

## **ПРАГМАТИЧНИЙ ЕФЕКТ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ У ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВАХ ПРЕЗИДЕНТА США БАРАКА ОБАМИ**

*У статті розглянуто різні погляди щодо класифікації стилістичних засобів. На основі однієї з класифікацій, здійсненої за певними параметрами, систематизовано стилістичні засоби в політичних промовах Барака Обами та проаналізовано кожен стилістичний засіб зокрема. Описано вплив відповідних засобів на адресата та виявлено, які прагматичні цілі досягаються в результаті використання відповідних засобів.*

**Ключові слова:** стилістичний засіб, іронія, метафора, антитеза, гіпербола, наростання, порівняння.

**Постановка наукової проблеми та її значення.**Окремі непрямі номінативні одиниці актуалізують змістово-сміслову інформацію в макротексті промови і сприяють нав'язуванню адресатові (американському виборцю) певної ідеологічної оцінки, яку постулює адресант (американський президент). З цієї точки зору актуальним стає розгляд стилістичних засобів непрямої номінації та їх прагматичний ефект в політичних промовах президента Б.Обами.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Основою непрямої номінації, як відомо з теоретичних досліджень лінгвістів І.В. Арнольд[1], І.Р. Гальперіна [2;3], О.М. Мороховського [5], К.І. Омельченко [6], О.В. Фурсової[8] та інших, є семантична транспозиція (метафорична, метонімічна та інші). Відповідно до характеру семантичного зсуву топікально-маркованої лексики, за основу аналізу взято типотопікальної номінації, а саме: наростання (градація), іронія, метафора, метонімія, антитеза, розрядка, евфемізм, синонім, гіпербола, порівняння, цитація, літота, мейозис, епітет, зевгма, оксюморон.

Існують різні погляди щодо класифікації стилістичних засобів [1; 2; 3; 5; 6; 8 та інші]. Так, О.М. Мороховський стилістичні засоби поділяє на стилістичні прийоми та експресивні засоби семасіології. Під стилістичнимиприйомами він розуміє фігури суміжності (фігури тотожності – порівняння, синоніми-уточнювачі, синоніми-замішувачі), фігури нерівності (наростання, розрядка, зевгма), фігури протилежності (антитеза, оксюморон) [5:183], а під експресивними засобами семасіології – фігури заміщення: фігури кількості (гіпербола, мейозис) та фігури якості (метафора, метонімія, іронія). Відповідно, мейозис включає літоту, до метонімії належать, згідно з цієї класифікації, евфемізм, перифраз(а), синекдоха [5: 163]. І.Р. Гальперін вважає евфемізми та перифразу стилістичними прийомами опису явищ і предметів [2: 175], а епітети відносить до фігур протилежності логічних та емоційних значень [2:175]; до стилістичних прийоміввіднесено також і цитацію [3:187].

**Мета статті** полягає в дослідженні прагматичного впливу стилістичних засобів президента Б. Обами на рівні мікроструктури дискурсу політичної промови.

**Матеріалом** дослідження слугувала вибірка промов президента США Б. Обами з офіційного сайту Білого дому [www.whitehouse.gov](http://www.whitehouse.gov) за роки його президентського правління за ознаками політичної промови (монологічного публічного мовлення). Для аналізу відібрано 152 промови (81 на офіційних зустрічах Б. Обами та 71 промова під час його неформальних зустрічей), в яких президент торкався актуальних питань соціально-економічного, суспільно-політичного і культурного життя Сполучених Штатів Америки в досліджуваній період.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Стилістичні засоби президента Б. Обами в політичних промовах, посилаючись на класифікацію О.М. Мороховського [5], згруповані за такими параметрами:

- 1) фігури якості – іронія, метафора, метонімія, евфемізми, епітети;
- 2) фігури кількості – гіпербола, мейозис, літота;
- 3) фігури тотожності – порівняння, синоніми, цитатія;
- 4) фігури нерівності – наростання, розрядка, зевгма;
- 5) фігури протилежності – антитеза, оксюморон.

**Фігури якості** утворюють найбільшу групу – 288 випадків застосування, що становить 49 % від загальної кількості засобів непрямой топікально-маркованої номінації.

**Іронія** посідає перше місце в ієрархії стилістичних фігур якості (87 випадків застосування, що становить 15 % від загальної кількості засобів непрямой топікально-маркованої номінації). Наприклад, Б. Обама іронічно ставиться до сенатора Джона Керрі, якого призначає на посаду Державного секретаря США. Президент стверджує, що ніщо так не зближує людей, як дебати. Це сприймається аудиторією зі сміхом: *But of course nothing brings two people closer together than weeks of debate prep* (Laughter) (Remarks by the President at Nomination of Senator John Kerry as Secretary of State, Roosevelt Room, Washington, D.C., December 21, 2012).

**Метафори** (76 випадків вживання у промовах Б. Обами, що становить 13 %) зустрічаються у великій кількості промов, що свідчить про схильність президента до прихованих порівнянь та про ухиляння від прямого називання певних речей.

Викликання різного роду емоцій в потенційного електорату завжди було одним із основних завдань політичних лідерів, тому помітним явищем є використання Б. Обамою у метафорах різних частин тіла. Вживаючи назви частин тіла в переносному значенні, президент намагається передати свої емоції та викликати певні почуття в реципієнта. Звернення до частин тіла має ефективний вплив на адресата через здатність реципієнта ототожнювати й асоціювати використані адресантом соматичні одиниці зі своїми власними. Наприклад, Б. Обама використовує метафору *beating heart of our economy*, в якій *heart* має значення рушійної сили, двигуна та центру, а також – метафору *backbone*, де середній клас він прирівнює зі спинним хребтом (осовною): *Step by step, what we've tried to do is to, even as we were dealing with the immediate crisis, look at not the next election but look at the next generation, and say to ourselves, what's really going to make a difference in terms of growing a middle class that is the backbone, that is the beating heart of our economy, and giving access to people <...>* (Remarks by the President at Dinner Reception for Congressman Sestak, Pennsylvania Convention Center, Philadelphia, Pennsylvania, September 20, 2010).

Таким чином, метафора в політичних промовах Б. Обами дозволяє йому відійти від не зовсім зручних для нього термінів і понять та представити їх аудиторії завуальовано в зовсім іншому, вигідному для себе світлі [7: 121– 122].

**Метонімія** (68 контекстів, що становить 11 %) у політичних промовах президента Б. Обама використовується для досягнення прагматичних цілей, виражаючи, як правило, узагальненість, неконкретність, що сприяє створенню ефекту масовості та переконує аудиторію в правильності сказаного. Так, у своїй промові про ситуацію в Лівії президент використовує метонімію *the United States*, яка сприяє усвідомленню адресатом спільного ворога: *Inthefaceofthisinjustice, the United States and the international community moved swiftly* (Remarks by the President on the Situation in Libya, East Room, Washington, D.C., March 18, 2011). Також словами *the United States* та *international community* президент виражає певну узагальненість і неконкретність структур, які схвалюють вторгнення військових сил до Лівії; тим самим зростає рейтинг підтримки дій Б. Обама щодо операції в цій країні.

Стосовно **евфемізмів** (36 контекстів, що становить 6 %), то вони зустрічаються переважно в промовах про вшанування героїв війни (*restineteral peace= bedead, tofall= todie*). Цікавим також є евфемізм Б. Обама *economic patriotism*. Ймовірно, що президент увів цей термін як евфемізм для того, щоб облагородити практику сплати більшої кількості податків та ототожнити цей процес із патріотизмом. Авторський евфемізм *economic patriotism* сприяє позитивному сприйняттю запропонованої президентом податкової реформи: *<...> if we rally around a new sense of economic patriotism, a sense of how we build an economy from the middle out and give ladders of opportunity for everybody who is willing to work hard – we will strengthen the middle class, we'll keep moving forward* (Remarks by the President at a Campaign Event – Denver, CO, Sloan's Lake Park Denver, Colorado, October 04, 2012).

**Епітети** застосовано в 21 топікально-маркованому контексті, що становить 4 %. Наприклад, в одній зі своїх промов президент уживає епітет *bitter* до *experience*, який, з одного боку, характеризується негативною семантикою, а з іншого, – спонукає адресата до подальших дій, указуючи на іменник *experience* і створюючи при цьому певну емоційну протилежність: *Because what we'velearned from bitter experience –from the wars that were not prevented, thein no centlives that were not saved – is that all that's necessary for-evil to triumph is that good people and responsible nations stand by and do nothing* (Remarks by the President at Dedication of the Ronald H. Brown United States Mission to the United Nations Building, USUN Building NewYork, NewYork, March 29, 2011).

**Фігури нерівності** утворюютьдругу групу за кількістю контекстних реалізацій – 94 випадки застосування, що становить 16 % від загальної кількості засобів непрямой топікально-маркованої номінації.

**Наростання** (градація, англ. *gradation*) як стилістичний прийом полягає в певному співставленні декількох компонентів виразу до одного референта в порядку наростання експресивності, емоційної напруги [5: 190]. Часте вживання цього стилістичного засобу в політичних промовах Б. Обама (52 випадків застосування, що становить 9 %) свідчить про намагання президента підвищити ступінь емоційності в адресата.

Наростання у промовах Б. Обама часто зустрічається у виступах із вшанування героїв війни. Президент хоче викликати почуття гордості за своїх солдат, відповідальності та любові до Америки: *It's another opportunity to say to our Vietnam veterans what we should have been saying from the beginning: You did your job. You served with honor. You made us proud. You came home and you helped build the America that we love and that we cherish* (Remarks by the Presidentat WoundedWarrior Project Soldier Ride, South Lawn, Washington,

D.C., April 20, 2012). Тут кінцева (найвища) точка наростання – спонукання реципієнта до розбудови країни та любові до Америки, яка була створена значною мірою завдяки їх зусиллям [7: 128– 129].

**Розрядка** (англ. *Anticlimax* ‘антиклімакс’) як стилістичний прийом, який полягає в такому розташуванні виразу, де кожен наступний елемент характеризується спаданням [5: 191], у промовах Б. Обами зустрічається в 41 контексті, що становить 7 %. Притаманна розрядка промовам щодо війни, з питань економіки, церемоніальним промовам: *So at a time like this, we’ve got to ask ourselves a central, fundamental question as a nation: What do we have to do to make sure that America is a place where, if you work hard, if you’re responsible, that that hard work and that responsibility pays off?* (Applause) *And the reason it’s important to ask this question right now is because there are alternative theories* (Remarks by The President on the Economy, Florida Atlantic University, Boca Ration, Florida, April 10, 2012). Президент позиціонує себе прибічником того, що гроші повинні даватися за важку працю та відповідальність. Після риторичного запитання, де він порушує цю проблему, сліднують оплески аудиторії, а потім розрядка, де президент пропонує альтернативні шляхи розв’язання цієї проблеми.

Серед фігур нерівності виявлено лише один випадок використання президентом **зевгми**. Президент Б. Обама, розповідаючи про подвиги американського солдата на велосипеді, використовує у своїй промові **зевгму**, вживання якої підкреслює значущість цієї поїздки для усіх поранених воїнів як у матеріальному, так і в духовному планах: *So he jumped on hi sbike and rode across the country – over 5000 miles – to raise funds and awareness for our wounded warriors* (Remarks by the President Welcoming the Wounded Warrior Project’s Soldier Ride, South Lawn, Washington, D.C., May 04, 2011).

**Фігури тотожності** утворюють третю групу за кількістю контекстних реалізацій – 82 випадки застосування, що становить 14 % від загальної кількості засобів непрямої топікально-маркованої номінації [7: 130].

**Порівняння** серед фігур тотожності посідають вагоме місце – 24 контексти вживання порівнянь, що становить 4 %. Наприклад, президент в одній із своїх промов, порівнюючи свободу з водою, що тече, підтверджує своє позитивне ставлення до демократичних цінностей: *And we should – stood shoulder to shoulder – year after year, decade after decade – untilan Iro Curtain was lifted, and freedom spread like flowingwater* (Remarks of President Barack Obama, Hradcany Square, Prague, Czech Republic, April 5, 2009). Таким художнім порівнянням Б. Обама вказує на невідворотність процесу поширення свободи.

**Цитатія** (22 контексти цитувань, що становить 4 %) у політичних промовах Б. Обами використовується здебільшого з метою уникання відповідальності за свої висловлювання або ж підвищення цінності аргументів цитуванням визначних людей. Наприклад, у промові про ядерну безпеку президент цитує відомого фізика Альберта Ейнштейна, який у свій час переїхав до США та став національною гордістю держави через свої винаходи у сфері ядерної енергетики: *At the dawn of the nuclear age the helped to unleash, Albert Einstein said: “Now everything has changed...” And he warned: “We are drifting towards a catastrophe beyond comparison. We shall require a substantially new manner of thinking if mankind is to survive”* (Remarks by the President at the Opening Plenary Session of the Nuclear Security Summit, Washington, D.C., April 13, 2010). Цитуванням Ейнштейна Б. Обама зближує себе з народом, поділяючи великий авторитет американського вченого [7: 132– 133].

**Синоніми** (36 контекстів уживання синонімів, що становить 6 %) допомагають Б. Обамі наголосити на ключових поняттях, які він хоче донести до аудиторії. Так, наприклад, президент уникає повторення слова *review*, вживаючи синонім *assessment*, що доповнює й уточнює значення *review*, і тим самим акцентує увагу виборців на оцінці своєї діяльності: *Today, I want to update the American people on our review – our assessment of where west and areas where we need to do better. I want to be clear* (Statement by the President on the Afghanistan-Pakistan Annual Review, James S. Brady Press Briefing Room, December 16, 2010).

**Фігури протилежності** утворюють четверту групу за кількістю контекстних реалізацій – 73 випадки застосування, що становить 12 % від загальної кількості засобів непрямой топікально-маркованої номінації.

**Антитеза** є характерним для політичних промов Б. Обами стилістичним засобом (72 контекстів вживання антитези). Антитеза – це стилістична фігура, побудована на підкресленому протиставленні протилежних думок, понять, образів, значень, що виражені різноманітними мовними одиницями [4].

У промовах президента Б. Обами антитеза, як правило, виражається за допомогою синтаксичних конструкцій, у яких присутнє явище протиставлення, а також може виражатися за допомогою антонімів. У дискурсивному топікально-маркованому контексті – *This is the beginning – but not the end – of our effort to wind down this war* (Remarks by the President on the Way Forward in Afghanistan, East Room, Washington, D.C., June 22, 2011) – Б. Обама, з одного боку, заперечує одну частину речення іншою за допомогою синтаксичної конструкції *this is ... but not*, а з іншого – експлікує антитезу антонімами *the beginning* і *the end*. Шляхом застосування антитези адресатунав'язується думка про бажання президента завершити війну в Афганістані, хоча непрямю натякається на те, що зусилля, направлені на розв'язання проблеми війни, лише починаються. Таким чином, президент за допомогою антитези маніпулятивно відтягує завершення війни, хоча нібито й акцентує увагу на її завершенні [7:133–134].

Що ж до **оксюмору**, то було помічено лише один випадок його вживання у промовах президента Б. Обами: оксюморон було застосовано на Церемонії по врученню медалей з нагоди 50-річчя В'єтнамської війни: *And of course, some of the thing slept here have special meaning, known only to the veterans – a can of beer; a packet of M&Ms; a container of Spam; an old field ration still good, still awful*. (Laughter) (Remarks by the President at the Commemoration Ceremony of the 50th Anniversary of the Vietnam War, The Vietnam War, Memorial, National Mall, Washington, D.C., May 28, 2012). Задля створення гумористичного ефекту президент використовує поєднання прикметників *good* і *awful*. Прикметником *good* по відношенню до *an old field ration* президент прагне навіть спільні гарні спогоди про харчування під час війни у В'єтнамі (прикметник *good* ще може означати у даному випадку «в межах терміну придатності»), яка досі існує в уяві ветеранів, а прикметником *awful* намагається вже реалістично змалювати ту саму польову їжу, яка була насправді жахливою, і смак якої досі залишається в пам'яті ветеранів війни. Таке поєднання викликає сміх в аудиторії та певною мірою відчуття ностальгії за тими часами.

**Фігури кількості** – гіпербола, мейозис, літота – утворюють останню, п'яту групу за кількістю контекстних реалізацій – 54 випадків застосування, що становить 9 % від загальної кількості засобів непрямой топікально-маркованої номінації.

**Гіпербола** зустрічається у 29 контекстах. Б. Обама використовує гіперболу для мотивації американського народу. Так, у промові про ситуацію в Афганістані президент переконує американський народ у єднанні, поетично використовуючи гіперболи *no hill is too steep* та *no horizon is beyond our reach*, які більше переконують адресата у вище згаданих відчуттях: *For our nation draws strength from our differences, and when our nation is strong no hill is too steep, no horizons beyond our reach* (Remarks by the President on the Way Forward in Afghanistan, East Room, Washington, D.C., June 22, 2011) [7: 135–136].

Водночас президент Б. Обама використовує у своїх промовах й іншу фігуру кількості – **мейози** (6 випадків уживання). Наприклад, у своїй інавгураційній промові Б. Обама вживає фразу *Forty-four Americans have now taken the presidential oath* (President Barack Obama's Second Inaugural Address, Washington, DC, January 20, 2008). Тут применшуються заслуги самого президента: Б. Обама навмисно занижує значення свого президентства. При цьому збільшується значення традиції, згідно якої він став спадкоємцем ексклюзивного «клубу», до якого входять колишні президенти США. Якщо би Б. Обама сказав *I am now the 44<sup>th</sup> American to have taken the presidential oath*, то таке твердження було би фактично правильним, але не було уже мейозисом.

Ще одна фігура кількості – **літота** (19 контекстів уживання) – відіграє не менш важливу роль, ніж гіпербола у досягненні прагматичних цілей президента. Наприклад, для того, щоб викликати довіру в аудиторії в одній зі своїх промов Б. Обама вживає літоту *a candidacy as imperfect as my own: Contrary to the claims of some of my critics, black and white, I have never been so naive as to believe that we can get beyond our racial divisions in a single election cycle, or with a single candidacy – particularly a candidacy as imperfect as my own* (Remarks of Senator Barack Obama: “A More Perfect Union”, Philadelphia, PA, March 18, 2008)[7: 137].

**Висновки та перспективи подальшого дослідження.** Отже, стилістичні засоби в політичних промовах Б. Обами сприяють пом'якшенню негативності повідомлюваного або інакшої інтерпретації тих понять, які президенту небажано, невігдно або незручно називати безпосередньо. Часто вживання такого роду засобів дозволяє президентові уникнути небажаної реакції адресата, оскільки соціальні явища, які називаються із застосуванням таких стилістичних фігур, сприймаються аудиторією вже не так болісно. Деякі стилістичні засоби, як іронія зокрема, викликають в аудиторії сміх, а інші, такі, як розрядка і наростання, знімають напругу та додають адресату мотивації. Застосування відповідних засобів супроводжується позитивними емоціями, а іноді оплесками адресата, що свідчить про вміння президента передбачити підходи до аудиторії та відчувати її настрої.

Таким чином, стилістичні фігури, застосовані у політичних промовах Б. Обами, відіграють важливу роль і для самого президента, адже впливають на формування бажаного президентові іміджу.

Перспективами подальших досліджень може стати класифікація фігур експресивного синтаксису як засобів реалізації іміджу президента Б. Обами в його політичних промовах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык : учеб.для вузов / И.В. Арнольд – М. : Флинта : Наука, 2002. – 384 с. – (5-е изд., испр., доп.).

2. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка / И.Р. Гальперин. – М.: Высшая школа, 1981. – 334 с.
3. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка/ И.Р. Гальперин. – М., 2012. – 376 с. – (Серия “Лингвистическое наследие XX века”; изд. 2, испр.).
4. Капелюшний А.О. Стилистика і редагування [Електронний ресурс] / А.О. Капелюшний // Практичний словник-довідник журналіста. – Львів : ПАІС, 2002.– Режим доступу : [kovalenko.ucoz.ru/Kapeliushnyi\\_Stylistyka\\_i\\_redahuvannya\\_Prakt\\_](http://kovalenko.ucoz.ru/Kapeliushnyi_Stylistyka_i_redahuvannya_Prakt_).
5. Мороховский А.Н. Стилистика английского языка / А.Н. Мороховский, О.П. Воробьева, Н.И. Лихошерст, З.В. Тимошенко. –К.: “Высшая школа”, 1984. – 248 с.
6. Омельченко Е.И. Стилистика с точки зрения когнитивной парадигмы: сб. науч. тр. / Е.И. Омельченко // Когнитивная парадигма. – Пятигорск:Пятигорскийгосударственный университет,2000. – С. 165-174.
7. Тхір М.Б. Створення іміджу президента в американському політичному дискурсі : лінгвокогнітивний та комунікативно-когнітивний аспекти (на матеріалі політичних промов Барака Обама) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Маркіян Богданович Тхір. – Херсон, 2014. – 295 с.
8. Фурсова Е.В. Дискурсивные параметры стилистического приема антитезы : на материале англоязычного художественного текста : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Елена Викторовна Фурсова. – Москва, 2008. – 182 с.

**Тхір М.**, канд. филол. наук, доц.

Івано-Франківський університет права імені короля Даниїла Галицького, Івано-Франківск

### **ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ВЫСТУПЛЕНИЯХ ПРЕЗИДЕНТА США БАРАКА ОБАМЫ**

*В статье рассмотрены различные взгляды относительно классификации стилистических средств. На основе одной из классификаций, составленной по определенным параметрам, систематизированы стилистические средства в политических выступлениях президента США Барака Обамы и проанализировано каждое стилистическое средство в частности. Описано влияние стилистических средств на адресата и выявлено, какие прагматические цели достигаются в результате использования соответствующих средств.*

**Ключевые слова:** стилистическое средство, ирония, метафора, антитеза, гиперболы, нарастание, сравнение.

**Tkhir M.**, PhD, assistant professor

Ivano-Frankivsk university of Law, Ivano-Frankivsk

### **PRAGMATIC EFFECT OF STYLISTIC MEANS IN THE US PRESIDENT BARACK OBAMA'S POLITICAL SPEECHES**

*The article highlights different views of the classification of stylistic means. On the basis of one of the classifications worked out according to certain criteria in President Barack Obama's*

*political speeches the stylistic means were systemized and each stylistic means was analyzed in particular. The author describes the influence of the stylistic means on the addressee and pragmatic aims which are achieved as a result of using them.*

**Keywords:** *stylistic means, irony, metaphor, antithesis, hyperbole, gradation, simile.*

УДК 811.161.2'371'27

**Шкіцька І.Ю.**, д-р філол. наук, доцент

Тернопільський нац. економічний унт, Тернопіль

## **РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СПОНУКАЛЬНИХ ВИСЛОВЛЮВАНЬ У ПОЕЗІЇ Т.Г. ШЕВЧЕНКА**

*Статтю присвячено дослідженню спонукальних висловлювань на матеріалі поетичних творів Т.Г. Шевченка. Виявлено значення й функції спонукальних висловлювань, виокремлено їх види, з'ясовано особливості звертань у складі спонукань, визначено залежність тематики й ступеня категоричності висловлювання від його адресної спрямованості та стосунків між учасниками комунікативної ситуації.*

**Ключові слова:** *спонукальне висловлювання, мовленнєвий жанр, адресат, звертання, комунікативний прийом.*

Сучасна лінгвістика зосереджена на вивченні мови з проекцією на людину, мови як діяльності, інструменту досягнення мети спілкування, тому вивчення різних аспектів функціонування мовних засобів є актуальним і відповідає тенденціям вітчизняної та зарубіжної мовознавчої науки.

Об'єктом нашої наукової розвідки стали спонукальні висловлювання – «волюнтативні» відношення, що стимулюють виконання певної дії, спрямовані на зміну або збереження існуючої ситуації. Висловлюючи спонукування, мовець повідомляє про свою волю й очікує від слухача дій відповідно до змісту повідомленого.

Незважаючи на великий доробок українських учених у вивченні прямих і непрямих спонукальних висловлювань (Л.В. Бережан [1], Н.В. Швидка [4], С.В. Мясоєдова [3] та ін.), актуальними залишаються питання дослідження аспектів їх функціонування в різних типах дискурсу з урахуванням адресної спрямованості, мети спілкування, стосунків між учасниками комунікації та інших мовних і позамовних чинників.

Інтерпретація спонукальних висловлювань залежить від пріоритетності / непріоритетності позиції мовця, облігаторності / необлігаторності каузованої дії, від того, на користь якого з комунікантів спрямована дія. Семантичний вид спонукального висловлювання корелює зі стосунками між учасниками інтеракції: якщо мовець залежить від адресата, спонукальні висловлювання категоричніші, ніж тоді, коли такої залежності немає. До того ж прихильність мовця до адресата робить спонукальні висловлення менш категоричними.