

Мовні засоби впливу на слухача у промовах М. Тетчер та Ю. Тимошенко

Тетяна Мазурок

Кафедра лінгвістики, Національний університет "Острозька академія", УКРАЇНА, м.Острог, вул.Семінарська, 2, E-mail:
tan_flash@rambler.ru

Abstract – The article deals with verbal manipulation speeches of politicians. With the help of metaphorical modeling analysis of verbal means of manipulation in speech of Y.Tymoshenko and M.Tatcher was made. The research showed that metaphors are used in order to impose certain views and feelings. We came to conclusion that language means of influence on the consciousness are widely used in the sphere of politics. They play a decisive role in forming certain images and convictions among listeners.

Ключові слова – metaphorical modeling, anchor, conceptual metaphors.

Люди не можуть не спілкуватися між собою, і в процесі спілкування вони впливають один на одного, застосовуючи при цьому різні механізми впливу, найпоширенішими з яких є мовні. Під час комунікативного акту мовці переслідують певні цілі, для досягнення яких вони використовують вербальні і не вербальні засоби впливу.

Поява засобів масової інформації спростила процес комунікації, розширила сферу впливу, а відтак посилила роль мови в управлінні людьми. Розроблені технології та механізми впливу здатні трактувати події потрібним чином, використовуючи варіації на будь якому рівні сприйняття: як свідомому, так і на підсвідомому.

Одним із популярних зараз методів впливу на свідомість людини стало нейролінгвістичне програмування – управління людською свідомістю за допомогою лінгвістичних конструкцій, архетипів, візуальних зображень тощо [1].

У ході дослідження було проаналізовано інтерв'ю та промови Маргарет Тетчер та Юлії Тимошенко. Ці дві великі постаті у політиці працювали в різний час, в різних країнах, мали різні розроблені іміджі, все ж можна провести між ними паралелі: дві жінки-політики, прем'єр-міністри, політики, що широко використовують різні мовні засоби впливу на свідомість слухачів для досягнення поставленої мети у передвиборчих кампаніях та для утримання своєї влади. Суттєвим методом впливу на свідомість людей через політичні промови є використання метафор.

Мовна картина світу, яка увібрала в себе досвідно-практичні, життєві та культурні стереотипи, наскрізь пронизана емоціями. Промови спрямовані на реципієнта, тобто їх формують таким чином, щоб емоційно вплинути на слухача. І хоч такий діалог односторонній з формальної точки зору він націлений на резонанс. Такий діалог має на меті змінити систему поглядів реципієнта та налаштувати його сприйняття авторської концепції цінностей та відповідних настанов [2].

Метафори дозволяють не тільки проникнути у свідомість читача, а й перебудувати її. Емотивно-

забарвлена метафора вже на рівні задуму спрямована на те, щоб за рахунок образного забарвлення, створеного стереотипом, викликати емотивне відношення, що має форму модальності. Оцінні концепти, які лежать в основі оцінок в метафорах, проявляються в ціннісній картині світу. Внутрішня форма є прозорою для сприйняття, оскільки вона збуджує звичні для даного мовного колективу асоціативно-образні уявлення.

Мовна метафора тісно пов'язана з міфом, оскільки вони мають єдине походження. Їх призначення полягає в інтенсифікації, концентрації чуттєвого досвіду, який є базою мовного та релігійного міфологічного символізму. Спосіб творення первісних форм мовних та міфологічних уявлень пов'язаний з явищем, при якому уявлення не розширюється, спростовується, зводиться в одну точку. У цьому процесі відфільтровується деяка сутність, яка і виводиться в значення метафори. Увесь світ концентрується в одній точці, у фокусі значення, в той час як все, що лежить за межами фокуса мовного та міфологічного поняття начебто залишається невидимим [3].

У ході аналізу виступів Маргарет Тетчер та Юлії Тимошенко ми виокремили концептуальні метафори, які ми об'єднали в групи, кожна з яких відповідає за певний архетип та навіює потрібні для політика настрої серед слухачів.

ТАБЛИЦЯ 1

Групи концептуальних метафор виявлених
у промовах М.Тетчер

№	Метафоричні вирази	Кількість	Процентне співвідношення
1.	Людина	10	23,3%
2.	Війна	9	20,9%
3.	Будівництво	8	18,6%
4.	Дорога	7	16,3%
5.	Торгівля	4	9,3%
6.	Мистецтво	3	6,9%
7.	Змагання	2	4,7%

Одними з численних є групи концептуальних метафор СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ЛЮДИНА та СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ВІЙНА. Використання воєнної метафори було ефективним ходом у підтримці іміджу „залізної леді”. М.Тетчер керувалася принципом "виключення" більше, ніж "охоплення"; замість компромісу і зближення віддавала перевагу поділу на дві частини - "своїх" і "чужих" [5].

Можна визначити метафор вживання у двох сферах: щодо опозиційних сил як у середині держави, так і усьому світі, та економічній сфері.

Хто належав до групи „чужі”, вона порівнювала з руйнівниками: *destroy our ideas* [Speech to Congress]. У той час Маргарет Тетчер та її команда мали бути захисниками народу та миру: *the frontier of freedom cuts across our continent... the defense of that frontier is vital* [Speech to Congress]; *the winning of peace* [Speech to Scottish Party Conference]. Політика, економіка виглядали як поле битви. Це було абсолютно вигідно Маргарет Тетчер, адже люди за своєю психологією надають перевагу перебувати у таборі переможців, а не переможених.

Образ людини в промовах Маргарет Тетчер пов'язаний з будовою тіла людини, етапами її життя та її здоров'ям, а відтак етапами розвитку суспільно-політичного життя та здоров'ям усієї нації, її багатством. Можна припустити, що будь-яка загроза політичної стабільності оцінюється, як смертельна небезпека від якої потрібно шукати ліки, що проявляється в групі метафор СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ЛЮДИНА.

Група концептуальних метафор СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ЛЮДИНА можна поділити на підгрупи: 1) Суспільні проблеми – хвороби; 2) суспільні процеси – процеси життєдіяльності; 3) вирішення проблем – лікування.

У своїй передвиборчій кампанії у 1979 році Маргарет Тетчер ототожнює правління Лейбористської партії, яка підвищила податки і не дає розвиватись малим підприємствам, з довготривалою хворобою, яку потрібно лікувати:

So the first step to recovery therefore is to lower tax on earnings [Speech in Finchley].

Структура суспільства порівнюється з структурою тіла людини: *such a disparate body of nations will of necessity always be weak and ineffective* [Speech at 40th Anniversary Session of UN General Assembly]. Поява нових політичних та економічних установ ототожнюється з народженням дитини:

ТАБЛИЦЯ 2

Групи концептуальних метафор виявлених у виступах Ю.Тимошенко

№	Метафоричні вирази	Кількість	Процентне співвідношення
1.	Людина	18	32,7%
2.	Будівництво	13	23,6%
3.	Дорога	10	18,2%
4.	Війна	9	16,4%
5.	Гра	3	5,5%
6.	Дика природа	2	3,6%
7.	Всього	55	100%

Mr. President, as the idealism and freshness which accompanied the United Nation's birth has been tested in the school of life, it was inevitable that we should suffer disappointments [Speech at 40th Anniversary Session of UN General Assembly].

На відміну від метафори війни, метафори пов'язані з людиною викликають виключно позитивні відчуття у слухачів.

У порівнянні Юлія Тимошенко надає перевагу метафорам з позитивною конотацією. У її виступах переважають концептуальні моделі пов'язані з людиною, будівництвом та дорогою.

Вирази пов'язані з образом людини так само як і в промовах Маргарет Тетчер можна поділити на 3 підгрупи: 1) Суспільні проблеми – хвороби; 2) суспільні процеси – процеси життєдіяльності; 3) вирішення проблем – лікування.

Юлія Тимошенко зображує проблеми як хвороби, які тільки вона здатнавилікувати:

Ми отримали економіку з температурою 40 градусів, з кашлем, з нежиттю (Інтерв'ю Ю.Тимошенко телеканалу "1+1" 13 квітня 2008 р.).

Політична зрада перетворюється в українському політикумі на інфекційну хворобу і, до речі, ми ще не з'ясували, яким способом вона передається. Одне скажу – на жінок ця хвороба не розповсюджується (виступ Юлії Тимошенко на завершальному круглому столі у Президента 3 серпня 2006).

Таким чином Юлія Тимошенко не лише проводить нещадну критику щодо опонентів, а й емотивно впливає на свідомість слухачів.

У своїх виступах Юлія Тимошенко та її блок виступає як архітектор, що будує справедливість, правосуддя, нову країну. Наприклад, у виступі Юлії Тимошенко на завершальному круглому столі у Президента 3 серпня 2006 року:

Думаю, потрібно звикати до опозиційної оцінки – це також є проявом демократії, яку ми будемо в країні.

Метафори цієї групи мають переважно позитивну конотацію. Вони позначають початок позитивних процесів, стабілізацію. Все ж, Тимошенко використовує їх до своїх опонентів, надаючи їм негативного забарвлення. Наприклад, під час розмови з Сергієм Рахманіним у прямому ефірі Радіо Свободи:

Об'єднуючим цементом у цих союзах є не ідеологія, не мета, не цінності, а колосальні фінанси, які, як виявилось, можуть бути непоганим цементом (6 серпня 2006р.)

Окрім вербальних засобів впливу на свідомість Маргарет Тетчер та Юлія Тимошенко використовують ще один ефективний засіб нейролінгвістики – якір - це все, що викликає емоційний стан, кольори, зображення. Вони є настільки очевидними і широко розповсюдженими, що люди часто не помічають їх – і цим користується політична пропаганда.

Психологами доведено, що використання домашніх тварин, дітей, сімейних фотографій під час реклами викликають у реципієнтів виключно позитивні емоції. Так Маргарет Тетчер використовувала чужого песика для того щоб перед камерами прогулялись з ним вздовж берега [4].

Юлія Тимошенко теж використовує широко візуальні якори. Наприклад, її одяг та зачіска викликають у свідомості багато символів, які

формувались в українців з давніх часів. Коса завжди асоціювалась з українськими традиціями, таким чином вона підкреслює свою любов та належність до української нації. Крім того, коса може асоціюватись з німбом над головою, що прирівнює політика до святої, яка прийшла врятувати країну від кризи. Якщо взяти до уваги вибір кольорової гами одягу, то у більшості випадків він має світлі відтінки, які означають чистоту, прозорість і викликають позитивні емоції. Ця стратегія теж підтверджується у словах політика. Наприклад: „*Ми розпочинаємо процес очищення країни і я зроблю все для того, щоб брудні, тінюві гроші ніколи більше не були ключовим фактором української політики* (Звернення прем'єр-міністра України Юлії Тимошенко до українського народу 20 грудня 2007р.)

Отже, за допомогою лінгвістичних засобів (метафор) та візуальних якорів М. Тетчер та Ю.Тимошенко впливають на слухачів, надають певній інформації бажаного для них забарвлення. Кожне слово, кожна граматична структура, тим чи іншим чином впливає на свідомість людини, викликає певну реакцію, спонукає до певних дій чи висновків. Маргарет Тетчер та Юлія Тимошенко підбирають слова та метафори, за допомогою яких вона може змінити ставлення об'єкту до того що говориться, до певних подій чи регулювати його діяльність. Текст та візуальні образи можуть

впливати на різні рівні людської свідомості, при цьому виконуючи різні форми перебудови цієї свідомості. Різноманітні засоби маніпулювання свідомістю людей широко застосовується політиками та засобами масової інформації, тому необхідно розрізнати суттєву інформацію від нав'язуваних поглядів.

References

- [1] Біденко А. Нейролінгвістичне програмування як засіб політичної реклами/Вісник Черкаського університету. – 2004. – Вип.4. – С. 5 – 9.
- [2] Веницкович Р.М. Введение в языкознание. Вып. 2. Лексикология. – М. – 1997. – 96с.
- [3] Потебня А.А. Слово и миф. – М.: "Правда", 1989. – 623с.
- [4] Почепцов Г. Информационные войны. Основы военно-коммуникативных исследований. – Ровно: ППФ „Волинські береги”, 1999. – 350с.
- [5] Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність [на матеріалах сучасної газетної публіцистики]: Монографія/ За ред. В.Різуна./ Київ наук. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2002. – 392с.
- [6] <http://www.margarethatcher.org>
- [7] <http://www.tymoshenko.org.ua>

Аналіз семантики біблеїзмів *apple, bread* та *wine*

Галина Міхневич

Національний університет “Острозька академія”, УКРАЇНА, м. Острог, вул. Семінарська, 2, E-mail: halinka2006@hotmail.com

Abstract – Semantic peculiarities of biblical vocabulary, which is used for denoting the name of food, such as bread, wine, and apple, are analyzed and systematized in the article. The review of scientific researches devoted to the topic, and the review of different dictionaries are presented. As a result, it is possible to study semantics and etymology of chosen words, and to shed the light on some biblical myths by proving their mistaken interpretations nowadays.

Ключові слова – semantics, biblical vocabulary, etymological units, idiomatic/phrasal units, synonyms, synonymic row.

“Людина є тим, що вона їсть”, – виголосивши це, німецький філософ-матеріаліст Фейєрбах був упевнений, що цим твердженням він покінчив з усіма ідеалістичними переконаннями про природу людини. Насправді ж він, може, чи не найкраще з'ясував релігійну сутність людини, бо таке саме визначення людини ще до Фейєрбаха було дане у Святому Письмі. У біблійному оповіданні про створення світу людина показана, насамперед, як істота споживаюча, а весь світ – як її пожива. За змістом книги Буття, відразу після благословення множитись та владарювати Землею Бог наполягає, аби людина

споживала з плодів землі: “Оце дав Я вам уся ярину, що розсіває насіння, що на всій землі, і кожне дерево, що на ньому плід деревний, що воно розсіває насіння, – нехай буде на їжу це вам!” [1 М. 1:29]. Щоб жити, людина мусить їсти: вона повинна прийняти світ у своє тіло та перетворити його у собі на плоть й кров. Людина справді є тим, що вона їсть, а весь світ – святкова трапеза. Цей образ святкового бенкету, яким пройнята вся Біблія, й є центральний образ життя. Образ, що супроводжує життя при його створенні, кінці й сповненні: “...щоб ви в Царстві Моїм споживали й пили за столом Моїм” [Лк. 22:30].

У даній статі проаналізовано такі біблеїзми, як *apple, bread* й *wine*. Ці біблеїзми належать до біблійної лексики, яка використовується на позначення продуктів харчування, але у повсякденному житті ці слова практично втратили своє релігійне значення та набули інших значень.

Для того, щоб визначити семантику біблеїзмів *apple, bread* й *wine* звернемося до тлумачних та перекладних словників. Так, словники “The World Book Dictionary” та “Новий англо-український словник” подають такі значення біблеїзму *wine*: