

Отримано: 30 травня 2018 р.

Прорецензовано: 29 травня 2018 р.

Прийнято до друку: 1 червня 2018 р.

e-mail: zhelkajan@rambler.ru

DOI: 10.25264/2519-2558-2018-2(70)-247-250

Яновець А. І. Лінгвокогнітивні засоби реалізації тактик стратегії аргументації в політичному дискурсі американських політиків. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 2(70), червень. С. 247–250.

УДК: 81.42

Яновець Анжеліка Іванівна,

кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри української та іноземної лінгвістики,
Луцький національний технічний університет

ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТАКТИК СТРАТЕГІЇ АРГУМЕНТАЦІЇ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ АМЕРИКАНСЬКИХ ПОЛІТИКІВ

У статті розглядається політичний дискурс як синтез когнітивних, мовних і позамовних чинників. Політична промова, як частина механізму політичної комунікації, має на меті добитись прихильності аудиторії, переконати слухачів та заручитися підтримкою. Для цього політики у своїх промовах наводять аргументи і факти, вдаються до різних методів переконання, використовують тактики стратегії аргументації. Дослідження лінгвокогнітивних засобів реалізації мовної стратегії аргументації, уміння політиками аргументувати свої дії за допомогою лексичних одиниць викликає великий інтерес на тлі вивчення політичної комунікативної практики у вимірі англо-українського білінгвізму.

Ключові слова: політичний дискурс, політична промова, мовна стратегія аргументації, тактики аргументації.

Яновец Анжелика Ивановна,

кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры украинской и иностранной лингвистики,
Луцкий национальный технический университет

ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ТАКТИК СТРАТЕГИИ АРГУМЕНТАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ АМЕРИКАНСКИХ ПОЛИТИКОВ

В статье рассматривается политический дискурс как синтез когнитивных, языковых и внеязыковых факторов. Политическая речь, как часть механизма политической коммуникации, имеет целью добиться расположения аудитории, убедить слушателей и заручиться поддержкой. Для этого политики в своих выступлениях приводят аргументы и факты, прибегают к различным методам убеждения, используют тактики стратегии аргументации. Исследование лингвокогнитивных средств реализации языковой стратегии аргументации, умение политиками аргументировать свои действия с помощью лексических единиц вызывает большой интерес на фоне изучения политической коммуникативной практики в аспекте англо-украинского билингвизма.

Ключевые слова: политический дискурс, политическая речь, речевая стратегия аргументации, тактики аргументации.

Angelika Yanovets,

Ph.D in German Philology, Senior Lecturer of the Department of Ukrainian and Foreign Linguistics,
Lutsk National Technical University

LINGUISTIC MEANS OF REALIZATION OF THE ARGUMENT STRATEGY TACTICS IN THE POLITICAL DISCOURSE OF AMERICAN POLITICIANS

The article deals with political discourse as a synthesis of cognitive, linguistic and extra-lingual factors. Political speech, as a part of the mechanism of political communication, aims to inspire addressees (citizens), to achieve the commitment of the audience, to convince the listeners in the necessity of politically correct actions or evaluations and to get their support. The purpose of political discourse is not to describe, but mainly to convince, to persuade and get to action. Politicians give arguments and facts, resort to different methods of persuasion, use strategies of argumentation and tactics in their speeches. The argumentation has been described as a set of carefully thought out speech acts which depend on a communicative situation and their aim is to achieve certain communicative goal in the process of communication. The strategies of argumentation used to achieve the aim are named tactics. Each tactic is characterized by usage of certain forms of argumentation, and definite reasonable and emotional arguments. The study of linguistic and cognitive means for realization of the language strategy of argumentation, the ability of politicians to argue their actions with the help of lexical units, is of great interest in the context of studying political discourse in the frame of English-Ukrainian bilingualism.

Key words: political discourse, political speech, tactics of argumentation.

Лінгвістичні розвідки сьогодення направлені на дослідження комунікативно-прагматичних особливостей різних типів дискурсу, що передбачає трактування мови не лише як засобу для спілкування та передавання інформації, але і як механізм впливу на формування та змінення поглядів на конкретну ситуацію, який, відповідно, впливає як на індивідуальну поведінку так і поведінку певних суспільних груп [7].

Однією з найбільш повних класифікацій дискурсів є класифікація запропонована Г. Почепцовим, в якій серед інших видів він виокремлює політичний дискурс. Спеціалісти з теорії комунікації та лінгвісти не єдині фахівці, які займаються вивченням політичного дискурсу. Дослідженням політичного дискурсу займаються також політологи, психологи, філософи, соціологи, економісти тощо. Це підтверджує той факт, що політичний дискурс є об'єктом міждисциплінарних досліджень [5]. Доробки Р. Барта, Т. А. ван Дейка, Ю. Хабермаса, М. Фуко та розвідки вітчизняних авторів: Г. Г. Почепцова, М. В. Ільїна, О. М. Баранова, С. І. Шейгала лежать в основі дослідження проблематики політичного дискурсу. Незважаючи на це, лінгвісти поки не мають єдиного визначення для поняття політичний дискурс.

Метою проведеного дослідження є аналіз лінгвокогнітивних засобів реалізації тактики аргументації в політичному дискурсі на матеріалі промов американських політиків.

В процесі дослідження передбачається вирішення таких завдань: охарактеризувати основні риси політичного дискурсу; визначити особливості залучення стратегії аргументації; дослідити лінгвокогнітивні засоби реалізації тактик стратегії аргументації в політичному дискурсі на матеріалі промов американських політиків.

Ван Дейк (1997), один з провідних вчених у цій галузі, описує дискурс як політичний «коли він має пряму функціональну роль як форму політичної дії в політичному процесі» [2]. Більш того, цей політичний дискурс «контекстуалізується в таких комунікативних подіях, як засідання уряду, парламентські засідання, виборчі кампанії, мітинги, інтерв'ю у засобах масової інформації, бюрократичні практики, демонстрації протесту тощо» (там же: 2).

Політичний дискурс створюється з метою аргументації (Fairclough & Fairclough 2009: 1). Ця мета висвітлює цілеспрямований характер політичного дискурсу та його мету для прийняття рішень, вчинення певних дій та переконання і має наслідки для побудови і викладу ідеології в політичному дискурсі. Отже, політичний дискурс формується, коли політичний діяч у політичному контексті намагається підштовхнути до вчинення певних соціальних дій через переконання.

Політичний дискурс виконує важливу суспільну функцію, а саме – має на меті навіяти адресатам-громадянам необхідність політично правильних дій або надання оцінок певним ситуаціям. Тобто, метою політичного дискурсу є не лише опис ситуації, а переконання адресата, спонування адресата перейти до дій. Політики в своїй <http://ua-referat.com/%D0%9C%D0%BE%D0%B2%D0%B0> мові (за деякими виключеннями) оперують певними лексичними символами, такими як демократія, закон тощо, а успіх політичної промови залежить від того, наскільки ці символи співпадають поняттями, які вже існують у масовій свідомості: політик повинен вміло викликати певні асоціації в свідомості адресатів; його вислови повинні спонукати адресатів, «споживачів» політичного дискурсу підтримати його думку [1,146]. Для досягнення цієї мети політики наводять аргументи і факти, використовують різні методи переконання. Щоб зрозуміти значимість аргументації у політичному дискурсі, необхідно розглянути поняття аргументації детальніше.

Визначення поняття аргументації запропоноване А. А. Івіним вважається основним. А. А. Івін розглядає аргументацію як мовленнєву дію, що містить систему тверджень, які спрямовані на те, щоб переконати аудиторію у правильності певної думки. Аргументація спрямована насамперед на розум людини, яка, подумавши, спроможна прийняти або відхилити цю думку [3,371]. Запропоноване А. А. Івіним визначення аргументації підтверджує думку таких вчених як Т.А. Ван-Дейк, А.П. Сквородніков, О.Я. Гойхман та інших, що займаються вивченням проблем лінгвістики та риторики. А саме, аргументація – це один з видів мовленнєвих (комунікативних) стратегій. Як зазначає А. П. Сквородніков, мовленнєва стратегія – це план мовленнєвої поведінки, що проявляється шляхом вибору мовцем певної системи добре продуманих поетапних мовленнєвих дій; це план мовленнєвої поведінки, який враховує комунікативну ситуацію в цілому і направлений на досягнення кінцевої комунікативної мети, яка ставилась в процесі спілкування. Тобто, аргументація – це певна система продуманих мовленнєвих дій, які втілюються поетапно, та яка враховує комунікативну ситуацію в цілому і орієнтована на досягнення в процесі спілкування кінцевої комунікативної мети, а саме – переконати аудиторію прийняти запропоновану мовцем думку. Тобто, можна стверджувати, що аргументація – це різновид мовленнєвої стратегії [6,9].

Мова використовується з незапам'ятних часів для передачі ідей та намірів іншим особам. Щоб промова була успішною, доповідач повинен встановити контакт з аудиторією з самого початку виступу. Для того щоб його промова свідчила про взаєморозуміння і підтримку, мовцеві перш за все потрібно завоювати справжню довіру і повагу публіки, яка потім повинна підтримуватись мовцем впродовж виступу [7,126]. Взаємодія промовця і слухачів в основному зводиться до обміну інформацією про картини світу, адже і промовець і кожен слухач оперує власним досвідом і уявленнями про світ і суспільні події. В процесі аргументації відбувається взаємодія систем сприйняття, репрезентації і продукування інформації, тобто когніція – саме в цьому полягає когнітивний аспект аргументації. Аргументуючи свої висловлювання промовець проявляє себе як мовна особистість, демонструє свої екстралінгвістичні, лінгвістичні і комунікативні компетенції. Промовець задіює свої знання, уявлення, свій емоційний стан, а також свій соціальний статус та свої соціальні ролі. Успіх проголошеної промови залежить від установок по відношенню до пропонента, до точки зору, яка озвучується і до референтного об'єкту [3]. Такі установки свідчать про ступінь довіри, про симпатії до пропонента, а від вмінь промовця і від характеру реципієнта залежить завоювання вигідних позицій в процесі спілкування. Якщо промова вдало побудована – це може змінити установки адресата в потрібну мовцеві сторону. Щоб досягти підтримки аудиторії оратор повинен викликати у адресата почуття того, що він добровільно сприймає чужі думки, що адресат зацікавлений, задоволений, а думки промовця – актуальні, істинні [1,16]. Щоб досягти поставленої мети в промові використовують різні форми аргументації. Т. В. Анісімова виділяє три основні форми: доказування, навіювання і переконання.

Певний набір мовленнєвих тактик характеризує кожен мовленнєву (комунікативну) стратегію. А. П. Сквородніков визначає мовленнєву (комунікативну) тактику як конкретну мовленнєву дію в процесі реалізації мовленнєвої стратегії, мета якої – вирішення комунікативного завдання передбаченого стратегією [6,5]. Аргументація також характеризується тактиками, направленіми на переконання аудиторії у правильності думок та поглядів проголошених мовцем. У збірці наукових праць «Методологія досліджень політичного дискурсу: актуальні проблеми структурного аналізу суспільно-політичних текстів» на думку А. А. Марковича основними тактиками аргументації є тактика ототожнення політика з народом, тактика емоційного тиску, протиставлення, апелювання до авторитету (наведення статистичних чи наукових даних), тактика посилення на власний досвід [4].

Одна з найважливіших тактик політичного дискурсу, як вважає А. А. Маркович, – це стратегія ідентифікації, тобто ототожнення політика з народом. Кандидати, проголошуючи свої промови в процесі виборчих кампаній, з одного боку, хочуть переконати адресатів-виборців зробити вибір на їх користь, а з іншого боку – залишатись в їх очах звичайними пересічними людьми. Згідно статистичних даних, люди більше довіряють саме тим політичним діячам, які схожі на них самих, і саму тому кандидати у своїх промовах ставлять за мету створити імідж середньостатистичних американців. Вони хочуть переконати слухачів в тому, що промовець-політик – «своя», близька до народу людина [4,415].

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що для реалізації аргументації в політичному дискурсі мовці використовують певні тактики, основним завданням зазначених тактик є вплив на думки та погляди аудиторії для того щоб переконати її в тому, що позиція промовця заслуговує довіри і варта їх підтримки.

Варто зазначити, що знання тактик не є достатнім для успішного переконання, більш важливим є вміння застосовувати їх правильно. З цією метою політик під час промови змушений дотримуватися певних правил аргументації. Однак, політики по-різному застосовують аргументацію у своїх промовах і тому вплив на аудиторію може бути різним.

За допомогою тактик аргументації політики впливають на формування та на зміну думок адресатів-виборців. Однак, в кожного політика використання цих тактик індивідуальне. Це відображається на їх популярності серед виборців, адже для кожного політика вміння переконувати та завойовувати аудиторію не лише ділом, а й словом, є надзвичайно важливим. Матеріалом дослідження слугують промови кандидатів на посади президента та віце-президента США від двох найбільш впливових партій США, а саме – Барака Обама та Джо Бідена (Демократична партія), а також Джона МакКейна та Сари Палін (Республіканська партія).

В ході проведення дослідження було помічено певні тенденції у побудові промов. Так, наприклад, у передвиборчих промовах Сари Палін і Джо Бідена (кандидатів на пост віце-президента) частіше вживаються агітаційні тези на користь Б. Обами і Дж. МакКейна. В основі промов Б. Обами і Дж. МакКейна лежать обіцянки до майбутніх дій та змін у політичному житті країни. Проводячи порівняння промов Дж. Бідена та С. Палін було помічено багато спільних та відмінних рис тактики аргументації. Політики також використовують тактику отождолення себе з народом. В мовленні ця тактика виражається через вживання порівняння, наприклад: *Our family has the same ups and downs as any other... the same challenges and the same joys* [11]; *And this is the time as Americans, together, we get back up* [9]. У своєму виступі Дж. Біден наголошує на тому, що він та його партія, як частина американського суспільства, прагнуть того самого що і всі американці – сприяти добробуту і процвітанню своєї країни. С. Палін згадує сімейні цінності, наголошує на тому, що її родина така ж як і у всіх американців, з тими ж самими потребами, а свої дії вона направляє на те, щоб полегшити життя усім родинам Америки. Емоційно забарвлені аргументи Дж. Бідена передані емпатичною конструкцією (*this is the time...*), за допомогою порівняння (*as Americans*), а також у використанні прислівника *together* який передає єдність політика з народом. В промовах С. Палін виділяємо порівняння (*same... as*) та повтори типу *the same challenges, same joys, the same ups and downs*, якими вона аргументує сказане. У своїх промовах кандидати часто використовують розмовну побутову лексику, щоб їх промова була зрозумілішою для аудиторії та сприяла створенню образу пересічних, простих американців, наприклад: *average hockey mom, going into harm's way, they wrote him off, kids* [11]; *Americans have been knocked down, climb out, dug us into a very deep hole* [9]. У своїй промові Дж. Біден широко використовує тактику аргументації, коли в якості аргументів подаються загальновідомі факти. Підсумовуючи наведені факти, мовець-політик аргументує і «нав'язує» рішення своїм виборцям. Він робить це так вміло, що це рішення здається виборця єдино правильним, наприклад: *...they're asking questions as profound as they are ordinary. Questions they never thought they would have to ask:*

Winter's coming. How we gonna pay the heating bills?

Should mom move in with us now that dad is gone?

Fifty, sixty, seventy dollars to fill up the car?

Another year and no raise?

Did you hear the company may be cutting our health care?

How are we gonna be able to retire?

Now, we owe more on the house than it's worth. How are we going to send the kids to college?

That's the America that George Bush has left us, and that's the future John McCain will give us. These are not isolated discussions among families down on their luck. These are common stories among middle-class people who worked hard and played by the rules on the promise that their tomorrows would be better than their yesterdays [9]. Мовець-політик спочатку прогнозує невеселі будні американців, а потім підсумовує, кажучи що Дж. МакКейн не в змозі змінити існуюче становище. В мові Дж. Бідена часто використовується анафора, наприклад: *Questions they never...;...they're asking questions.... That's the America... that's the future....* Щоб висловити аргументацію, мовець-політик також вдається до використання протиставлення з елементами анафори, наприклад: *These are not isolated discussions... – These are common stories....*

Критикуючи своїх опонентів і Дж. Біден і С. Палін вдаються до використання порівнянь, наприклад: *Now, despite being complicit in this catastrophic foreign policy, John McCain says Barack Obama isn't ready to protect our national security. Now, let me ask you: whose judgment should we trust? Should we trust John McCain's judgment when he said only three years ago, «Afghanistan – we don't read about it anymore because it's succeeded?» Or should we trust Barack Obama, who more than a year ago called for sending two additional combat brigades to Afghanistan? The fact is, al-Qaida and the Taliban-the people who actually attacked us on 9/11 – have regrouped in those mountains between Afghanistan and Pakistan and are plotting new attacks. And the Chairman of the Joint Chiefs of Staff echoed Barack's call for more troops. John McCain was wrong. Barack Obama was right (Дж.Біден); America needs more energy... our opponent is against producing it. Victory in Iraq is finally in sight... he wants to forfeit* [11]. Щоб спростувати критику Дж. МакКейна на адресу Б. Обами спочатку Дж. Біден вживає вставні речення, наприклад: *despite being complicit in this catastrophic foreign policy...*, і завершує це вводячи риторичні запитання. Оскільки, хоча риторичні запитання і не вимагають відповіді, вони адресовані співрозмовнику та чинять певний вплив на адресата. Метою виголошення риторичного запитання є намір промовця спонукати слухача по-перше – самому знайти відповідь, і тим самим переконує його що це і є єдина правильна відповідь [9]. Така фігура стилістики як епанорафа часто присутня у структурі риторичних питань, наприклад: *Whose judgment should we trust? Should we trust John McCain's judgment...?* З метою підвищення довіри аудиторії до промови використовується вставна конструкція *The fact is*. Оскільки, можна стверджувати, що не повинно залишитися жодних сумнівів в тому, що інформація, яка подається після вставної конструкції, є загальновідомою і правдивою. Переконливо звучить аргументація, яка виражена протиставленням: *John McCain was wrong – Barack Obama was right*. В промові С. Палін подає аргументи через протиставлення, яке виражається складеним присудком, наприклад: *needs more energy – is against producing it, is finally in sight – wants to forfeit*.

Варто зазначити, що в промові Дж. Бідена критика опонента не є дуже різкою та категоричною. Це можна пояснити тим, що перед тим, як розкритикувати опонента, політик застосував тактику непрямого усунення супротивника з гри, наприклад: *John McCain is my friend. We've known each other for three decades. We've traveled the world together. It's a friendship that*

goes beyond politics. And the personal courage and heroism John demonstrated still amaze me. But I profoundly disagree with the direction that John wants to take the country [9]. Щоб висловити свою повагу до опонента та підкреслити його хороші якості і свою давню дружбу політик використав такі лексичні одиниці як *my friend, a friendship, together, personal courage and heroism*. Однак, в наступному висловлюванні Дж. Біден чітко виражає своє несхвалення дій супротивника, наприклад: *But I profoundly disagree with the direction that John wants to take the country*. Це стало аргументом на користь Дж. Бідена, тому що доводить те, що його метою не було поставити під сумнів авторитет Дж. МакКейна своєю критикою, а він просто озвучив факти.

Захопившись критикою обидва політики і С. Палін і Дж. Біден у своїх промовах звинувачують своїх опонентів у тих самих помилках. Так, Дж. Біден звинувачує Дж. МакКейна в тому, що політик проти зниження податків, а також виступає проти залучення ощадних альтернативних джерел енергії, наприклад: *John McCain proposes \$200 billion in new tax breaks for corporate America, \$1 billion alone for just eight of the largest companies, but no relief for 100 million American families; But he voted time and again against incentives for renewable energy: solar, wind, biofuels* [9]. Сара Палін в своїх промовах звинувачує Барака Обаму в подібному, наприклад: *Taxes are too high... he wants to raise them* [11]. Також Сара Палін стверджує, що Дж. МакКейн припускає можливість використання ощадних альтернативних джерел енергії, наприклад: *we're going to build more new-clear plants... create jobs with clean coal... and move forward on solar, wind, geothermal, and other alternative sources* [11]. Оскільки політик використав більше різних тактик аргументації у своїй промові, його промова має більш переконливий вплив на адресата.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що дискурс – це один з видів комунікативної діяльності, явище інтерактивної взаємодії, потік мовлення, що реалізується в усній та письмовій формі, обмежений конкретним каналом спілкування та регулюється стратегіями і тактиками комунікантів. Дискурс, залежно від тематики спілкування, синтезує когнітивні, мовні і поза-мовні (соціальні, психічні, психологічні тощо) чинники. Стратегію аргументації визначаємо як мовленнєву дію, що містить систему тверджень, метою яких є переконання аудиторії у правильності озвученої думки. Стратегія аргументації націлена на розум людини, оскільки подумавши, адресат приймає або спростує почуте. Аналіз лексичного матеріалу підтвердив те, що аргументація є мовною стратегією, яка характеризується певними тактиками здійснення впливу на аудиторію. До основних тактик аргументації належать: тактика отождення політика з народом, тактика емоційного тиску, тактика порівняльного протиставлення, тактика ненавмисного усунення опонента, звернення до авторитету мовця, для цього наводяться статистичні чи наукові дані та акцентується на власному досвіді політика. Перспективи подальших розвідок у даному напрямку вбачаємо в аналізі лексичних засобів реалізації тактик стратегії аргументації в політичному дискурсі.

Література:

1. Ващук Т.Н. Политический дискурс как объект лингвистического исследования. Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/1720/1/43.pdf>
2. Герасимов В.И., ИльинМ.В. Политический дискурс: История и современные исследования // Политическая наука: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН, Ин-т сравн. политологии, ос. ассоц. полит.науки. – М.: 2006. – № 3 – С. 73-78.
3. Ивин А.А. Логика. Учебник для гуманитарных факультетов – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005 – 457с.
4. Маркович А.А. Аргументативная коммуникация / А.А. Маркович // Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов: сб. науч. трудов / Белгосуниверситет; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Вып. 1. – Минск, 2008. – С. 144-150.
5. Медвідь О.М., Ізмайлова І.Г. Прагматичні інтерпретації текстів політичного дискурсу. Режим доступу: [http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2013/1\(112\)/13_Medved.pdf38](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2013/1(112)/13_Medved.pdf38).
6. Сковородников А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии / А.П. Сковородников // Риторика. Лингвистика: сб. статей.– Смоленск: СГПУ, 2014. – С. 5-11.
7. Тхоровська С.В. Стратегії політичного дискурсу. Режим доступу: [http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2012/1\(102_2\)/10_Thorovska.pdf](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2012/1(102_2)/10_Thorovska.pdf)
8. Barack Obama Acceptance Speech – DNC – 28 August 2008 Campaign. Режим доступу: http://uspolitics.about.com/od/campaign2004/a/quotable_dnc.htm
9. Joe Biden – DNC Speech – 27 August 2008 Campaign. Режим доступу: http://uspolitics.about.com/od/campaign2004/a/quotable_dnc.htm
10. John McCain Acceptance Speech – RNC – 4 September 2008 Campaign. Режим доступу: http://uspolitics.about.com/od/campaign2004/a/quotable_dnc.htm
11. Sarah Palin Acceptance Speech – RNC – 3 September 2008 Campaign. Режим доступу: http://uspolitics.about.com/od/campaign2004/a/quotable_dnc.htm