

6. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Э. Сепир. – М. : Прогресс, 2001. – 656 с.
7. Солощук Л.В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англомовному дискурсі: [монографія] / Людмила Василівна Солощук. – Харків : Вид-во «Константа», 2006. – 300 с.
8. Солощук Л.В. Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації у сучасному англомовному дискурсі : автореф. дисертації на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Л.В. Солощук. – Київ, 2009. – 40 с.
9. Blommaert J. Different Approaches to Intercultural Communication: A Critical Survey / J. Blommaert. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.flw.ugent.be/cie/CIE/blommaert1.htm>.
10. Schefflen A. Body Language and Social Order (Communication and Behavioral Control) / A. Schefflen. – New York, 1972. – 346 p.

#### СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Hemingway E. Farewell to Arms [Електронний ресурс] / E. Hemingway. – Режим доступу: <http://www.e-reading.co.uk/book.php?book=80121>
2. Le Carre J. The Russia House [Електронний ресурс] / J. Le Carre. – Режим доступу: <http://tululu.ru/read8778/>
3. Lewycka M. Two Caravans [Електронний ресурс] / M. Lewycka. – Режим доступу: <http://www.e-reading.org.ua/book.php?book=143198>
4. Maugham W. The Painted Veil [Електронний ресурс] / W. Maugham. – Режим доступу: <http://www.e-reading.co.uk/book.php?book=127592>
5. Nabokov V. Novels, 1955-1962 / V. Nabokov. – Literary Classics of the united States, 1996. – 904 p.
6. Rich M. Virginia Clay / M. Rich. – London: Sphere Books Ltd, 1983. – 317 p.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Михайло Котов** – кандидат філологічних наук, викладач кафедри англійської філології Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна.

*Наукові інтереси:* міжкультурна комунікація, інтеркультурна прагматика, невербальна семіотика.

УДК 811.161.2'367.32

## ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КАТЕГОРИЧНОЇ І ПРОБЛЕМАТИЧНОЇ МОДАЛЬНОСТІ В МОВЛЕННІ БРИТАНСЬКИХ ПОЛІТИКІВ (НА МАТЕРІАЛІ ТЕЛЕІНТЕРВ'Ю)

**Вікторія КОЧУБЕЙ (Кіровоград, Україна)**

*У статті розглянуто засоби репрезентації категоричної та проблематичної епістемічної модальності в інтерв'ю британських політиків. Розкрито механізм зменшення категоричності мовлення шляхом використання засобів простої та проблематичної вірогідності.*

*Ключові слова:* проблематична та категорична епістемічна модальність, політичні інтерв'ю, достовірність інформації, принципи ввічливості та толерантності, категоричність мовлення.

*The article focuses on the means of representation of categorical and problematic epistemic modality in the interviews of British politicians. It also discloses the mechanism of speech categoricity reduction with the help of means of simple and problematic probability.*

*Key words:* problematic and categorical epistemic modality, political interviews, information authenticity, the principles of politeness and tolerance, speech categoricity.

Стрімкий розвиток сучасної лінгвістики, зумовлений відходом від системно-структурної наукової парадигми, змушує науковців переосмислювати ключові поняття та розглядати їх під кутом зору їх ролі в комунікації. Тракткування модальності в мовознавстві є неоднозначним і бере початок від концепції модальності Ш. Баллі, згідно якої будь-яке висловлювання вміщує основний зміст (диктум) та модальну частину (модус), в якій виражається інтелектуальне, емоційне чи вольове судження мовця по відношенню до диктума [2: 44-45]. Незважаючи на велику кількість праць, де модальність розглядають як суб'єктивно-об'єктивну (В. Виноградов), логіко-граматичну (Л. Доценко), функціонально-семантичну (Н. Скибицька) категорію, недостатньо висвітленим залишається питання співвідношення видів суб'єктивної модальності в англійському політичному дискурсі.

Метою статті є з'ясування засобів вираження категоричної та проблематичної епістемічної модальності в інтерв'ю британських політиків.

Матеріалом дослідження є інтерв'ю провідних британських політиків – прем'єр-міністра Великої Британії Девіда Кемерона та його замісника, лідера Партії ліберальних демократів Ніколаса Клегга в телепрограмі “Andrew Marr Show” на каналі BBC One [12]. Інтерв'ю політиків, на відміну від офіційних промов, відзначаються деякою спонтанністю, що дозволяє досліджувати політичний дискурс не як результат команди іміджмейкерів, а як «сукупність мовленнєво-мисленнєвих дій» [3: 138] мовних особистостей політиків.

В основі дослідження лежить ідея суб'єктивності в мові, висунута ще Е. Бенвеністом, згідно з якою мовець нібито «привласнює» мову, співвідносить її з собою, своїм ставленням й оцінками ситуації [4]. Відтак модальність іноді трактують як суто суб'єктивну категорію [9: 6], хоча ми

дотримуємось традиційного в мовознавстві положення про модальність як єдність об'єктивної (відношення змісту повідомлення до дійсності у вимірах реального та іреального) та суб'єктивної (ставлення мовця до повідомлюваного) модальності [11: 3].

Модальність має широкий спектр значень: від комунікативної мети речення, семантики реальності / іреальності до суб'єктивної оцінки мовцем висловлення, а також значення необхідності, потреби, заборони, заперечення тощо [10: 507]. До сфери модальності відносять алетичну, аксіологічну, деонтичну та епістемічну модальність [8].

Під епістемічною модальністю розуміють вид суб'єктивної модальності, що виражає значення вірогідності/ достовірності, істинності повідомлюваного, ступеня повноти та характеру знань мовця про висловлене [11:3]. Запорукою ефективності та успішності вербальної комунікації взагалі і політичного дискурсу зокрема є факт упевненості мовця в істинності повідомлення. Крім того, впевненість впливає на ментальну сферу адресата і на загальну атмосферу спілкування [5]. Модальні засоби вираження власної впевненості в достовірності інформації роблять мовлення політиків впевненішим, більш аргументованим, надають йому переконливого звучання.

Епістемічна модальність охоплює різні рівні мовної системи і поділяється на просту, категоричну і проблематичну модальність [11: 5]. Категорична достовірність характеризується високим ступенем упевненості мовця в реальності пропозиції [7: 13]. Проста достовірність має нижчий ступінь суб'єктивної переконаності мовця в істинності пропозиції, причому пресупозиція може базуватись на безпосередніх спостереженнях, враженнях, досвіді модального суб'єкта чи інформації авторитетного джерела. Проблематична достовірність відбиває непевненість мовця в істинності інформації [7: 14].

На перший погляд, мовлення політиків має бути повністю позбавлене проблематичної модальності на користь свідомого підкреслення політиком достовірності повідомлюваної інформації та його цілковитій впевненості в ній. Однак результати нашого дослідження свідчать, що інтерв'ю політиків репрезентують і категоричну, і проблематичну модальність.

Основним засобом вираження категоричної достовірності є лексичні одиниці із семантикою впевненості, які в аналізованих інтерв'ю представлені прикметниками *confident* та *determined*, напр.:

*I am absolutely confident (N. Clegg).*

*I am determined we'll do the right thing (D. Cameron).*

Провідну роль у впевненості мовця стосовно достовірності повідомлюваної інформації відіграють модальні прислівники високої ймовірності *absolutely, exactly, indeed, really, of course, no doubt, obviously*, напр.: *Immigration will be absolutely the heart of my renegotiation strategy... (D. Cameron). That's exactly what's happened (D. Cameron). Yes, of course, there is a right to go and work in other European countries (D. Cameron). But be in no doubt, as prime minister I will deliver both (D. Cameron).*

Переконливість політиків у правильності політичних ідей досягається шляхом обґрунтування своїх думок через пояснення причин, наведення фактів, напр.:

*The reason why I think our approach is more sensible is that we already have a property tax (N. Clegg). I think all the evidence is that the cap is too loose (D. Cameron).*

В інтерв'ю політики особливо наголошують на вже отриманих конкретних результатах їх діяльності, використовуючи перфектну форму дієслів, яка є, на нашу думку, засобом вираження категоричної достовірності, напр.: *What we've already introduced is a graduate tax (N. Clegg). We've had a successful economic plan (D. Cameron).*

Для більшої впевненості, переконання аудиторії в достовірності висловлюваної ідеї вживається підсилююче дієслово *do*, напр.:

*We, the Conservatives, do have an answer (D. Cameron).*

Для підсилення комунікативного ефекту політик повинен оперувати фактами, а не здогадками, спиратися на твердження, в істинності яких він не має жодних сумнівів. Відтак, категорична достовірність є провідною категорією політичного дискурсу, яка надає мовленню аргументованості.

Під проблематичною модальністю розуміють різний ступінь упевненості мовця в достовірності повідомлюваної інформації [9: 10]. В межах проблематичної (некатегоричної) епістемічної модальності розрізняють дві семантичні субкатегорії: непевненість і гіпотетичність [7: 14].

Можливість (гіпотетичність) дії репрезентують конструкції “*to be likely*” та “*to be going to*”, напр.:

*My own view is what is most likely is that the Liberal Democrats back in government mean either a coalition with Labour or a coalition with the Conservatives (N. Clegg).*

Проблематична модальність також передається дієсловами із семантикою припущення, зокрема *suspect*, напр.:

*I suspect it will be the Conservative party (D. Cameron).*

Поодинокими в аналізованих інтерв'ю є випадки вживання модальних дієслів *may* та *can* в значенні припущення, а також прикметника зі значенням ймовірності *possible*, напр.:

*No, we may well fall out over the issue of England (D. Cameron). It is perfectly possible to make changes in the Westminster part (D. Cameron).*

Проста вірогідність в інтерв'ю британських політиків представлена прислівниками *probably* та *perhaps*, які вжито для вираження особистих вражень політиків, напр.:

*The controversy around higher education funding has clouded what I'm probably proudest of in government (N. Clegg). I can help, perhaps, provide the answer to the question (N. Clegg).*

Проміжне положення між категоричною та проблематичною епістемічною модальністю займає проста достовірність, яка базується на безпосередніх спостереженнях, враженнях, досвіді модального суб'єкта [7: 14]. Крім того, сюди належать конструкції, в яких домінує компонент «віра» [7: 15]. Відтак, до цієї категорії відносимо дієслово емоційної діяльності *feel*, дієслово зі значенням віри *believe* та дієслова розумової діяльності *think, know, mean, hope*, напр.:

*If as prime minister I feel there is a humanitarian disaster to happen... (D. Cameron). I believe at the end of the day many fair-minded people will recognize that... (N. Clegg). I think that's very important (D. Cameron). I mean in the end it is counterproductive (D. Cameron).*

Дієслово *doubt*, що позначає сумнів та невпевненість, в аналізованих інтерв'ю вжито лише один раз в контексті оцінки шансів політичних опонентів проявити здоровий глузд і досягти згоди між партіями, напр.:

*Either there will be an outbreak of good sense by my political opponents and cross-party consent. I doubt it (D. Cameron).*

Невпевненість політиків в достовірності повідомлюваного зустрічаємо в інтерв'ю лише в поодиноких випадках, напр.:

*It's not quite clear because there is a totally different proposal which I am not comfortable with and I think most people when they sort of reflect on it are not comfortable with either (N. Clegg).*

У вищенаведеному прикладі відсутність впевненості політика супроводжується аксіологічною суб'єктивною оцінкою; подібної оцінки мовець очікує і від слухачів.

В інтерв'ю спостерігаємо часте вживання займенників *you* та *we*. Займенник *you* вживається переважно в парентетичному виразі *you know* як заповнювач паузи гезитації, напр.:

*You know Ban Ki-moon used the phrase (D. Cameron).*

*Look, when you face a situation with psychopathic terrorist killers in Syria and Iraq, ... you've got a choice (D. Cameron).*

У другому прикладі вживання займенника *you* створює ефект безпосереднього спілкування політика з кожним слухачем.

Займенник *we* вживається для підкреслення тісного зв'язку політика з урядом та народом, напр.: *We need to build up forces that are moderate.*

Отже, модально-парентетичні вирази (*I think, you know*), які зазвичай відносять до проблематичної модальності як вияв невпевненості, нерішучості мовця, в політичних інтерв'ю, навпаки, виконують функцію невідокремлення себе від аудиторії, встановлення тіснішого контакту з нею.

Крім того, в інтерв'ю зустрічаємо вирази, в основі яких лежать нормативні чи етичні стандарти, які регулюють діяльність людини та орієнтовані на соціальні стереотипи, що отримали назву деонтичних значення аксіологічної суб'єктивної модальності [7: 15]. Зрозуміло, що британські політики апелюють до типово британських стереотипів та норм поведінки, напр.: *Because it's not a very British thing to sort of conform or imply (N. Clegg).*

Спостерігаємо зміну функціонального навантаження епістемічних форм від вираження невпевненості в достовірності інформації на користь досягнення некатегоричності висловлювання. Варто навести думку Дж. Холмс, згідно якої епістемічні модальні форми виконують дві функції: епістемічну та афектну, причому остання відбиває прагнення створити й підтримувати доброзичливу комунікативну взаємодію [5].

Опосередковано виражене спонукання до дії чи оцінка не спричинюють тиск на слухача, залишаючи за ним вибір, тоді як категоричне мовлення може викликати протест адресата, його агресивну реакцію [6: 5]. Тож підкреслення авторизації мовлення (*I think*), а також дієслова, що виражають внутрішній стан мовця, є засобами зниження категоричності мовлення та збільшення його дипломатичності шляхом дотримання принципів ввічливості та толерантності в комунікації.

В англomовному суспільстві ввічливість означає відсутність зазіхань на свободу іншої людини [1: 243]. Залучення аудиторії, створення ефекту важливості думки кожного громадянина досягається риторичним прийомом, коли слухачам надається можливість вибору, напр.:

*I say, if I don't achieve that, it will be for the British public to decide whether to stay in or to get out (D. Cameron).*

Без сумніву, мовлення політиків не повністю позбавлене категоричності, під якою, вслід за Г. Гуціною, розуміємо догматичність, безапеляційність, надмірну впевненість у власних знаннях

[6: 7]. До засобів категоричності відносять заперечні займенники та прислівники, які знаходимо в таких прикладах:

*There is no dispute about that. There is absolutely no way (N. Clegg).*

Однак категоричність деяких суджень в значній мірі нейтралізується вищезгаданими в статті засобами некатегоричної епістемічної модальності.

Отже, зниження категоричності мовлення відбувається тоді, коли мовець впевнений в достовірності свого висловлювання, але не хоче бути занадто категоричним. Дотримання балансу між засобами категоричної та проблематичної модальності є необхідною умовою збереження принципів ввічливості, толерантності та кооперації, що забезпечує ефективність комунікації.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Андреева Е.Г. Язык и культура: категоричность высказывания как отражение социокультурных норм в языковых моделях // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. – 2008. – №1. – Т. 9. – С. 242-251.
2. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. – М.: Изд-во иностр. лит., 1955. – 416 с.
3. Бацевич Ф.С. Основы коммуникативной лингвистики: Підручник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
4. Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М.: Прогресс, 1974. – 448 с.
5. Борисенко Н.Д. Засоби вираження епістемічної модальності у мовленні героїв сучасної британської драми: гендерний аспект / Режим доступу: <http://studentam.net.ua/content/view/full/8360/97/>
6. Гуцина Г.И. Категорические и некатегорические высказывания в диалогической речи: на примере русских и английских художественных текстов первой половины XX века: Автореф. дис... канд. філол. наук:10.02.20 / Башкир. гос. ун-т. – Уфа, 2009. – 24 с.
7. Доценко О.Л. Модальність у вираженні об'єктно-з'ясувальних відношень: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01 / Київський нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. – Київ, 2001. – 22 с.
8. Модальность суждений: сущность и виды / Режим доступу: [http://logikah.ru/podborka\\_shpor\\_po\\_logike\\_3-modalnost\\_sujdenii\\_suschnost\\_i\\_vidy.html](http://logikah.ru/podborka_shpor_po_logike_3-modalnost_sujdenii_suschnost_i_vidy.html)
9. Оленчук О.Г. Языковые средства репрезентации проблематической модальности: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.19 / Удмуртский гос. ун-т. – Ижевск, 2012. – 24 с.
10. Селіванова О.С. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.
11. Скибицька Н.В. Епістемічна модальність в англійській мові (діахронний аспект): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київський національний ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2004. – 21 с.

#### ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

11. Andrew Marr interviews with Prime Minister David Cameron and Deputy Prime Minister Nick Clegg / Режим доступу: <http://www.bbc.co.uk/programmes/articles/3hshxHhHM4dKd3px6Q3NzRF/transcripts>

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Вікторія Кочубей** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри германської філології Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* комунікативна лінгвістика.

УДК 821.111.0:811.111'38

## ON SOME PRAGMATIC APPROACHES TO THE FORMATION OF ADVERTISING ENGLISH

*Mykola KUZNETSOV (Lviv, Ukraine)*

*Стаття присвячена прагматичним особливостям англомовної реклами, метою якої є продаж продукції. З цією метою мова реклами набуває нових ідей і способів, широко використовуючи інноваційні підходи донесення інформації.*

**Ключові слова:** прагматика, рекламний, лексичний, термінологія, інформативність.

*The article deals with the pragmatic peculiarities of the English advertising, the purpose of which is to sell products. For this purpose the language of advertising tends to acquire new ideas and methods, broadly using the innovative approaches of information providing.*

**Key words:** pragmatics, advertising, lexical, terminology, informativity.

Advertising forms part of the “marketing (communication) mix”, a number of techniques aiming at an optimal interaction between marketers and the target public. In a number of ways, advertising differs from a prototypical communication situation: not only is the coding process complicated, since the sender is a group of spokespersons rather than a single person, but the decoding process is also exceptional in that the receiver, being a part of the consumer public, is unable to provide (direct) feedback. As a consequence, in order to create efficient advertising, marketing research aims at analyzing how the consumer processes commercials. The efficiency of a commercial is enhanced if the consumer identifies with the advertising message, since this creates a positive attitude towards the product advertised. This identification process can be brought about by developing a good product image (or brand personality) or by creating group norms, which suggest that certain people or spokespersons, with whom the target public identifies, positively validate the product. In this process a number of