

ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ МОВЛЕННЄВИХ ТАКТИК

О.М. Волков,

Сумський державний університет, м. Суми

У статті розглянуті мовленнєві тактики та стратегії, якими користується політичний діяч для досягнення мовленнєвого впливу на адресата та прагмалінгвістичні засоби їх реалізації.

Ключові слова: мовленнєвий імідж, мовленнєві тактики та стратегії, прагмалінгвістичні засоби, політичний дискурс.

В наш час вивченням питань політичного дискурсу займаються науковці різних напрямків науки: філологи, соціологи, політологи, перекладачі, і т.д. Дуже часто вивчення проблем політичних текстів відбувається не в межах однієї науки, а охоплює дві або більше сфери наукової діяльності, звертається увага на різні аспекти мови в політиці, проводиться вивчення різних лінгвістичних парадигм: прагмалінгвістики, соціолінгвістики, когнітивної лінгвістики, психолінгвістики, дискурсивного аналізу тощо.

Актуальністю даної роботи є те, що будь-який акт мовлення направлений на донесення до адресата певної ілюкативної інформації. В політичному дискурсі основною ціллю є саме маніпуляція аудиторією, її поглядами та судженнями. Політичні спічі можна почути кожен день, через посилення глобалізації політичні тексти виходять за межі однієї країни. Структура побудови спічу та мовленнєві засоби впливу на слухача стають важливою темою дослідження багатьох вчених різних наукових парадигм. Лінгвістичні та маргінальні засоби впливу на аудиторію потребують детального та систематичного дослідження – це є основною **проблемою** дослідження. Фундаментом для розвитку вивчення мовленнєвих тактик слугував **аналіз основних наукових доробок** таких лінгвістів, як А.К. Михальська, Е.И. Шейгал, О.Л. Михальова, О.С. Іссерс та ін.

Мета даної статті – виявити та проаналізувати прагмалінгвістичні засоби реалізації мовленнєвих тактик (що є **предметом** дослідження) на тлі дослідження політичних виступів, промов, спічів (що і є **об'єктом** аналізу).

Матеріалом дослідження є публічні виступи президента США Барака Обами.

Будь-який політичний діяч в своїй промові намагається не просто донести необхідну інформацію до адресата, а й створити певний вплив на його думки та погляди. Для політики прагмалінгвістичні засоби створення тексту виявляються настільки ж вагомими, як і сама інформація.

Будь-який спіч впливає на свідомість адресанта. Р. Блакар стверджував, що висловитися «нейтрально» неможливо, адже навіть неформальна розмова передбачає «здійснення влади», тобто вплив на сприйняття та структурування світу іншою людиною. Тобто, будь-який текст має свій мовленнєвий вплив на адресата, а в текстах політичного дискурсу він і є основною метою комунікації, вибір лінгвістичних засобів орієнтується саме на реалізацію прагматичних інтенцій адресата.

В політиці постійно відбувається боротьба за владу, що, звичайно, має своє відображення в текстах політичного дискурсу. Боротьба за владу віддзеркалюється у властивості політичного дискурсу, яку А.К. Михальська називає агональністю (від грецького агон «змагання, боротьба двох ідей, які захищають протилежні сторони, боротьба при цьому запекла, азартна») [1, с.12]. Таким чином, мовлення політика можна розуміти як боротьбу, до того ж боротьба та перемога виступають основною метою мовлення, зокрема метою політичних спічів.

А.К. Михальська вирізняє два типи відносин:

- гармонізуючі, в основі яких є істина та згода;
- агональні, в основі яких лежить боротьба та перемога [2, с.64].

У зв'язку з цим, комунікацію в політиці можна розуміти як мовленнєву боротьбу. Якщо розглядати політику як боротьбу за досягнення та утримання влади, тоді вона, безумовно, є сферою агонального мислення та мовлення. Таким чином, політичний дискурс представляє собою демонстрацію боротьби, агона. Боротьба за владу постає як змагання, в якому важливі видовище, певні образи та форми проявлення мовленнєвої агресії [2, с.108].

На мовленнєвому рівні виявляється, що спосіб спілкування, який вибирає адресант зумовлений як агональністю політичного дискурсу взагалі, так і обов'язковою наявністю протилежних сторін, які ведуть боротьбу. Будь-яка боротьба не можлива без суперника. Друга невід'ємна частина дискурсу взагалі, а особливо політичного спічу, є наявність адресата. В даному контексті він виступає в ролі глядача під час соціальної боротьби, саме на нього і направлений мовленнєвий вплив з метою маніпуляції його судженнями та діями.

Беручи до уваги те, що в політичному дискурсі завжди присутні дві сторони «конфлікту», мовець повинен обрати для себе таку стратегію, яка б максимально зменшила політичну значущість співрозмовника. Використовуючи різні лінгвістичні тактики автор певного політичного спічу намагається послабити позиції іншого політика та посилити свої, нав'язати свою точку зору адресату.

Наявність адресата-глядача передбачає обов'язкову «гру» і на нього, в будь якій промові присутня ілюктивна частина мовленнєвого впливу, іноді відкрита, емоціональна. Мовець намагається зробити процес мовлення більш яскравим, викликати емоційний відгук адресата, утягти його в політичне дійство, зробити його учасником [4, с.27].

Під впливом даних факторів, формулюються три стратегії, які використовує політична фігура для реалізації своїх інтенцій:

- Стратегія на пониження;
- Стратегія на підвищення;
- Стратегія театральності [2, с.121].

У даному випадку під поняттям комунікативної стратегії розуміється план оптимальної реалізації мовленнєвих інтенцій адресанта, беручи до уваги об'єктивні та суб'єктивні фактори, за яких відбувається акт комунікації. Ці фактори зумовлюють не тільки структуру тексту взагалі, а і вибір прагмалінгвістичних мовних засобів для досягнення мовленнєвого впливу в рамках кожної стратегії зокрема. Кожна стратегія реалізується за допомогою певних мовленнєвих тактик. Кожна тактика є сукупність прийомів, які обумовлюють використання тих або інших мовленнєвих прийомів [3, 61].

Перша стратегія – стратегія на пониження – передбачає зниження мовленнєвого впливу суперника на аудиторію через низку мовленнєвих тактик.

1. Тактика аналіз – «мінус» – розгляд, аналіз ситуації, обґрунтований фактами, як такий, що виражає негативне ставлення до сказаного, до людей або їх вчинків.

When the average American family saw its income go up \$7,500 instead of down \$2,000 like it has under George Bush [5].

Коли середньостатистична американська сім'я побачила зростання доходів на 7,500\$, а не зниження на 2,000\$ як це було за часи Джорджа Буша

2. Тактика звинувачення – надання кому-небудь вини, визнання провини за що-небудь, розкриття, виявлення чийх-небудь невідповідних дій, намірів, якостей.

If John McCain wants to follow George Bush with more tough talk and bad strategy, that is his choice [6].

Якщо Джон МакКейн хоче наслідувати Джорджа Буша з його жорсткими розмовами та поганою стратегією, це його вибір.

3. Тактика безособового звинувачення – звинувачення, при якому не гадаються винуватці засуджених дій або вчинків.

We need a President who can face the threats of the future, not keep grasping at the ideas of the past [5].

Нам потрібен президент, який готовий зустріти загрози майбутнього, а не буде триматись за ідеї минулого

4. Тактика викриття – приведення фактів та аргументів, які роблять очевидними провини опонента.

He's said no to higher fuel-efficiency standards for cars, no to investments in renewable energy ... [5].

Він сказав «Ні» більш високим стандартам паливозберігання для автомобілів, «Ні» інвестиціям в альтернативні джерела енергії ...

5. Тактика образи – приниження, шпигання, що супроводжується як приведенням доказів, так і емоційною складовою.

These guys are running on "No, We Can't," and proud of it! [6].

Ці хлопці повторюють «Ні, ми не можемо» та пишуться цим!

З наведених вище прикладів бачимо, що адресант як експліцитно, так і імпліцитно виражає своє негативне ставлення до опонента та його дій. Можна прослідкувати чітке бажання дискредитувати суперника. Для вираження своїх інтенцій Барак Обама, наприклад, використовує синтаксичні конструкції протиставлення – *instead of* (а не, замість); *who can face ..., not keep grasping* (який готовий зустріти ..., а не буде триматись), використовуються паралельні конструкції для посилення експлікації – *no to higher fuel-efficiency..., ... no to investments* (ні вищій ефективності пального..., ... ні інвестиціям).

Намір піднести себе вище за супротивника передбачає стратегію на підвищення. Ця стратегія виражає прагнення мовця максимально збільшити значення самого себе, створити кращий мовленнєвий образ у адресата. Дана стратегія реалізується за допомогою наступних тактик:

1. Тактика аналіз-«плюс» – розгляд ситуації, заснований на фактах, що виражає позитивне ставлення мовця до ситуації.

I've seen it in the soldiers who re-enlist after losing a limb [5].

Я бачив це в солдатах, які знову записуються в армію, втративши кінцівку.

2. Тактика презентації – зображення когось в привабливому вигляді.

Promise is the only reason I am standing here tonight [6].

Обіцянка – єдина причина, з якої я стою тут сьогодні.

3. Тактика неявної саморепрезентації – зображення себе в привабливому, вигідному образі, але опосередковано, не вказуючи прямо на референт позитивного оцінювання.

And we are here to restore that legacy [5].

І ми тут щоб відновити цю спадщину.

4. Тактика відведення критики – приведення фактів, аргументів з ціллю доказати невинність, виправдати певні дії або вчинки.

Even when I was running for this office, we knew it would take time to reverse the damage of... [5].

Навіть коли я балатувався на посаду президента, я знав, що буде потрібен час, щоб анулювати шкоду від...

Наявність в політичному дискурсі адресата-спостерігача обумовлює реалізацію стратегії театральності. Основна задача політичного спічу є мовленнєвий вплив саме на аудиторію, залучення адресата до ситуації, а вже через це – маніпуляція поглядами слухачів. Фактор аудиторії, яку мовець постійно враховує, обумовлює наявність стратегії театральності в політичному дискурсі. Як і інші стратегії, вона представлена певним набором тактик.

1. Тактика спонування – заклик до якої-небудь дії, прийняття точки зору.

On November 4th, we must stand up and say: "Eight is enough" [6].

4–го жовтня ми повинні встати та заявити: «Вісім – достатньо».

2. Тактика кооперації – такий спосіб звернення до адресата, за допомогою якого мовець конструює образ останнього, апелюючи до його цінностей, носієм яких (за думкою мовця) він є.

But we also rise or fall as one nation [6].

Але ми також опускаємося та піднімаємося як одна нація

3. Тактика розмежування – виявлення відмінностей в позиціях та точках зору.

We are a better country than this [5].

Ця країна краща за все.

4. Тактика інформування – приведення даних та факторів, що не супроводжується вираженням ставлення мовця.

And when I hear a woman talk about the difficulties of starting her own business, I think about my grandmother... [5].

І коли я чую як жінка розказує про те, як важко починати свій бізнес, я думаю про свою бабусю...

5. Тактика обіцянки – добровільне зобов'язання зробити що-небудь.

I will build new partnerships! [5].

Я збудую нові партнерські відносини!

6. Тактика прогнозування – прогноз, судження про майбутній розвиток подій на підставі інтерпретації різних наявних даних.

Because next week the same party will ask this country for... [6].

Тому що наступного тижня та ж сама партія попросить країну про...

7. Тактика іронізування – здійснення впливу за допомогою контрасту між тим, що сказано та тим, що мається на увазі.

He said that our economy has made "great progress" under this President.

Він сказав, що наша економіка досягла «величезного прогресу» при теперішньому президенті.

Зразки всіх зазначених прагмалінгвістичних засобів можна виявити в мові Б. Обами, проаналізувавши його спіч від 28 серпня 2008 року в місті Денвер, штат Колорадо (в руслі мовленнєвих тактик, що зазначені вище).

Своє звернення Б.Обама починає з тактики кооперації «*I address all my fellow citizens of this great nation*» (*Я звертаюсь до всіх співвітчизників цієї великої нації*). При цьому лексично, за допомогою епітетів, підкреслюється, що мовець є частиною нації, те, що цей народ є особливим, як для самого політика так і взагалі в світі.

We meet at the moment when our nation is at war, our economy is in turmoil, and the American promise has been threatened once more [5]. (*Ми зустрічаємося в час, коли наша нація веде війну, в нашій економіці безлад, коли американська обіцянка знову під загрозою*). В цьому реченні Б. Обама використовує тактику кооперації, підкреслюючи паралельними конструкціями «*our*», що вони є єдиною нацією. Також можна прослідкувати тактику безособового звинувачення, для вираження якої використовуються пасивні конструкції. Констатується факт негативних дій та їх наслідків, але виконавець не називається, бо адресат сам розуміє на кого вказує політик – за допомогою імплікативної інформації.

But the failure to respond is a direct result of a broken politics in Washington and the failed policies of George W. Bush [6]. (*Але неспроможність відреагувати є прямим результатом невірних політичних переконань в Вашингтоні та провальної політики Джорджа Буша*). Бараком Обамою експліцитно використано тактику прямого звинувачення. Повторення *fail* посилює роль цього слова, яке має негативну конотацію.

В наступних прикладах бачимо тактику розмежування «*America, we are better than these last eight years* (*Америка, ми кращі, ніж в ці останні вісім років*)». *This country is more decent than...* (*Ця країна більш пристойна, ніж...*). *This country is more generous* (*Ця країна більш щедра, ніж...*). *We are more compassionate than...* [5]. (*Ця країна більш жаліслива, ніж...*)

Мовець використовує паралельні синтаксичні конструкції, аби посилити експліцитність, мовленнєвий вплив на аудиторію. Політиком не називаються діячі, але зрозуміло, що він не розділяє точку зору опонентів. Б.Обама, опосередковано виражає свою негатию щодо подій та суджень опонентів.

On November 4th, we must stand up and say: "Eight is enough." [5]. (*Четвертого листопада ми повинні встати та заявити «Вісім – достатньо»*). Далі Б. Обама використовує модальне дієслово *must*, щоб спонукати аудиторію, але замість *you*, використовується займенник *we*. Таким чином спонукання отримує форму «непрямого», направленою як на адресата, так і на адресанта. Тактика спонукання пересікається з тактикою кооперації.

Senator McCain has been anything but independent [5]. (*Сенатор МакКейн був яким завгодно, але не незалежним*). В даному випадку Бараком Обамою використовується тактика звинувачення, бо не було наведено ніяких фактичних прикладів, лише бачення мовця. Мовцем був використаний прийом заперечного порівняння, яке додає емпізи висловлюванню. Антонімічний переклад (наприклад «був залежним») не передав би тої самої експлікації, яка є в оригіналі.

In Washington, they call this the Ownership Society, but what it really means is – you're on your own. Out of work? Tough luck. No health care? The market will fix it. Born into poverty? Pull yourself up by your own bootstraps – even if you don't have boots. You're on your own [5]. (*У Вашингтоні це називають Суспільством Власності, але насправді це значить, що ви – самі по собі. Втратили роботу? Не пощастило. Немає медичного забезпечення? Ринок це виправить. Народились в бідності? Піднімайтесь своїми силами – навіть якщо немає сил. Ви самі по собі*). В цьому прикладі бачимо використання тактики іронізування, коли політик наводить думки або слова своїх опонентів, які заздалегідь вважає невірними. Він передає монолог нібито однієї людини, яка відповідає на актуальні питання суспільства. Своєї відповіді на питання мовець не дає, але стверджує, що інша політична сила невірно відповідає на них.

Now is the time to finally meet our moral obligation [5]. (*Зараз час нарешті виконати наш моральний обов'язок*). Тактика кооперації переплітається з тактикою неявної саморепрезентації, за допомогою займенника *our* Б. Обама підкреслює, що не він один буде виконувати обов'язок, а що це заклик до всієї нації. Таким чином, він показує себе з позитивної сторони перед адресатом, не називаючи себе, Б. Обама позиціонує себе як частину нації, яка має певні цінності.

But what I will not do is suggest that the Senator takes his positions for political purposes [5]. (*Що я не буду робити – це пропонувати, щоб сенатор займав свою посаду заради політичних цілей*). Барак Обама використовує заперечення постулату, тим самим виказуючи свою точку зору, щодо проблеми та неявно звинувачує опонентів в невірних діях, хоча він і не називає виконавців. З висловлювання видно, що дія була скоєна, і зрозуміло ким.

Проаналізувавши спіч Барака Обама 28 серпня 2008 року нами були знайдені 106 прикладів використання різних мовленнєвих тактик, з яких 11 відносяться до стратегії на підвищення, 23 до стратегії на пониження та 72 до стратегії театральності. Основна більшість використаних тактик є саме ті, що відносяться до стратегії театральності, особливо часто вживаними є тактики кооперації та обіцянки. Як будь-який політик, що претендує на посаду, Барак Обама дає обіцянки, але часте використання стратегії кооперації є персональною особливістю його мовлення, часто тактики на підвищення або на пониження виражені не яскраво, бо політик прямо не виражає ні себе як позитивного діяча, ні опонента як негативного. Б. Обама апелює до аудиторії, а вже через неї виражає своє ставлення. Наведемо декілька прикладів таких особливостей.

I don't believe that Senator McCain doesn't care what's going on in the lives of Americans, I just think he doesn't know [5]. (*Я не вважаю, що сенатору МакКейн все одно, що робиться в житті Американців, я просто думаю, що він не знає*). В першому реченні Б.Обама виправдовує, відводить критику від свого опонента, що не

є звичайним прийомом в політиці, але наступним реченням він констатує все ж таки невірні дії або погляди опонента, тільки вже іншими засобами. Таким чином, Барак Обама показує себе як ввічливу людину, що поважає свого опонента, хоча все – таки імпліцитно передає адресату негативне ставлення до нього. Для реалізації даних стратегій були використані паралельні конструкції з лексичними синонімами *I believe, I think* та паралельні конструкції *he doesn't care, he doesn't know*.

It's not because John McCain doesn't care. It's because John McCain doesn't get it [6]. (Це не тому, що Джону МакКейну все одно. Це тому, що Джон МакКейн не розуміє). Повтор в даному випадку використаний для посилення мовленнєвого впливу на адресата.

This election has never been about me. It's been about you [6]. (Ці вибори ніколи не були через мене, вони були через вас). Бачимо як Б. Обама апелює до цінностей людей, до їх сподівань, позиціонує себе не як лідера, а як будь якого іншого члена суспільства, як представника, а не як головного діяча. Б. Обама відходить від звичного образу політичного лідера, буде імідж громадянина, одного з багатьох, з тими ж самими цінностями, як і в інших людей.

При перекладі спічів політичних діячів дуже важливо звернути увагу не тільки на зміст промови, а саме на різні прагмалінгвістичні засоби впливу на аудиторію. Вибір лінгвістичної «маски» політика в цілому та лінгвістичних засобів її мовленнєвої експлікації зокрема проводиться на основі прогнозування аудиторії, її очікувань. Залежно від аудиторії мовець обирає певні мовленнєві тактики та стратегії, котрі треба реалізувати певним набором лінгвістичних та екстралінгвістичних засобів.

На відміну від багатьох текстів інших жанрів політичного дискурсу, основну роль в текстах політичних спічах відіграє саме ілюктивна частина. Саме ці мовленнєві засоби дають можливість політику здійснювати відкритий або непрямий вплив на адресата. При перекладі політичних спічів необхідно зберегти прагмалінгвістичні засоби створення мовленнєвих тактик та стратегій тексту оригіналу – це і виступає предметом подальшого дослідження.

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ РЕЧЕВЫХ ТАКТИК

А.Н. Волков

В статье рассмотрены речевые тактики и стратегии, которыми пользуется политический деятель для достижения речевого воздействия на адресата и прагмалингвистические способы их реализации.

Ключевые слова: речевой имидж, речевые тактики и стратегии, прагмалингвистические способы, политический дискурс.

PRAGMALINGUISTIC MEANS OF SPEECH TACTICS REALIZATION

О.М. Volkov

The article deals with speech tactics and strategies, which are used by a politician to gain speech influence on the addressee and pragmalinguistic means of their realization.

Key words: speech image, speech tactics and strategies, pragmalinguistic means, political discourse.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лосев А.Ф. История античной эстетики: Софисты. Сократ. Платон / А.Ф. Лосев. – М., 1969.
2. Михальская А.К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике / А.К. Михальская. – М.: Изд. центр «Academia», 1996. – 192 с.
3. Михалёва О.Л. Политический дискурс: способы реализации агональности / О.Л. Михалёва. – Москва, 2001. – 118 с.
4. Шейгал Е.И. Концепты и категории дискурса / Е.И. Шейгал // Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград: Парадигма, –2006. – 24 – 39;
5. <http://obamaspeeches.com/E10-Barack-Obama-The-American-Promise-Acceptance-Speech-at-the-Democratic-Convention-Mile-High-Stadium-Denver-Colorado-August-28-2008.htm>
6. <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2010/09/13/remarks-president-barack-obama-prepared-delivery-back-school-speech>

Надійшла до редакції 8 листопада 2010 р.