

УДК 81'367.623'42:808.51:32-057.177.1(44)

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ЦІННОСТЕЙ У ПРОМОВАХ ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ ФРАНЦІЇ: МОРФОЛОГІЧНІ ПОКАЗНИКИ

Салецька Мар'яна

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Університетська, 1, Львів, 79000, Україна
saletskam@gmail.com*

У статті проаналізовано вербалізацію цінностей у президентському дискурсі. Мета дослідження – з'ясувати роль прикметників як засобу вираження системи цінностей у комунікації *політичний лідер – суспільство*. Матеріалом послужили тексти інавгураційних промов чотирьох президентів Франції. На основі семантичного та структурного зв'язку прикметника та іменника сформульовано гіпотезу про можливість прикметників опосередковано (через зв'язок з іменником) виражати цінності. Проаналізовано прикметниковий тезаурус промов президентів. На підставі частотності одиниць у текстах промов виокремлено домінантні прикметники, які вербалізують цінності мовців. Виявлено спільні та відмінні риси прикметникового тезаурусу президентів, які ілюструють ідеологічні позиції мовців.

Ключові слова: політичний дискурс, контент-аналіз, мовлення політичного лідера, інавгураційна промова, прикметник, ціннісні орієнтації.

Промови політичних лідерів держави як один з розповсюджених жанрів політичної комунікації – це заздалегідь підготовлені виступи з позитивними чи негативними оцінками, конкретними фактами, з накресленими планами, перспективою політичних змін тощо [1: 201]. Президентській риторичі практично завжди притаманна ціннісна орієнтація [2: 18], яка розкриває найважливіші вектори політичної діяльності в ідеології, політичній культурі та системі, узгоджуючи їх із внутрішніми пріоритетами [3: 218]. Система цінностей у суспільстві – об'єкт міждисциплінарного аналізу, оскільки цінності постають маркерами ідеології. Їх досліджують в філософії, соціології, політології, психології і меншою мірою – в лінгвістиці [4; 5].

У філософії під ціннісною орієнтацією розуміють ставлення до носія цінності як реального предмета задоволення потреб окремої людини чи соціальної спільноти; це ставлення виявляється у сфері розгалужених взаємовідносин між людиною і суспільством у питаннях праці, культури, побуту, дозвілля тощо [6: 76]. У соціології ціннісну орієнтацію трактують як спрямованість індивіда на моральні, соціальні, політичні, життєві, родинні та інші цінності [7: 97]. У межах політології цінності розглядають у контексті їхнього функціонування у сфері політики. Актуальність вивчення аксіологічної складової політичного процесу зумовлена тим, що система політичних цінностей є однією із ключових ланок політичних відносин у суспільстві, вона формується завдяки політичним процесам, а також значною мірою впливає на них. Цінності є результатом ідеологічної практики і водночас базою для утвердження ідеології [8: 53–54].

У мовознавстві цінності вивчають у контексті мовної картини світу, тобто системі об'єктивних і суб'єктивних зв'язків між елементами довкілля та їхніми вербальними

знаками, відображеними в структурі ідеографічного словника [9: 9; 10: 159]. Ціннісна картина світу постає як система моральних цінностей, етичних норм і поведінкових правил у формі взаємопов'язаних оцінних суджень, що співвідносяться з юридичними, релігійними, моральними кодексами, загальноприйнятими судженнями здорового глузду, типовими фольклорними і відомими літературними сюжетами; вербалізуючись у мовленні, ціннісні орієнтири постають у ролі складників ціннісної картини світу певного соціокультурного простору в складі мовної картини світу [5: 112].

У соціолінгвістиці поняття ціннісної орієнтації розкриває орієнтацію членів конкретного колективу на певні норми і критерії вибору мовних одиниць, починаючи від окремих конкуруючих мовних форм і завершуючи цілими мовними підсистемами чи системами (діалекти, жаргони, мови). Увага до ціннісних орієнтацій передбачає вибір потрібних форм і виразів у кожній конкретній комунікативній ситуації [11: 174]. Якщо лексика і фразеологія в структурі тексту пов'язані з ціннісною орієнтацією його автора, то частота певних стимулів (лексем) розкриває значення нормативних ціннісних установок в суспільстві [12: 38]. Висока частотність певної одиниці або теми в мовленні свідчить про її значущість для конкретної культури [13: 33].

Соціолінгвістика вивчає різні аспекти взаємодії мови та суспільства, однак вивчення зв'язку *мова – цінності* є новим завданням для цієї галузі наукового знання. Традиційно реалізацію ціннісних орієнтацій обґрунтовують за допомогою іменників, які позначають ціннісні концепти [5]. Виникає питання про інші морфологічні показники вербалізації системи цінностей в комунікації *політичний лідер – суспільство*. Тому мета статті – з'ясувати, чи може бути прикметник засобом вираження системи цінностей. Для досягнення цієї мети сформулюємо такі завдання: 1) розробити теоретичні засади аналізу ціннісних орієнтацій; 2) обґрунтувати прикметник як один із морфологічних показників ціннісної орієнтації (оскільки він семантично і структурно пов'язаний з іменником, що вербалізує ціннісний концепт). Ілюстративним матеріалом слугують інавгураційні промови чотирьох президентів Франції: Ф. Міттерана, Ж. Ширака, Н. Саркозі та Ф. Олланда.

За допомогою контент-аналізу (дослідницької техніки, призначеної для об'єктивного, системного і кількісного опису змісту інформації, що активно застосовується в сучасних дослідженнях [14; 15]), і обчислювальної опції текстового процесора Microsoft Office Word (встановлює кількість словоформ прикметників у текстах президентських промов) систематизуємо вербальні засоби позначення ціннісних елементів. Враховуємо, що контент-аналіз представляє текст як ієрархію одиниць за частотністю, визначаючи серед них ті, що домінують у текстовому потоці, а також ті, що перебувають на периферії уваги [14: 72]. Щоб розкрити типові синтагматичні зв'язки (контекст) прикметників застосовуємо метод статистико-комбінаторного аналізу [16: 19], який дозволить з'ясувати, як аналізовані прикметники поєднуються з іменниками.

Алгоритм проведеного аналізу передбачає: а) відбір прикметників як основних одиниць аналізу; б) визначення частотності одиниць аналізу (частка кількості використання кожного елемента від загальної кількості слів); в) створення шкали градації прикметників в промові кожного з президентів, що дозволяє окреслити ціннісні доміанти в промовах; г) виявлення прикметників, які використовують усі промовці (набір одиниць уможливить реконструкцію спільного фрагмента ціннісної картини світу для всіх президентів); г) аналіз словосполучень із обраними для аналізу прикметниками.

1. Теоретичні засади вивчення взаємодії *мова – система цінностей*

Ціннісна орієнтація в промові політичних лідерів постає як результат їхніх ідеологічних переконань. Домінантні лексеми маркують ключові вектори політичного курсу, підкреслюють ціннісні орієнтації адресантів комунікації [4] через зміст ідеологем. Ідеологема – це знак, який хоч і «не безпосередньо пов'язаний з ідеологічним денотатом», але має в своєму значенні ідеологічний компонент [17: 92]. Ідеологема виконує роль «словесного позначення важливих для особистості духовних цінностей» (цит. за [17: 22]), репрезентує базові ідеологічні установки та цінності в мові, функціонує як одиниця будь-якого мовного (і навіть текстового) рівня, що виявляє систему ідеологічних домінант. Водночас ідеологема є і ментальною одиницею, яка реалізує національну специфіку, динамічність семантики, підвищену аксіологічність, частотність і різноманітність способів репрезентації знаками різних семіотичних систем, серед яких і мовна. Вживання вербальних маркерів ідеологеми – ключового слова, кліше, стійких метафор тощо, є одним із способів її мовної реалізації [18: 34]. Зв'язок між мовленням та ідеологією, якої дотримується мовець, тісний. Він виявляється в логіці підбору лексики та частотності покликань на певні предмети [19: 145]. Дослідження ціннісних домінант в промовах президентів дозволяє виявити пріоритетні ділянки комунікації *політичний лідер – суспільство*.

В українському та французькому мовознавстві є роботи, присвячені дослідженню вербалізації цінностей на прикладі іменників [5; 19]. Висловлюємо припущення, що вираження цінностей можливе і за допомогою семантики прикметників: вони є опосередкованими (щодо значення іменника) позначенням системи понять, до яких відсилає промова президента.

Прикметники тісно пов'язані з іменниками в структурному плані. У складі прикметників французької мови виокремлюють відіменникові прикметники (*l'adjectif dénominal*), утворені на базі іменника, який зумовлює їхнє значення та форму [20: 1], та первинні прикметники латинського або іншомовного походження, утворені, як правило, шляхом додавання суфіксів (-al, -aire, -iste, -ais, -ien, -ique, -el та ін.) до основи іменника. Саме до поняття, яке є твірною основою, відсилає значення прикметника. Якісні прикметники можуть бути твірною основою для іменників, які позначають характеристику і / або властивість, абстраговану від предмета [20]. У такому випадку прикметник асоціативно відсилатиме до абстрактного іменника, який «вербалізує концепт в мисленні для характеристики знань про певні реалії або володіння смислом таких реалій» [13: 45]. Такий зв'язок обґрунтований на матеріалі прикметників в українській мові, які є мотивуючими для абстрактних іменників. Вони передають значення предметної ознаки предмета якості та / або властивості, визначеної мотивуючим прикметником [21: 114]. Саме про такий зв'язок між абстрактними іменниками та якісними прикметниками стверджує О. Сперсен у «Філософії граматики»: «Коли я говорю про красу молодій дівчині або про мудрість старця, я зовсім не думаю про ці якості як про речі або реальні предмети; для мене це тільки інший спосіб вираження думки: «вона красива», «він мудрий» [22: 123].

2. Прикметник як показник ціннісної орієнтації в промовах президентів

2.1. Частотність вживання прикметників

Інавгураційна промова Ф. Міттерана (21.05.1988 р.) містить 31 словоформу прикметників, що становить 5% від загальної кількості слів у промові (626). Лише один прикметник вживається двічі – *nouveau* «новий». Прикметники: *inapte, injust, politique, social, quotidien, grand, différent, général, particulier, partisan, populaire, essentiel, éminent*,

*immense, normal, fameux, principal, bon, méchant, dialectique, industriel, national, véritable*¹ – вжиті один раз.

У змісті промови прикметники, які мають найвищу частотність вживання, вербалізують цінності, характерні для французького суспільства. У тексті промови Ф. Міттерана тільки один прикметник вживається більш, ніж раз² – *nouveau* «новий» (від лат. *nouvellus* зменшувальне від *novus* [23: 1284]). Цей прикметник є твірною базою для абстрактного іменника *nouveauté* «новизна», який безвідносно до предмета позначає абстрактну ознаку якості та / або властивості («характеристика чогось, що є новим» [23, 1285]), визначеної мотивуючим прикметником (*nouveau* – «який існує тільки останнім часом; який приходить на зміну чомусь старому» [25]).

Інавгураційна промова Ж. Р. Ширака (17.03.1995 р.) містить 34 словоформи прикметників, що становить 6,58% від загальної кількості слів в промові (517). Найбільш вживаними прикметниками є *fort* «сильний» і *uni* «єдиний», які в тексті промови вживаються 2 рази. А прикметники *haut, présidentielle, français, essentiel, égal, impartial, juste, grand, indépendant, nécessaire, républicain, vieux, jeun, prêt, clos, nouvel, personnel, lourd, ouvert, confiant, solidaire, patriote, européen, intérieur, public, supérieur* – вжиті один раз. Прикметник *fort* «сильний» (лат. *fortis*) пов'язаний з цінністю *force* «сила», оскільки семантика цього прикметника – «той, який має силу» [23: 811]; прикметник *uni* «єдиний» семантично та структурно пов'язаний з іменником *unité* «єдність». Саме на цих цінностях акцентує Ж. Ширак, який дотримувався правоцентристської політики та «голлізму»³ [26]), вибудовуючи способи досягнення успіху в державі.

Інавгураційна промова Н. Саркозі (17.05.2007 р.) містить 53 словоформи прикметників, що становить 4,8% від загальної кількості слів в промові (1113). Найвищу частотність вживання мають прикметники *français* «французький» (5), *fort* «сильний» (5), *nécessaire* «необхідний» (3), *bon* «добрий» (3), *grand* «великий» (2), *vulnérable* «вразливий» (2), *général* «загальний» (2). Решта прикметників: *vieux, politique, universel, écologique, unie, fragile, moral, profond, social, dangereux, plein, fatal, irrattrapable, préjudiciable, humble, quotidienne, dure, égal, intellectuel, nouvel, irréprochable, réel, européen, climatique, diplomatique, prêt, libre, totale* – вживаються один раз.

Домінантний ціннісний концепт, на який вказує іменник як твірна база прикметника *français* – *France* «Франція»; прикметники *nécessaire, bon, grand, vulnérable, général* впливають на формування семантики іменників, які позначають характеристики безвідносно до предмета: *une nécessité* «необхідність», *une bonté* «добота», *une grandeur* «велич», *une vulnérabilité* «вразливість», *une force* «сила».

Інавгураційна промова Ф. Олланда (15.05.2012 р.) містить 39 словоформ прикметників, що становить 3,32% від загальної кількості слів в промові (1175). Найбільшу частотність вживання мають прикметники *nouvel* «новий» (7), *public* «суспільний, громадський» (5), *social* «соціальний» (3), *civique* «громадянський» (3), *indispensable* «істотний» (2), *professionnel* «професійний» (2). Прикметники *durable, immédiat, énergétique, écologique, technologique, exorbitant, vital, nécessaire, instable,*

¹ Належність зазначених слів до класу прикметників перевіряємо за словником Le Petit Robert.

² Для аналізу ціннісних домінант беремо прикметники, які мають найвищу частотність вживання в текстах промов. Оскільки семантична щільність тієї чи іншої тематичної групи слів, деталізація найменування, виділення смислових відтінків є сигналом лінгвістичної цінності позамовних об'єктів (предметів, процесів чи понять). Таке явище зумовлене ототожненням цінності та актуальності явища в дійсності та тексті [24: 166].

³ Французька політична ідеологія, заснована на ідеях і діях генерала де Голля [27].

démocratique, fidèle, industriel, national, clair, considérable, rural, impartial, général, local, ouvert – вживаються один раз.

Ціннісною домінантою в комунікації *президент* (Ф. Олланд) – суспільство є абстрактна ознака – поняття *nouveauté* «новизна», з яким асоціюється найчастотніший прикметник, а також іменники, які є твірною базою вторинних прикметників (співвідносних з відносними прикметниками в українській мові): *peuple* «народ», *société* «соціум», *profession* «професія». Саме ці знаки вербалізують цінності, представлені в промові колишнього голови Соціалістичної партії.

2.2. Спільні домінанти в прикметниковому тезаурусі промов президентів:

Дослідження мікроконтекстів прикметників, які маркують ціннісні орієнтації, уможливує з'ясування типових лексичних контекстів, сукупність яких окреслює дистрибуцію прикметників. Поєднання слів у словосполучення в поняттєвому плані означає комбінування або поєднання ідей, які містяться в прикметниках, з іншими поняттями, які часто маркують ціннісні концепти. Типові синтагматичні зв'язки прикметників з іменниками дозволяють з'ясувати, які поняття найчастіше стоять поряд, а отже, що найчастіше позначено ознакою, яку виражає прикметник у картині світу політичних лідерів.

У текстах промов всіх президентів присутній прикметник *nouvel*, це єдина спільна домінанта для всіх чотирьох президентів.

Ф. Міттеран у своїй промові апелює до «нових цінностей» (*valeurs toujours neuves*) та «нових людей» (*les nouveaux peuples*). У тексті промови Ж. Ширака «новим» є «семиліття» – *un nouveau septennat* (термін президентської каденції до 2000 року). У промові Н. Саркозі «новими» є «рішення» (*les nouvelles solutions*). Ф. Олланд, який найчастіше вживає прикметник *nouvel*, говорить про «новий шлях» (*une voie nouvelle*), «нові простори» (*nouveaux espaces*) і «новий рубіж» (*une nouvelle frontière*), «новий закон про федералізацію» (*un nouvel acte de décentralisation*) та «новий пакт» (*un nouveau pacte*), «нові свободи» (*nouvelles libertés*), «нове життя» (*la nouvelle vie*).

Повний перелік прикметників, які є спільними для кількох політичних лідерів, подаємо у Таблиці.

Таблиця

Президенти				
	Ф. Міттеран	Ж. Ширак	Н. Саркозі	Ф. Олланд
	<i>nouvel</i> - 2	<i>nouvel</i>	<i>nouvel</i>	<i>nouvel</i> - 7
		<i>fort</i> - 2	<i>fort</i> - 5	
		<i>uni</i> - 2	<i>uni</i>	
	<i>social</i>	<i>social</i>		<i>social</i> - 3
		<i>public</i>		<i>public</i> - 5
			<i>ecologique</i>	<i>ecologique</i>
	<i>national</i>			<i>national</i>
	<i>grand</i>	<i>grand</i>	<i>grand</i>	
	<i>général</i>		<i>général</i>	<i>général</i>
	<i>essentie</i>	<i>essentie</i>		
		<i>égal</i>	<i>égal</i>	
		<i>européen</i>	<i>européen</i>	
	<i>bon</i>		<i>bon</i>	
		<i>nécessaire</i>	<i>nécessaire</i>	<i>nécessaire</i>
		<i>vieux</i>	<i>vieux</i>	
		<i>prêt</i>	<i>prêt</i>	

Порівнявши прикметниковий тезаурус аналізованих промов президентів Франції, можемо простежити подібність набору прикметників, а отже, цінностей в промовах Ж. Ширака та Н. Саркозі, дещо меншу схожість у Ж. Ширака та Ф. Олланда. Подібність цінностей Ж. Ширака та Н. Саркозі зумовлена близькістю ідеологічних платформ, оскільки Ж. Ширак і Н. Саркозі були кандидатами від французької право-центристської політичної партії Союз за Народний Рух (її засновник Ж. Ширак). Найменшу подібність прикметникового тезаурусу промовах в соціаліста Ф. Міттерана та правоцентриста Н. Саркозі. Як бачимо, розбіжності в ідеологічних платформах зумовлюють розбіжності в доборі лексики та ціннісній орієнтації.

Висновки

1. Лексеми, які мають найвищу частотність в тексті промови, представляють ціннісні доміанти в мовній картині світу політичного лідера. Вони залежні від ідеологічної позиції та політичного курсу президента, тому часто цінності мають характер ідеологем. Кожен мовець найчастіше апелює до тих понять, які репрезентують цінність для його ідеологічної позиції та політичного курсу.

2. Дослідження інавгураційних промов політичних лідерів уможливило виявлення системи цінностей в комунікації *політичний лідер – суспільство*. Прикметники опосередковано – через значення іменників – маркують ціннісні орієнтації політиків. Така особливість зумовлена двостороннім зв'язком прикметника з іменником, який позначає саму цінність.

1. *Мацько Л. І.* Риторика : навч. посіб. / Л. І. Мацько, О. М. Мацько. – 2-ге вид., стер. – К. : Вища шк., 2006. – 311 с.
2. *Фоменко О. С.* Лінгвістичний аналіз сучасного політичного дискурсу США (90-ті роки ХХ століття) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / О. С. Фоменко. – К., 1998. – 18 с.
3. *Жеребятнікова І. В.* Політична аксіологія: генеза та нові орієнтири дослідження / І. В. Жеребятнікова // Вісн. Нац. ун-ту «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – №1 (20). – 2014. – С. 218–230.
4. *Семенюк А. А.* Вербалізація ціннісної орієнтації політичної промови / А. А. Семенюк // Вісн. Луган. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Філол. науки. – 2011. – № 16 (227), ч. 2. – С. 109–114.
5. *Мамич М. В.* Компоненти ціннісної картини світу в мові жіночого журналу / М. В. Мамич // Лінгвістичні дослідження : зб. наук. пр. ХНПУ ім. Г. С. Сковороди. – 2014. – Вип. 38. – С. 110–115.
6. *Щерба С. П.* Філософія : навч. посіб. / С. П. Щерба. – К. : Кондор, 2007. – 452 с.
7. *Танчин І.* Соціологія : навч. посіб. / І. Танчин. – Львів : УАД, 2005. – 360 с.
8. *Семенченко Ф. Г.* Політичні цінності в системі політичних відносин: формування, зміст і функції політичних цінностей / Ф. Г. Семенченко // Вісн. КНУ ім. Т. Г. Шевченка. – Філософія. Політологія. – 2010. – Вип. 98. – С. 53–57.
9. *Караулов Ю. Н.* Лингвистическое конструирование и тезаурус литературного языка / Ю. Н. Караулов. – Москва : Наука, 1981. – 208 с.
10. *Чернищенко І. А.* Фактори формування національних мовних картин світу / І. А. Чернищенко // Вісн. Житом. держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2007. – Вип. 32. – С. 158–162.
11. Словарь социолингвистических терминов / отв. ред. В. Ю. Михальченко – М., 2006. – 312 с.
12. *Шварц Ш.* Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий / Ш. Шварц // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2008. – Т. 5. – № 2. – С. 37–67.
13. *Вежбицкая А.* Понимание культур через посредство ключевых слов / А. Вежбицкая ; пер. с англ. А. Шмелева. – Москва, 2001. – 288 с.

14. *Костенко Н.* Досвід контент-аналізу: Моделі та практики : моногр. / Н. Костенко, В. Іванов. – К. : Центр вільної преси, – 2003. – 200 с.
15. *Юськів Б. М.* Контент-аналіз. Історія розвитку і світовий досвід : моногр. / Б. М. Юськів. – Рівне : «Перспектива», 2006. – 203 с.
16. *Перебийніс В. С.* Математична лінгвістика / В. С. Перебийніс. – К. : Видавництво КНЛУ, 2015. – 125 с.
17. *Чудинов А. П.* Политическая лингвистика : учеб. пособие / А. П. Чудинов. – Москва : «Наука». – 2006. – 256 с.
18. *Мальшичева Е. Г.* Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация / Е. Г. Мальшичева // Политическая лингвистика. – 4 (30)*2009. – С. 32–40.
19. *Lajoie A.* L'intégration des Valeurs et des Intérêts Autochtones dans le Discours Judiciaire et Normatif Canadien / A. Lajoie, E. Gélinau, I. Duplessis, G. Rocher // Osgoode Hall Law Journal. – 2000. – 38.1. – P. 143–188.
20. *Strnadová J.* Les adjectifs dénominaux du français – problème de base(s) [Document électronique] / J. Strnadová // Materiaux 27e Congrès International de Linguistique Et de Philologie Romanes. – Nancy, 2013. – Disponible sur : <http://www.atilf.fr/cilpr2013/programme/resumes/d6d8ffe0b7d26d3b57819b84c231ae90.pdf>
21. Словотвір сучасної української літературної мови / за ред. М. А. Жовтобрюха : моногр. – К. : Наук. думка, 1979. – 407 с.
22. *Есперсен О.* Философия грамматики / О. Есперсен ; пер. с англ. В. В. Пассека и С. П. Сафроновой. – Москва, 1958. – 363 с.
23. Le Petit Robert. Dictionnaire universel / ed. par A. Rey (1978). – Paris, 1991. – 2200 p.
24. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – С. 166–205.
25. Nouveauté [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.larousse.fr/dictionnaire/francais/nouveaut%C3%A9/55123>
26. *Anscombre J.-C. M.* La dérivation des adjectifs en «-ble»: morphologie ou sémantique ? / M. J.-C. Anscombre, D. Leeman // Langue française : Le lexique : construire l'interprétation. – 1994. – № 103. – P. 32–44.
27. *Лозовницький О.* Голлізм як взірць концепції переходу від залежного стану до національного піднесення [Електронний ресурс] / О. Лозовницький. – Режим доступу : <http://soskin.in fo/ea.php?pokaz old=2 00912&n= 1-2&y=2009>.

Використані джерела

- Discours d'investiture de François Mitterrand, 21 mai 1988 [Document électronique]. – Disponible sur : <http://www.biography.com/people/jacques-chirac-20Mitterrand%20-%2021%20mai%201988>
- L'investiture de Jacques Chirac [Document électronique]. – Disponible sur : <http://www.elysee.fr/la-presidence/l-investiture-de-jacques-chirac/>
- Discours d'investiture de Nicolas Sarkozy [Document électronique]. – Disponible sur : http://www1.rfi.fr/actufr/articles/089/article_51876.asp
- Discours de M. le président F. Hollande de la République – Cérémonie d'investiture [Електронний ресурс]. – Disponible sur : <http://www.elysee.fr/declarations/article/discours-de-m-led-investiture/>

**VERBALIZATION OF VALUE SYSTEM IN SPEECHES
OF FRENCH POLITICAL LEADERS :
MORPHOLOGICAL CHARACTERISTICS**

Saletska Mariana

*Ivan Frank National University in Lviv
vul. Universytetska, 1, Lviv, 79000, Ukraine
saletskam@gmail.com*

The article analyzes the verbalization of values in presidential discourse. Research involves the texts of inaugural speeches of four French Presidents (F. Mitterrand, J. Chirac, N. Sarkozy and F. Hollande). Based on semantic and structural connection of adjective and noun the hypothesis has been formulated on the possibility of adjectives to express values indirectly (through connection with noun). The aim of the paper is to clarify the role of adjectives as a means of expressing value system in communication of *political leader – society*.

The article analyzes theoretical framework of studying verbalization of values in political discourse and reveals connection of value system and ideological position of the speaker. Based on the thesis of correlation between the frequency of units in the text and their significance for the speaker (A. Lajoie, A. Vezhbytska), the method of content analysis, which allows viewing text as a set of units indicating their frequency, has been chosen for analysis. In order to reveal typical syntagmatic relations (context) of adjectives, the author applies the method of statistical and combinatorial analysis.

Methodological algorithm of research has been elaborated: selection of units for analysis (adjectives); determination of their frequency (proportion of the amount of each element in the total number of words in the text); description of adjectival thesaurus of presidents' speeches, analysis of similarities and differences in the set of adjectives; analysis of phrases containing selected adjectives (Adj + N).

It has been brought to light that all presidents use adjectives *nouvel* and *français*, though they function with varying frequency. By tracing syntagmatics of the adjective *nouvel* with nouns in each of the texts of presidential speeches, we have detected a set of values that are expressed by adjectives in the worldview of political leaders. The use of adjectives reveals many similarities in the speeches by J. Chirac and N. Sarkozy and fewer similarities in the speeches by J. Chirac and F. Hollande. The similarity in values of J. Chirac and N. Sarkozy is caused by proximity of ideological platforms.

Adjectives mark value orientation of politicians indirectly – through meanings of nouns. This feature is conditioned by bilateral (semantic and derivative) connections of adjective with noun that denotes the value itself (value concept).

Key words: political discourse, content analysis, speech of political leader, inaugural address, adjective, value system.

Стаття надійшла до редколегії 20.02.2015
Прийнята до друку 15.03.2015