і рамковий повтор. Повтор, як правило, здійснюється на фоні **паралельних синтаксичних конструкцій**, тобто "семантико-структурної єдності, що складається мінімально з двох компонентів (складових), які характеризуються синтаксичною тотожністю і логіко-змістовною спільністю" [9, с. 195]. Синтаксичний паралелізм можна визначати і як відрізок мовлення, що складається з синтаксично однотипних конструкцій, об'єднаних спільною думкою.

За частиномовним критерієм розрізняємо **лексичний** повтор, що реалізується на рівні лексичних одиниць й поділяється на **простий** (одиниця-елемент повтору не зазнає формальних змін, окрім граматичних флексій), **словотвірний** (повторювані одиниці є спільнокореневими або належать до однієї словотвірної парадигми) та **синонімічний** (одиниця входить до однієї семантичної парадигми), а також **граматичний**, який охоплює **займенниковий**, **сполучниковий** та **синтаксичний**, коли повторюються словосполучення або цілі предикації. Перший критерій визначає композиційну природу повтору тобто синтаксичні патерни, у яких він проявляється на рівні текстової категорії *зв'язності*, другий – одиниці різних мовних рівнів, що наповнюють ці патерни. У ході аналізу мовного матеріалу обидва критерії враховуються комплексно.

Під час аналізу ми встановили, що в електоральному дискурсі найчастотнішим є синонімічний та синтаксичний повтори, проте зважаючи на те, що живе мовлення характеризується поступальністю, лінійністю, елементами спонтанності (навіть якщо промова підготовлена), інтонаційним виділенням та автокоментуванням, особливістю повторів є переважання комбінованих форм.

У промові сенаторки Х. Клінтон від 16 грудня 2007 року, у м. Каунсіл-Блафс, штат Айова, нами було виділено такі типи повторів:

– **контактний лексичний та синтаксичний повтор:** *I was proud to be part of making change that helped millions and millions of Americans* – у частині промови про запровадження реформи системи охорони здоров'я контактний лексичний повтор використовується з метою навіяти електорату думку про допомогу численній кількості американців; *Let's give them the kind of help that they deserve to have for a good job and a good future* – лексичний повтор позитивно оцінного означення *good* в паралельних конструкціях словосполучень налаштовує електорат на позитивне ставлення до діяльності сенаторки на благо країни; *I look forward to working with Republicans, as well as Democrats and Independents, to create a new beginning for America. That new beginning will once and for all give us universal health care* – за допомогою синтаксичного повтору словосполучень сенаторка акцентує один з основних пунктів її передвиборчої програми – започаткування нової універсальної реформи здоров'я, доступної для кожного;

– **контактний лексичний (синонімічний) повтор:** *As Connie said, Bob has given a lifetime of service to our country. He has literally been on the front lines fighting and standing up and advocating for the values that we believe are really at the root of the American dream and this great country's journey toward progress* – на прикладі свого прихильника Боба, мешканця шт. Айова, Х. Клінтон навіює думку про те, як потрібно відстоювати американські цінності; *I want to tell you that there will not be any invisible Americans when I am President. Everyone will be seen, respected, heard* – за допомогою повтору дієслів, що у даному контексті виражають уважне ставлення до адресата, електорату навіюється думка про врахування інтересів кожного американця. Повтор тут є фоном для реалізації стилістичного прийому градації, який інтенсифікує емоційний вплив на адресата й допомагає адресанту втілювати дискурсивну стратегію позитивної самопрезентації;

– **анафоричний займенниковий повтор:** *He tried to get to the truth; he tried to hold people and institutions accountable. He knows something about courage and leadership. He's got some experience in tough fights, so I am thrilled to have him on my team. Thank you so very much Bob* – повторювання займенника *he*, що відсилає до відданого прихильника Х. Клінтон підсилює ефект персоніфікованої презентації й позитивної кваліфікації прихильника-борця, прихильника-лідера й навіює думку про те, що він є зразком для наслідування;

– **анафоричний синтаксичний повтор:** *We're going to provide retirement security for working Americans. We're going to provide long-term care. I will go after those insurance companies that swindle seniors out of their money, sometimes out of their life savings. I will go after those nursing homes that abuse our seniors. We're going to have more home health aid, we're going to have more dignified and respectable alternatives...We're going to rebuild our great American middle class. We're going to support our unions. We're going to give people the right to organize and bargain*

*collectively* – у цій репліці сенаторка використовує паралельні конструкції з *will* та *going to*, щоб навіяти думку про масштабність її майбутньої діяльності у сфері забезпечення медичного обслуговування американців; So **how about lifting** the ban on stem cell research? And **how about making** America the innovation nation again?... **How about appointing** qualified people to the government again after the Bush Administration? – за допомогою повтору питальних конструкцій Х. Клінтон навіює позитивну відповідь на потребу підняти науковий потенціал країни та працевлаштовувати кваліфікованих спеціалістів. Так, на основі сугестивного впливу сенаторка проводить стратегію дискредитації політики попереднього президента США, Дж. Буша;

– хіазм: *I said "**who should I leave out?** **Who gets to choose who is left out?**" **Should I leave out people like** Dawn Carstens and her husband Greg from Webster City?... **Should I tell them just to roll the dice?** **Should I leave out Ellen Duffy?** A nurse I met in Waterloo diagnosed with breast cancer. **Who should I leave out?** – пресупозиції, що містяться в питальних структурах, перетворюють запитання у риторичне, підказуючи електорату “правильну” відповідь – нікого не можна виключити з проекту сенаторки щодо реформи здоров’я.*

У промові сенатора Барака Обами від 10 лютого 2007 року, у м. Спрінгфілд, штат Ілінойс, нами було виділено такі типи повторів:

– **анафоричний синтаксичний повтор**: *It was here, in Springfield, where I saw all that is America converge -- farmers and teachers, businessmen and laborers, **all of them** with a story to tell, **all of them** seeking a seat at the table, **all of them** clamoring to be heard* – словосполучення, *all of them* об’єднує всіх членів суспільства (*farmers and teachers, businessmen and laborers*), що мають спільні потреби і вже почуті Б. Обамою; це навіює електорату думку, що кожна з груп знаходиться у центрі уваги виборчої кампанії Обами; *I saw **that** the problems people faced weren't simply local in nature, **that** the decisions to close a steel mill was made by distant executives, **that** the lack of textbooks and computers in a school could be traced to skewed priorities of politicians a thousand miles away, and **that** when a child turns to violence -- I came to realize that -- there's a hole in that boy's heart **that** no government alone can fill* (Б. Обама) – повтор підрядних речень, що приєднуються сполучником *that* сприяє досягненню плавності звучання, встановленню темпа та нагнітанні емоційного стану електората. Темп відіграє важливу роль, оскільки сприяє пониженню критичності сприйняття і гіпнотизації свідомості – адресат сприймає все, що йому навіюють; So **let us begin**. **Let us begin** this hard work together. **Let us transform** this **nation**. **Let us be** the **generation** that reshapes **our** economy to compete in the digital age. **Let's set** high standards for **our** schools and give them the resources they need to succeed. **Let's recruit** a new army of **teachers**, and give them better pay and more support in exchange for more accountability. **Let's make** college more affordable, and **let's invest** in scientific research, and **let's lay down** broadband lines

through the heart of inner cities and rural towns all across America. And as our economy changes, let's be the generation that ensures our nation's workers are sharing in our prosperity. Let's protect the hard-earned benefits their companies have promised. Let's make it possible for hardworking Americans to save for retirement. And let's allow our unions and their organizers to lift up this country's middle-class again – повтор спонукальної пропозиції *let's* навіює електорату поради та інструкції щодо діяльності з метою покращення життя за світоглядом Б. Обама:

– анафоричний і епіфоричний синтаксичний повтор: I want to win that next battle - for justice and opportunity. I want to win that next battle - for better schools, and better jobs, and health care for all – анафоричний повтор стверджувальних конструкцій, що експлікують бажання Б.Обами виграти кампанію, поєднується з епіфоричним повтором порівняльного ступеня прикметника *good* з прикметником *for* (задля), що буде асоціативний зв'язок між вибором Б.Обами президентом і покращенням життя американців; *And if you will join me in this improbable quest, if you feel destiny calling, and if you see as I see, a future of endless possibility stretching before us; if you sense, as I sense, that the time is now to shake off our slumber, and slough off our fear, and make good on the debt we owe past and future generations, then I'm ready to take up the cause, and march with you, and work with you* – подібним чином анафоричний повтор умовних конструкцій, які доносять до електорату умови, за яких Б. Обама може виконати свої передвиборчі зобов'язання, поєднується з епіфоричним повтором інфінітивних конструкцій, що перераховують дії, необхідні для одержання цієї перемоги.

– анафоричний синтаксичний повтор у поєднанні із займенниковим повтором: In the face of tyranny, a band of patriots brought an empire to its knees. In the face of secession, we unified a nation and set the captives free. In the face of Depression, we put people back to work and lifted millions out of poverty. We welcomed immigrants to our shores. We opened railroads to the west. We landed a man on the moon. And we heard a King's call to let "justice roll down like waters, and righteousness like a mighty stream" – паралельні конструкції акцентують увагу на перелікові досягнень американців. Водночас займенниковий повтор (*we*) вжито з метою навіювання стратегії солідаризації з народом: Б. Обама експозиціонує себе як одного з громадян, що разом з країною долав труднощі; The cynics, and the lobbyists, and the special interests who've turned our government into a game only they can afford to play. They write the checks and you get stuck with the bills, they get the access while you get to write a letter, they think they own this government, but we're here today to take it back – повтор займенника *they*, що відсилає до категорії діячів, які провокують негативне ставлення до себе з боку суспільства (*cynics, the lobbyists*), протиставляється повтору займенника *you* у сполученні з *we* з метою навіяти електорату думку

про несумісність намірів майбутнього президента з діяльністю подібних політиків й водночас, солідаризацію з електоратом у цьому протиставленні.

– анафоричний синтаксичний повтор у поєднанні із лексичним, займенниковим, словотвірним та синонімічним повтором: *That is why this campaign can't only be about me. It must be about us - it must be about what we can do together. This campaign must be the occasion, the vehicle, of your hopes, and your dreams. It will take your time, your energy, and your advice - to push us forward when we're doing right, and to let us know when we're not. This campaign has to be about reclaiming the meaning of citizenship, restoring our sense of common purpose, and realizing that few obstacles can withstand the power of millions of voices calling for change* – повтор ключового слова промови *campaign* в рамках анафоричних предикацій поєднується з повтором займенників *we/us*, *your*, що втілюють тактику солідаризації з електоратом у виборчій кампанії, та словотвірним синонімічним повтором, що навіює думку про ренесанс американської нації з приходом Б. Обама.

Таким чином, в результаті аналізу двох, схожих за своєю тематикою промов, можна зробити висновок, що повтор лексем, їх словотвірних та семантичних дериватів, займенників, словосполучень та цілих предикацій реалізується у паралельних синтаксичних конструкціях в рамках контактних, анафоричних, епіфоричних та рамкових патернів і втілює сугестивну стратегію навіювання адресату різноманітних смислів шляхом рекурентної актуалізації їх у дискурсі. Промови Б. Обама характеризуються вищим ступенем сугестивності через поєднання в рамках однієї репліки більшої кількості різновидів повтору.

Перспективу дослідження вбачаємо у проведенні аналізу більш репрезентативного матеріалу, деталізації видів повтору, виявлених у мовленні політичних діячів чоловічої і жіночої статі й здійсненні кількісних підрахунків з метою з'ясування гендерних відмінностей в реалізації сугестивних стратегій англomовного електорального дискурсу.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: [учебник для вузов] / Арнольд И. В. – [5-е изд., испр, доп.]. – М.: Флинта: Наука, – 2002. – 384 с.
2. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации: [монография] / Белова А. Д. – К.: Киев. ун-т им. Тараса Шевченко, ИИА "Астрея", 1997. – 310 с.
3. Бехтерев В. М. Гипноз, внушение, телепатия / Бехтерев В. М. – М.: Мысль, 1994. – 364 с.
4. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка / Гальперин И. Р. – М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1958. – 459 с.
5. Мальцева О. В. Разноуровневый повтор в англоязычном рекламном тексте (структурирование и функционирование): автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук / О. В. Мальцева. – СПб., 1991.
6. Мартинюк А. П. Дискурсивний інструментарій аналізу

англомовної реклами / А. П. Мартинюк // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – 2009. – Вип. 3. – С. 159-167. 7. Психологический словарь [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://psychology.net.ru/dictionaries/psy.html?word>. 8. Разинкина Н. М. Функциональная стилистика английского языка / Разинкина Н. М. – М. : Высшая школа, 1989. – 182 с. 9. Dressler W. The thread of Discourse / W. Dressler // *Journal of Linguistics*. – 1977. – Vol. 13, №2. – P. 320-321. 10. The New Shorter Oxford English Dictionary. – [Sixth Edition]. – Oxford : Oxford University Press, 2007. 11. Tannen D. Talking Voices : Repetition, Dialogue, and Imagery in Conversational Discourse / Tannen D. – Cambridge, England ; New York : Cambridge University Press, 1989. – 240 p. 12. Vickers B. Repetition nad emphasis in Rhethoric theory and Practice / B. Vickers // *Repetition*. – [Ed. by Henry Andreas Fisher], 1994. – V. 123. 13. Wales K. A Dictionary of Stylistics / Wales K. – London : Longman, 1997. – 429 p. 14. Barack Obama. Presidential Announcement Springfield [Electronic resource] / Barack Obama. – Illinois, February 10, 2007. – Режим доступа : <http://softkenya.com/speeches/our-past-future-vision-for-america-barack-obama/> 15. Hillary Clinton. Remarks at the Every County Counts Kickoff in Council Bluffs [Electronic resource] / Hillary Clinton. – Iowa, December 16, 2007. – Режим доступа : <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=77082&st=hillary+clinton&st1=#axzz1H7hYdji4>.