

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Баранов А.Н. Политический дискурс: прощание с ритуалом? / А.Н. Баранов // Человек. – 1997. – № 6. – С. 108.
2. Бебик В. К проблеме коммуникации и ее функции в обществе / В. Бебик // Персонал. – 2004. – № 3. – С. 28–33.
3. Нагорна Л.А. Політична мова і мовна політика (діапазон можливостей політичної лінгвістики) / Л.А. Нагорна. – К., 2005. – 316 с.
4. Петренко В.В. Політична мова / В.В. Петренко. – К., 2005. – 216 с.
5. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М., 2002. – 214 с.
6. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале : когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) / А.П. Чудинов. – Екатеринбург, 2001. – 310 с.

**Світлана Тхоровська**  
(Львів)

### ФУНКЦІОНУВАННЯ ЦИТАТНОГО МОВЛЕННЯ В ІДЕОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ АНГЛОМОВНИХ РЕДАКЦІЙНИХ СТАТЕЙ

*Проаналізовано специфіку функціонування цитатного мовлення у текстах англomовних редакційних статей, автором яких є колективний мовець. Розглянуто способи модифікації цитат та їхню роль у здійсненні впливу на переконання адресата.*

**Ключові слова:** ідеологічний дискурс, цитатне мовлення, колективний мовець, редакційна стаття, модифікація цитати.

*Проанализирована специфика функционирования цитатной речи в текстах англоязычных редакционных статей, автором которых выступает коллективный говорящий. Рассмотрены способы модификации цитат и их роль в осуществлении влияния на убеждения адресата.*

**Ключевые слова:** идеологический дискурс, цитатная речь, коллективный говорящий, редакционная статья, модификация цитаты.

*The article focuses on the peculiarities of quotational speech in the texts of English editorials which are signed by a collective speaker – the addresser who speaks on behalf of the entire editorial board expressing the point of view of the newspaper. It reflects the addresser's attitude and contributes to shaping a similar mental model of the event in the addressee's mind. Quotational speech represents a source of intertwined semantic and pragmatic information whose primary goal is to serve as a means of evidentiality, a way to ensure the accuracy and reliability of information. This goal is often achieved due to the modification of quotations, which manifests itself in the specification, accentuation and increment of meaning. Specification presupposes the addresser's inference of the author's assumptions based on the process of implication. Accentuation brings to the fore the most loaded elements of the message. The increment of meaning is primarily aimed at producing a pronounced expressive effect. The sources of quotations are represented by the competent authorities, objects of discreditation, examples and illustrations, proverbs and allusions. The use of quotational speech in ideological discourse of editorials has a twofold function. On the one hand, it allows the addresser to shift the responsibility for the given information onto the cited source. On the other*

*hand, quotes contribute to creating the effect of objectivity thus optimizing the influence on the addressee's point of view.*

**Key words:** *ideological discourse, quotational speech, collective speaker, editorial, modification of quotation.*

Сучасній людині непросто орієнтуватись у світі, перенасиченому інформацією, відтак засоби масової інформації (ЗМІ) стають своєрідним путівником у розмаїтті довоколишніх подій. Вони допомагають виокремити найголовніші аспекти та інтегрувати їх у ідеологічну картину світу – фрагмент картини світу, який сконструйований системою ідеологічних переконань (див. [13]).

Вербалізуючи інформацію, автор статті – адресант – добирає ті засоби, які найвлучніше передають його точку зору на подію. З огляду на це розгляд тексту редакційних статей (які є матеріалом дослідження) як продукту мисленнево-мовленнєвої діяльності уможливило простежити специфіку застосування мовленнєвих тактик, завдяки яким відбувається реалізація ключових стратегій ідеологічного дискурсу – позитивної презентації „своєї” групи та негативного представлення „чужої”.

Мета статті – проаналізувати способи використання цитатного мовлення у текстах редакційних статей та визначити його функції у формуванні ідеологічної оцінки, яку постулює адресант – колективний мовець редакційної статті, адже усі мовні засоби, які він використовує в тексті, є, за висловленням Г. Кресса, індикатором ідеологічної системи, що реалізується в дискурсі [15, с. 43].

Проблема чужого мовлення перебуває у фокусі уваги дослідників вже досить давно (Р. Барт, М.М. Бахтін, І.А. Бехта, О.П. Воробйова, Ю. Крістева, Л.В. Мінаєва, С.Р. Caldas-Coulthard, M.L. Larson, M. Sternberg). На сучасному етапі питання різнобічного функціонування цитатного мовлення в ЗМІ аналізується у працях низки дослідників [1; 3; 6; 7]. У статті розглянуто роль цитатного мовлення як складового елементу ідеологічного дискурсу, спрямованого на донесення до адресата певної точки зору та переконання його у її правдивості.

Матеріалом дослідження обрано ті редакційні статті, яким властива колективна праця, автором яких є колективний мовець – адресант статті, який виступає від імені усієї редакційної колегії, а отже, і періодичного видання загалом, безпосередньо чи опосередковано висловлює погляд на предмет викладу, акцентуючи увагу на ключових ідеях тексту, підштовхуючи адресата до фор-

мування подібної оцінки події та її учасників та забезпечуючи таким способом реалізацію прагматичного завдання впливу. Адресат не лише отримує готову модель світу як результат пізнання, але й сам хід процесу пізнання [8]. Відтак редакційна стаття, відтворюючи колективну думку певного соціуму (газетного колективу), функціонує як зразок маніфестації ідеологічного дискурсу, оскільки в основі її творення лежить ідеологічна позиція мовця, яка експлікується (або імплікується) у тексті.

Мовний вплив багато у чому залежить від уміння максимально ефективно донести важливу інформацію, не знижуючи при цьому комунікативних властивостей висловлення. У цьому плані важливо з'ясувати засоби, що застосовуються для передачі мовлення іншого та водночас контролю над інформацією.

Цитатія постає як джерело тісно сплетеної семантичної та прагматичної інформації. Цитати слугують засобами евіденційності, способом навести авторитетні докази на підтвердження власної позиції, що має забезпечити надійність та достовірність інформації, адже їх підбирають так, щоб підтвердити чи спростувати певну думку. Цитатії як сигналу інтертекстуального зв'язку притаманна експліцитна маркованість, структурно-семантична тотожність з текстом-джерелом, вказівкою на автора [1, с. 9].

Цитати зазвичай подаються як пряма мова в лапках або включені у текст у вигляді непрямої мови, виконуючи як інформативну функцію, так і функцію впливу. Цитатному мовленню властива наявність двопланової інформації – фактуальної – цитата передає факти – та концептуальної, яка полягає у тому, щоб підштовхнути адресата до роздумів [3, с. 11], схилити до прийняття певної точки зору.

Вибір слів передбачає висловлення цінної пропозиції, що є частиною ментальної моделі адресанта на основі якої він описує ситуацію [4, с. 81]. Розуміння повідомлення зумовлене не лише словами, які адресант використовує, але й тими, яких він уникає, адже смисли завжди ситуативні і визначаються багатьма чинниками: ситуацією, світоглядом людини, її переконаннями, цінностями, знаннями тощо [9, с. 48]. Відтак вибір і адекватне використання мовної одиниці залежить як від інтенцій адресанта, так і від особливостей семантики слова. „Правильний” вибір сприятиме ефективнішому впливові на переконання адресата, скеровуючи його інтерпретацію у бажаному для адресанта напрямку.

З огляду на це, використання дієслів для передачі чужого мов-

лення становить особливий інтерес, оскільки дієловам притаманне сигніфікативне значення, вони здатні виступати у ролі рематичної домінанти, „беручи участь у тема-рема-тичному членуванні речення, забезпечуючи тим самим рух інформації” [2, с. 134]. До того ж значення дієслова – це своєрідний „макет речення”, згорнуте висловлення [5]. Тому вибір дієслова демонструє ставлення адресанта до предмета мовлення. Дієслово здатне імплікувати будь-яку думку, яку адресант прагне донести до адресата, не виражаючи її експліцитно [11, с. 199]. Особливу роль відіграють дієслова, які сприяють утворенню прагматичного контексту, накладаючи на висловлення імплікативно-оцінні параметри. Сюди належать дієслова пресупозиційного характеру (див. [11, с. 185–186]), які передають ставлення адресанта до ситуації: *to blame, to accuse, to condemn, to criticize, to denounce, to decry* тощо. Такі дієслова вже самі по собі перетворюються у авторські коментарі.

Показово, що висловлення, твердження, думки суб’єктів, які виступають агенсами негативних дій, вводяться дієловами, що містять директивну ілокутивну силу – *to demand, to threaten, to insist* тощо: “*Mr Assad will demand that the West concede him Lebanon and call off the murder investigations.*” З іншого боку, суб’єктів-агенсів позитивних дій або пацієнтів негативних дій супроводжують репрезентативні дієслова – *to say, to explain, to expect*: “*In a memo explaining the finding that Congo met the test for debt relief, the International Monetary Fund concedes that oil revenues continue to be diverted for other uses and do not reach the treasury.*”

Інструментом ідеологізації мовлення слугує модифікація цитат – конкретизація, акцентуація, прирощення смислу (див. [1, с. 14–16]). Конкретизація, зокрема, передбачає виведення авторських висновків, прогнозів тощо, які адресант виокремлює на основі процесу імплікації з цитованої інформації, та які спрямовують інтерпретацію адресата у потрібне русло: “*Some of those who supported Mr. Lopez Obrador’s post-election campaign, both in Mexico and in the United States, claimed their goal was to strengthen Mexico’s democracy*”. У цьому реченні адресант цитує тих, хто підтримував кандидата на посаду президента Мексики (не „нашого”), дистанціюючись від „їхніх” слів, імпліцитно ставлячи під сумнів „їхню” позицію та переконуючи адресата у правильності своєї. Цю тезу підсилює дейктичний маркер *those*. Імпліцитність підвищує впливовість тексту, адже адресат власноруч виводить цю інформацію,

робить відповідний висновок, а не отримує його у готовому вигляді [10, с. 118]. Невласне пряма мова дозволяє приписати судження зовнішньому адресатові, не містячи формальних маркерів для такої атрибуції [7], джерел, з яких такі висловлення були одержані, як-от у реченні *“Tehran also brazenly points out that, as the world’s largest producer of oil, any serious sanctions regime would have a deleterious effect on Western economies”*.

Акцентуація смислу виявляється в зміні співвідношення між окремими компонентами смислу цитації, коли на передній план висуваються найбільш значущі елементи повідомлення, що несуть посилене смислове навантаження в порівнянні з іншими складовими тексту: *“He said he has “no intention of allowing anyone to miss” the “historic opportunity” brought by Israel’s withdrawal from Gaza last summer”*. Смисл цитати визначений контекстом, у який вона вписана, відтак її вилучення з нього, її модифікація сприяє маніпулятивному ефектові [12, с. 11], адже адресант акцентує важливу на його думку інформацію.

Прирошення смислу простежуємо передовсім при використанні цитації, спрямованої на здійснення яскраво вираженого експресивного ефекту: *“But Fouad Siniora, the Lebanese prime minister, was hardly exaggerating when he said that his country, “full of hope and promise” a few weeks ago, “has been torn to shreds by destruction, displacement, dispossession, desolation, and death”*.

Ключовими джерелами цитування у досліджуваному матеріалі виступають передовсім 1) авторитетні у певній сфері органи, 2) об’єкти дисредитації, 3) приклади та ілюстрації, 4) прислів’я, алузії тощо [11, с. 117–121]. Розглянемо їхню дію на прикладах.

1. Авторитетні органи: такими джерелами слугують відомі, а отже такі, що заслуговують довіри, організації: *“the latest report on compliance from the International Atomic Energy Agency (IAEA)”*, *“The United Nations has described the carnage in Darfur as the world’s biggest humanitarian crisis”*, або просто „експерти”, анонімні джерела, що збільшує референційну невизначеність: *“most Iran-watchers”*, *“some nuclear scientists”*, *“according to a reliable report”*.

2. Об’єкти дискредитації: *“The Foreign Minister said that the aim was not to deny or confirm the Nazi killing of six million Jews, but to create an opportunity for thinkers “who cannot express their views freely in Europe about the Holocaust”*. У цьому реченні адресант іронічно цитує „їхню” групу, імплікуючи неможливість сприй-

няття іншої (аніж „нашої”) точки зору. Подібні цитати добираються таким чином, щоб адресат немовби власноруч приймав рішення стосовно правильної позиції, виводив його самостійно. Адресант, у свою чергу, лише подає йому матеріал, на базі якого він робить свої висновки. Проте, як бачимо з тексту, цей „матеріал” підтверджує лише точку зору адресанта.

3. Приклади: *“Even in solidly Shia or Sunni areas, there are conflicts between different factions and movements, as was illustrated this week when aggrieved tribesmen attacked the city council headquarters in Basra, British troops hovering uneasily on the edge of the fight”*. Наведення прикладів, ілюстрацій сприяє введенню фактологічної інформації, яка не вимагає доказів. Одним з найпоширеніших джерел цитування в межах цього аспекту слугують цифри, статистичні дані, що сприяє створенню ефекту об’єктивності: *“A country with more than 5 million people with HIV and a daily death toll exceeding 600”*, *“At least 200,000 dead and two million more driven from their homes”*. У таких контекстах цифрові дані слугують носіями оцінної інформації як засіб збільшення масштабності проблеми. Поширеним інструментом впливу виступає апеляція до загальноприйнятої думки (*vox populi*), введення „голосу народу”, коли певне судження подається як таке, яке підтримують усі: *“The phrase in any way opened the door to doing what most rational people know Hamas must do”*. Це створює ефект генералізації, сприяє розвитку стереотипного мислення. Такі висловлення ведуть до утворення ідеології консенсусу: усі погоджуються щодо певного питання і відповідні моделі поведінки сприймаються беззастережно [14, с. 48].

4. Прислів’я, алюзії тощо: *“the Pandora’s box”*, *“nuclear Armageddon”*. Такого роду висловлення слугують базою для експлікації оцінки та виникнення відповідних асоціацій: *“In neighboring Nicaragua, Sandinista leader and presidential candidate Daniel Ortega is also suffering from Mr. Chavez’s poisoned kiss”*. Відомо, що використання прецедентних феноменів дозволяє „стиснути” текст завдяки відсиланню до вже наявних у адресата знань і уявлень [6, с. 435]. Застосування такого роду текстів простежуємо як у тексті статті, так і в її заголовку, як-от *“Fiddling while Darfur burns”*. У цьому прикладі застосовується квазіцитатація, яка доповнює інформацію додатковим смислом, поглиблює її розуміння.

У підсумку зазначимо, що цитатне мовлення відіграє вагомий роль в ідеологічному дискурсі. Воно дозволяє зняти з адресанта відпові-

дальність за подану інформацію, змістивши її на цитоване джерело. З іншого боку, цитати сприяють створенню ефекту об'єктивності інформації, адже адресант немовби оперує фактами, а не висловлює власну оцінку позицію. До того ж цитатія продукує враження діалогу, концентрує увагу адресата, оптимізуючи вплив.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Алещанова И. В. Цитатия в газетном тексте : автореф. дис. на соискание науч. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.20 „Сравнительно-историческое, типологическое, сопоставительное языкознание” / И. В. Алещанова. – Волгоград, 2000. – 22 с.
2. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации / А. Д. Белова – К. : КНУ, 1997. – 311 с.
3. Варченко В. В. Формы и функции цитатной речи в медиа-тексте : автореф. дис. на соискание науч. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.04 „Германские языки” / В. В. Варченко. – Москва : МГУ им. М. В. Ломоносова, 2007. – 23 с.
4. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк : [пер. с англ.]. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
5. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – Волгоград, 1992. – 330 с.
6. Кормилицына М. А. Вербальные способы экономной передачи информации в современных средствах массовой коммуникации / М. А. Кормилицына // Материалы II Международного конгресса русистов-исследователей „Русский язык : исторические судьбы и современность”. – М. : МГУ, 2004. – С. 434–435.
7. Котов А. А. Механизмы речевого воздействия в публицистических текстах СМИ : автореф. дис. на соискание науч. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.19 „Теория языка” / А. А. Котов. – М., 2003. – 24 с.
8. Манаенко С. А. Достоверность аналитического текста публицистики : языковой аспект / С. А. Манаенко // Материалы II Международного конгресса русистов-исследователей „Русский язык : исторические судьбы и современность”. – М. : МГУ, 2004. – С. 436–437.
9. Морозова Е. И. Ложь как дискурсивное образование : лингвокогнитивный аспект / Е. И. Морозова. – Харьков : Экограф, 2005. – 300 с.
10. Різун В. В. Лінгвістика впливу / В. В. Різун, Н. Ф. Непийвода, В. С. Корнєєв. – К. : Вид.-поліграф. Центр „Київський університет”, 2005. – 148 с.
11. Стриженко А. А. Роль языка в системе средств пропаганды / А. А. Стриженко. – Томск : Изд-во ТГУ, 1980. – 210 с.
12. Функционирование языка как средства идеологического воздействия : сб. науч. тр. – Краснодар, 1988. – 111 с.
13. Шкайдерова Т. В. Советская идеологическая языковая картина мира : субъекты, время, пространство (на материале заголовком газеты „Правда” 30–40-х гг.) : автореф. дис. на соискание науч. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.01 – „Русский язык” / Т. В. Шкайдерова. – Омск, 2007. – 23 с.
14. Fowler R. Language in the News. Discourse and Ideology in the Press / R. Fowler. – London and New York : Routledge, 1991. – 254 p.
15. Kress G. Language as Ideology / G. Kress, R. Hodge. – London, 1979. – 161 p.

#### СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

16. [Electronic source] – Access : <http://www.telegraph.co.uk/comment/telegraph-view/>
17. [Electronic source] – Access : <http://www.nytimes.com/pages/opinion/index.html>
18. [Electronic source] – Access : <http://www.thetimes.co.uk/tto/opinion/leaders/>
19. [Electronic source] – Access : <http://www.washingtonpost.com/the-posts-view/>