
ՆԵՐԱԿԱ ԻՄԱՍՏԸ ՆԱԽԸՆՏՐԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱԽՈՍՆԵՐՈՒՄ

ԶԱՔԱՐՅԱՆ Վ. Ա.

Որպես քաղաքական խոսույթում ներակա իմաստային հավելումների վերհանման առանձնակի դեպք, կարող են դիտարկվել քաղաքական գործիչների կարգախոսները, որոնք մեծ կարևորություն են ձեռք բերում մասնավորապես խորհրդարանական ու նախագահական ընտրությունների ժամանակ: Դրանք գործուն են ընտրարշավի ողջ ընթացքում և որոշակիորեն սահմանում են թեկնածուների նախընտրական գործունեությունը: Մենք անդրադառնում ենք 2002 թ. Ֆրանսիայում տեղի ունեցած նախագահական ընտրությունների առաջին փուլին, որին մասնակցել է նախագահի 16 թեկնածու:

Առաջարկված կարգախոսների մեջ ուշադրություն է գրավում «Քաղաքացիական շարժման» թեկնածու Ժ.-Պ. Շրվենեմանի՝ *Chevnement prnsident*-ը (Շրվենեմանը՝ նախագահ) ձևակերպումը: Բառակապակցության երկու անդամի միջև որևէ բառային միավորի կամ կետադրական նշանի բացակայությունը թույլ է տալիս վերհանել մի շարք կանխավարկածներ, ինչպիսիք են՝ «Շրվենեմանը նախագահ է», «Շրվենեմանը կարող է դառնալ նախագահ», «Անհրաժեշտ է, որ Շրվենեմանը դառնա նախագահ» և այլն: Ակնհայտ է, որ վերոնշյալ թեկնածուն այդպիսի եսակենտրոն կարգախոս է ընտրել Ֆրանսիայի քաղաքացիների շրջանում այդ միտքը որպես կանխադրույթ արմատավորելու միտումով, ինչը, ինչպես ցույց տվեցին ընտրությունների արդյունքները, նրան չհաջողվեց: Խիստ հետաքրքիր է նախագահական ընտրություններին հինգերորդ անգամ մասնակցած Ա. Լազիյեի կարգախոսը՝ *Toujours le camp des travailleurs* (Միշտ աշխատավորների ճամբարում), որից *toujours* (միշտ) ժամանակի մակբայի օգնությամբ կարող ենք արտածել այն կանխենթադրույթը, որ թեկնածուն երբեք իր դիրքորոշումը չի փոխել (կանխավարկած՝ Մյուսները, հնարավոր է՝ փոխել են): *Camp* (ճամբար) գոյականը նշում է այն մասին, որ Լազիյեի համար գոյություն ունի ճամբարների տարանջատում՝ աշխատավորների և այլոց միջև:

Ազգային հանրապետական շարժման թեկնածու Բ. Մեգրեի նշանաբանը հետևյալն էր. *Mngret 0 Elysne. Pour remettre de l'ordre en France* (Մեգրեն՝ նախագահ. Ֆրանսիայում կարգուկանոն վերահաստատելու համար): Հստակ երևում է, որ կարգախոսը կազմող երկու նախադասությունները գտնվում են

* Սույն ընտրությունները հետաքրքիր են այն առումով, որ թեկնածու-մասնակիցներից մի քանիսն արդեն քաղաքական ուղի անցած, փորձառու գործիչներ էին, իսկ մյուսներն առաջին քայլերն էին անում քաղաքական ասպարեզում և հիմնականում պաշտպանում էին որոշակի ոլորտների շահերը: Ումանց համար էլ ընտրությունները նաև ցատկահարթակ էին ինչ-ինչ դիրքերի հասնելու համար:

պատճառահետևանքային կապի մեջ: Առաջին նախադասության առնչությամբ կարող ենք անել Շ.-Պ. Շրվենեմանի մտքին տրված համանման եզրակացություններ, իսկ ահա երկրորդ նախադասությունը պարունակում է այն կանխենթադրույթը, որ Ֆրանսիայում կարգուկանոնը բացակայում է, ինչի հետևանքով ողջ կարգախոսից բխեցնում ենք այն կանխավարկածը, որ Մեզրեի ընտրվելու պարագայում իրավիճակը երկրում կկարգավորվի:

Ուշագրավ են Ն. Մամերի *Nous! Mam!tre. Les pieds sur terre* (Նոնե Մամեր. Ոտքերը՝ գետնին) և Կ. Լըպաժի *L'environnement c'est la vie* (Շրջակա միջավայրը կյանք է) բնապահպանական կողմնորոշում ունեցող կարգախոսները: «Կանաչների» թեկնածու Մամերի գործածած դարձվածքը երկիմաստ է. մի կողմից, այն իրատեսական քաղաքականություն վարելու պատրաստակամություն է արտահայտում, մյուս կողմից՝ մատնանշում է «հողին մոտ լինելը»: Բսկ Կ. Լըպաժը հստակ շարադրում է իր հիմնական դրույթը, որից կարելի է դուրս բերել առաջին հերթին շրջակա միջավայրին ուշադրություն դարձնելու ընդհանուր իմաստն ունեցող տարբեր կանխավարկածներ:

Ֆրանսիական կոմունիստական կուսակցության թեկնածու Ռ. Յուն նույնպես օգտագործել է «X-ը Y է» բանաձևը, նրա կարգախոսն է. *La France c'est vous* (Ֆրանսիան դուք եք): *Vous* անձնական դերանվան առկայությամբ կարելի է բերել հետևյալ կանխավարկածները. «Դուք եք ձեր երկրի տերը», «Պետությունը պետք է ծառայի ձեր շահերին», «Դուք պետք է իշխեք, և ոչ թե ձեզ իշխեն» և այլն: Ք. Տոբիրան նույնպես գործածել է *vous* դերանունը. «*La république qui vous respecte*» (Հանրապետություն, որը ձեզ հարգում է), սակայն նրա կարգախոսում շեշտադրությունն առաջին հերթին ընկնում է *republique* գոյականի վրա, որի արտահայտած հայեցակարգը, մի շարք քաղաքական գործիչների գնահատմամբ, դասական իմաստով Ֆրանսիայի Հանրապետությունում արդյունավետ չի գործում: Առաջին և երկրորդ դեմքի ստացական դերանուններ են առկա Օ. Բըզանսնոյի կարգախոսում *Nos vies valent plus que leurs profits* (Մեր կյանքերն ավելին արժեն, քան նրանց շահերը): Թեկնածուն ոչ միայն չի առանձնանում ժողովրդից, այլև հանդես է գալիս ընդդեմ իշխանավորի՝ տեղ թողնելով մենք/նրանք, թշնամի/բարեկամ ընդհանուր իմաստով կանխավարկածների համար: Ք. Բուտենը միակն է, որ իր կարգախոսում կիրառել է հրամայական եղանակ՝ *Misons sur la France* (Ապավինենք Ֆրանսիային), որով, առաջին հերթին, մեր կարծիքով, ընտրողներին կոչ է արել մասնակցել ընտրություններին՝ հավատ արթնացնելով երկրի լուսավոր ապագայի նկատմամբ, ապա շարունակել է՝ որ փոփոխությունը պետք է անհապաղ կատարել (*Aujourd'hui, pas demain* /Այսօր և ոչ վաղը):

Աշխատավորական կուսակցության թեկնածու Դ. Գյուկստեյնի կարգախոսից (*Pour la reconquête de la démocratie*) (Ժողովրդավարության վերանվաճման համար) բխում է այն կանխենթադրույթը, որ ժողովրդավարությունը Ֆրանսիայում գիջել է դիրքերը, իսկ Ֆ. Բայրուի ինքնատիպ՝ *F. Bayrou. La relève* (Ֆ. Բայրու. նոր հերթափոխ) նշանաբանի

հիման վրա կարող ենք եզրակացնել, որ եկել է նոր մտածելակերպի, նոր սերնդի, նոր տիպի քաղաքական գործիչների ժամանակը:

Ընտրություններում իրեն բնորոշ կտրուկ կարգախոսներով է հանդես եկել աջ ծայրահեղական Ժ.-Մ. Լը Պենը: Այսպես, *Une force pour la France* (Ուժ Ֆրանսիայի համար) կարգախոսը ներկայացնում է «Ֆրանսիան օգնության և ուժեղ ձեռքի կարիք ունի» կանխենթադրույթը, իսկ *La France et les Français d'abord* (Նախ Ֆրանսիան և ֆրանսիացիները) միտքը հերթական անգամ ընդգծում է Լը Պենի ազգայնամոլ նկրտումները՝ Եվրոպայում՝ Ֆրանսիային և Ֆրանսիայում՝ Ֆրանսիայի քաղաքացիներին արտոնյալ վիճակում ներկայացնելու առումով: Լը Պենին կարծես թե հակադրվում է Ժ. Սեն-ժոսը՝ ընտրելով *La France des differences* (Տարբերությունների Ֆրանսիա) նշանաբանը, որը պարունակում է այնպիսի կանխավարկածներ, ինչպիսիք են՝ «Բոլորը հավասար են օրենքի առջև», «Երկրում գերակա են կրոնի, ազատ խոսքի և այլ ազատություններ» և այլն:

Վերոնշյալներից իր ոճական յուրահատկությամբ առանձնանում է «Ազատամիտ ժողովրդավարության» ներկայացուցիչ Ա. Մադլենի կարգախոսը. *Alain Madelin 2002. Pour faire enfin bouger la France* (Ալեն Մադլեն 2002. Ֆրանսիան վերջապես տեղից շարժելու համար), որի առաջին հատվածում թեկնածուի անվան գուգակցումը տարեթվի հետ, ինչը հիմնականում հատուկ է ամերիկյան քաղաքական գործիչներին, արվում է նոր մեկնակետ առաջարկելու մտադրությամբ: Մադլենի կարգախոսում ներակայան գուցիչ են *enfin* (վերջապես) մակբայը և փոխաբերաբար գործածված *bouger* (շարժել) բայը, որոնցից կարելի է եզրակացնել, որ ժողովրդի համբերության բաժակը լցվել է, երկրին պետք են փոփոխություններ, իշխանավորները պետք է ակտիվ գործեն (առկա է նաև Ֆրանսիա-երկրի դեկավար փոխանունության պարագան) և այլն:

Սոցիալիստական կուսակցության ներկայացուցիչ Լ. Ժոսպենի կարգախոսը կարճ է ու հստակ. *Prnsider autrement* (Այլ կերպ կառավարել): *Autrement* (այլ կերպ) մակբայի օգնությամբ կարող ենք բխեցնել այնպիսի կանխավարկածներ, ինչպիսիք են՝ «Ինձ դուր չի գալիս Շիրակի՝ երկիրը կառավարելու ձևը», «Ես ավելի լավ կկառավարեմ», «Հնարավոր է այլ կերպ կառավարել» և այլն: Ուշագրավ է նաև *prnsider* բայի գործածությունը, ինչը բացահայտորեն ընդգծում է վարչապետ Ժոսպենի հավակնությունները՝ ոչ թե կառավարության մասը լինելու և այդպիսով ժողովրդին ծառայելու, այլ անպայման ստանձնելու երկրի նախագահի պաշտոնը:

2002 թ. ընտրությունների երկրորդ փուլի արդյունքներով Ֆրանսիայի նախագահի պաշտոնում վերընտրված Ժ. Շիրակը ընտրարշավի էր դուրս եկել *La France en grand, La France ensemble* (Ֆրանսիան ամբողջության մեջ, Ֆրանսիան միասին) կարգախոսներով, որոնցում հստակ դրսևորվում էր Շիրակի պատրաստակամությունը՝ հանդես գալու ինչպես Ֆրանսիայի (բարձրացնել երկրի վարկը աշխարհում, գնալ բարեփոխումների, քայլել նոր մարտահրավերներին ընդառաջ և այլն), այնպես էլ ֆրանսիացիների

անունից՝ բացառելով ամեն տեսակի երկպառակությունները, երկրում ապրող տարբեր շերտերին և ազգություններին միասնականության կոչելով:

2002 թ. Ֆրանսիայի նախագահական ընտրություններին մասնակցած թեկնածուների կարգախոսների ուսումնասիրությունը կարող է հետաքրքիր լինել նաև գործառական տեսանկյունից: Քրննարկված օրինակներում կան ինչպես հասցեագիր (speaker-oriented) կարգախոսներ (Շրվենեմանի, Մեգրեի, Մադլենի), այնպես էլ հասցեատեր (listener-oriented) ասույթներ¹ (Ռ. Յու, Ք. Տոբիրա և այլն): Կան նաև կարգախոսներ, որոնցում հավասարաթեք են ինչպես հասցեագիրը, այնպես էլ հասցեատերը: Օրինակ՝ Ք. Բուտենի, Օ. Բրզանսնոյի կարգախոսները: Ինչ վերաբերում է ինքնին հաղորդագրությանը, ապա հիմնականում գործ ունենք անդեմ ձևերի հետ, ինչը պայմանավորված է ոչ միայն կարգախոսի ռճական հակիրճությամբ, այլև գործողության իրականացման ձևերի և ժամկետների անորոշությամբ: Կարգախոսներից մեկում առկա է անորոշ դերքայ (prnsider), մեծ թիվ են կազմում անվանական նախադասությունները (Ա. Լագիյե, Ժ. Շիրակ, Ֆ. Բայրու, Լը Պեն):

Ամփոփելով վերոշարադրյալը՝ կարող ենք փաստել, որ նախընտրական կարգախոսները, չնայած իրենց հակիրճ կառուցվածքին, աչքի են ընկնում հիմնականում կանխամտածված ներակա իմաստային հավելումների առկայությամբ:

ИМПЛИЦИТНЫЙ СМЫСЛ В ПРЕДВЫБОРНЫХ ЛОЗУНГАХ

ЗАКАРЯН В. А.

Резюме

В процессе всестороннего изучения политического дискурса часто обращаются к предвыборным лозунгам, которые несмотря на структурную лаконичность в основном отличаются наличием преднамеренного имплицитного смысла. Принимаемые политическими деятелями лозунги обретают особую значимость обычно в преддверии парламентских и президентских выборов, в какой-то мере определяя предвыборную деятельность кандидата. К примеру, лозунги кандидатов на пост президента Франции на выборах 2002 года представляют интерес и с точки зрения прагматики. Теория Хеллидея дает возможность выделить среди лозунгов высказывания, ориентированные на адресанта и адресата, а также такие, в которых одинаково активны и адресант, и адресат.

¹ Halliday M. A. K. An introduction to functional grammar, second edition. London, 1994.