

5. Карасик В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.
6. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса / А. В. Олянич – Волгоград : Парадигма, 2004. – 507 с.
7. Панкратова О. А. Лингвосомиотические характеристики спортивного дискурса: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / О. А. Панкратова. – Волгоград, 2005. – 228 с.
8. Снятков К. В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / К. В. Снятков. – Череповец, 2008. – 245 с.
9. <http://bnc.bl.uk/saraWeb.php?qy=fitness&mysubmit>
10. <http://www.youtube.com/watch?v=D0rafBJGDas>
11. <http://www.youtube.com/watch?v=e0wW-Us2B1Y>
12. <http://www.youtube.com/watch?v=zSUZgUQrBqE>

Статтю подано до редколегії
16.03.2012 р.

УДК 811.111'373

Є. В. Богатирьова – асистент кафедри перекладу
Приазовського державного технічного університету

Лексико-стилістичні засоби реалізації дискурсивних стратегій і тактик комунікантів англомовних політичних дебатів

Роботу виконано на кафедрі перекладу ПДТУ

У статті відображено результати аналізу англомовних політичних дебатів із точки зору співвіднесення лексико-стилістичних засобів, що вживаються комунікантами, та дискурсивних стратегій, які реалізуються ними в рамках досліджуваного матеріалу.

Ключові слова: політичний дискурс, англомовні політичні дебати, лексико-стилістичні засоби, дискурсивна стратегія, дискурсивна тактика.

Богатирева Е. В. Лексико-стилистические средства реализации речевых стратегий и тактик коммуникантов англоязычных политических дебатов. В статье отражены результаты анализа англоязычных политических дебатов с точки зрения соотношения лексико-стилистических средств, которые употребляются коммуникантами, и речевых стратегий, которые реализуются ими в рамках исследуемого материала.

Ключевые слова: политический дискурс, англоязычные политические дебаты, лексико-стилистические средства, дискурсивная стратегия, дискурсивная тактика.

Bogatyryova E. V. Lexical Stylistic Means of the English Political Debates Communicants Speech Strategies and Tactics Realization. The article reflects the results of the English political debates study which was aimed at correlating the lexical stylistic means used by the communicants and the speech strategies and tactics found in the material analyzed.

Key words: political discourse, English political debates, lexical and stylistic features, discourse strategy, discourse tactics.

Постановка наукової проблеми та її значення. Передвиборчі політичні дебати як площа, у якій політичні лідери вступають у комунікативну взаємодію із великою аудиторією, є вагомою складовою частиною породження та розвитку смислів у соціальному інституті політики. Фрагмент політичної реальності, який конструюється базовими комунікантами політичних дебатів – політиками, будується на основі дискурсивних стратегій і тактик, що реалізуються ними. Розуміння цього спричиняє доцільність дослідження політичних дебатів у прагматистичному аспекті.

Об'єктом дослідження є англомовні політичні передвиборчі дебати, а **предметом** – роль лексико-стилістичних засобів у реалізації дискурсивних стратегій і тактик комунікантів досліджуваного типу дискурсу. Хоча англомовні політичні дебати вже виступали об'єктом дискурсивних досліджень вітчизняних та іноземних учених, прагматистичний аспект цього типу дискурсу ще не ставав предметом наукового висвітлення.

Матеріалом дослідження слугували тексти передвиборчих політичних дебатів англомовних політиків США (2008 рік, політичні дебати між Бараком Обамою та Джоном Маккейном) та Великої Британії (2010 рік, політичні дебати між Ніком Клеггом, Гордоном Брауном та Девідом Кемероном).

Актуальність дослідження визначається його відповідністю сучасній антропоцентричній парадигмі, яка характеризується загальним інтересом до механізмів мовленнєвого впливу.

Метою роботи є систематизація лексико-стилістичних засобів, які сприяють вербалізації дискурсивних стратегій комунікантів англомовних політичних дебатів та їх співвіднесення із номенклатурою дискурсивних стратегій і тактик, що слугують їхній реалізації.

Досягнення мети передбачає вирішення таких завдань:

- виокремити в досліджуваному матеріалі лексико-стилістичні засоби, які сприяють реалізації дискурсивних стратегій комунікантів;
- установити ієрархію лексико-стилістичних засобів за частотою вживання в типі дискурсу, що досліджується;
- виявити кореляційні зв'язки між окремими лексико-стилістичними засобами і стратегіями й тактиками англомовних політичних дебатів.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Аналізуючи лексико-стилістичні засоби реалізації дискурсивних стратегій і тактик комунікантів англомовних політичних дебатів, ми брали за основу класифікацію тропів (лексичних зображувально-виразних засобів [1, 82]) за І. В. Арнольд, включаючи в перелік епітет, який І. В. Арнольд визначає як лексико-синтаксичний стилістичний засіб [1, 88]. Багато вчених, проте, зараховує його до лексичних засобів [2, 217–218; 4, 143–148; 7, 23].

У дослідженні використано систематизація стратегій і тактик, на основі робіт Т. А. ван Дейка [5, 274–277], В. А. Ущиної [8], І. Ф. Бублик [3], В. П. Шейнова [9], Г. А. Копніної [6], а також здобутки теорії аргументації. Приклади, які наведено в статті, відібрано з урахуванням частотності вживання дискурсивних тактик та стратегій того чи іншого рівня: у статті розміщені ті приклади, які демонструють уживання дискурсивних стратегій і тактик, що є найбільш поширеними в матеріалі дослідження. Це пов'язано з використанням номенклатури виокремлених нами дискурсивних стратегій, яка характеризується широким розгалуженням, починаючи з третього рівня деталізації – локальних дискурсивних субстратегій і тактик, що унеможливорює демонстрацію всього спектра дискурсивних стратегій, виявлених у матеріалі дослідження у зв'язку з аналізом прагматистичної структури в межах цієї статті.

Аналіз використання стилістичних функцій лексики в політичному дискурсі, який було проведено на матеріалі англомовних політичних дебатів, виявив, що для цього типу дискурсу не є характерним уживання широкого розмаїття лексико-стилістичних засобів. Це пов'язано, на нашу думку, зі спонтанністю мовлення в політичних дебатах, яка є вагомою перешкодою мовцям для вживання складних стилістичних прийомів.

Найпоширенішим лексичним стилістичним засобом у тексті досліджуваних політичних дебатів є епітети, переважно пояснювальні, причому кількісно переважають епітети з позитивною оціночною конотацією. 68 % епітетів, виявлених у досліджуваному матеріалі, вживаються в рамках висловлювань, у яких реалізується локальна дискурсивна стратегія позитивної самопрезентації:

(1) *OBAMA: And, absolutely, I wanted a cessation of the violence, because it put an enormous strain on Georgia...*

У прикладі (1) епітет «enormous» сприяє реалізації локальної субстратегії позитивної презентації себе як особистості в рамках локальної стратегії позитивної самопрезентації. Для реалізації субстратегії Б. Обама вживає тактику чесної аргументації «*argumentum ad veritatem*» й маніпулятивні тактики «маніпулювання потребою у безпеці» та «маніпулювання співчуттям».

(2) *OBAMA: I've got a plan for us to make a significant investment over the next 10 years to do that.*

(3) *OBAMA: We had the highest fatalities among U. S. troops this past year than at any time since 2002.*

(4) *CAMERON: I'm incredibly proud of my country.*

У прикладах (2)–(4) епітет виконує функцію привернення уваги до фрагмента висловлювання, у якому в межах локальної стратегії позитивної самопрезентації реалізується локальна субстратегія позитивної презентації себе як носія соціальної ролі та статусу. Указана локальна субстратегія в

наведених прикладах реалізується за допомогою тактики чесної аргументації «*argumentum ad veritatem*» (2), маніпулятивних тактик «маніпулювання потребою в безпеці» (3), «маніпулювання співчуттям» (приклад 3), «маніпулювання почуттям патріотизму» (4).

(5) MCCAIN: *And I think that those men and women in those agencies are doing a great job.*

У прикладі (5) епітет «*great*» сприяє реалізації локальної субстратегії позитивної презентації особистісного оточення. Засобом реалізації вказаної субстратегії виступає тактика чесної аргументації «*argumentum ad rem*».

Відповідно, у 32 % проаналізованих прикладів епітети вживаються в рамках висловлювань, у яких реалізується локальна дискурсивна стратегія негативної презентації опонента:

(6) OBAMA: *... but to deal with many of the rogue states we've talked about...*

У цьому прикладі епітет використано для посилення прагматистичного ефекту висловлювання при реалізації локальної субстратегії негативної презентації опонента як носія соціальної ролі та статусу. Указана локальна субстратегія реалізується за допомогою маніпулятивних тактик «маніпулювання потребою в безпеці» та «політичний міф».

Приклад (7), у якому ілюкутивна сила висловлювання посилюється вживанням епітета «*fundamental*», характеризується одночасною реалізацією протилежних за прагматичною спрямованістю локальних субстратегій: локальних субстратегій позитивної самопрезентації та негативної презентації опонента. Указані локальні субстратегії реалізуються мовцем за допомогою тактики чесної аргументації «*argumentum ad rem*»:

(7) MCCAIN: *And so we just have a fundamental difference of opinion.*

Метафоричні епітети (8) характеризуються значно нижчою частотністю вживання, ніж інші, та походять переважно від стертих метафор. У 56 % проаналізованих прикладів метафоричні епітети сприяють реалізації локальної дискурсивної стратегії позитивної самопрезентації:

(8) OBAMA: *...demands a sharp response from the international community and our allies.*

У прикладі (8) епітет виконує функцію привернення уваги до фрагмента висловлювання, у якому за допомогою тактики «*argumentum ad rem*» реалізується локальна субстратегія позитивної презентації себе як носія соціальної ролі та статусу.

Метафора є другим за чисельністю тропом, представленим у матеріалі дослідження. 73 % метафор, виявлених у матеріалі дослідження, уживаються політиками в межах висловлювань, у яких ними реалізується локальна дискурсивна стратегія позитивної самопрезентації, причому пріоритетною субстратегією в цьому випадку є локальна субстратегія позитивної презентації себе як носія соціальної ролі та статусу (9–14):

(9) MCCAIN: *The average South Korean is three inches taller than the average North Korean, a huge gulag.*

(10) OBAMA: *... It is important for us to understand that the way we are perceived in the world is going to make a difference, in terms of our capacity to get cooperation and root out terrorism...*

(11) OBAMA: *... and some of those loose nukes could fall into the hands of al Qaeda.*

(12) MCCAIN: *And Russia has now become a nation fueled by petro-dollars ...*

(13) MCCAIN: *That was the key legislation at the time and put us on the road.*

(14) MCCAIN: *But we still have a long way to go...*

У наведених прикладах локальна субстратегія позитивної презентації себе як носія соціальної ролі та статусу реалізується за допомогою тактик «*argumentum ad veritatem*» (9), «*argumentum ad rem*» (13), «маніпулювання потребою в безпеці» (9)–(12), «політичний міф» (10), (12), «теорія змови» (11), тактика нечіткого формулювання тези в поєднанні з тактикою «магія слова» (14).

Спостерігаються певні тенденції в семантиці метафор: зафіксоване їх широке застосування із семами шляху, зокрема, неодноразове вживання обома опонентами метафори «*to have a long way to go*», що відповідає тематичній спрямованості цього типу дискурсу – однією з ключових є тема майбутнього країни та впливу на нього мовця.

На відміну від прикладів, у яких метафора сприяє реалізації локальної дискурсивної стратегії позитивної самопрезентації, висловлювання, у яких метафори сприяють реалізації локальної дискурсивної стратегії негативної презентації опонента, спрямовані на привернення уваги до особистих якостей політиків (локальна субстратегія негативної презентації особистості опонента):

(15) OBAMA: ... *he's spewing his nonsense and his vile comments, which is ridiculous...*

(16) MCCAIN: *We seem to come full circle again.*

У прикладах (15) та (16) метафори функціонують у висловлюваннях, де локальна субстратегія негативної презентації особистості опонента реалізується за допомогою тактики чесної аргументації «*argumentum ad rem*» та тактики нечесної аргументації «*argumentum ad personam*».

Уживання двочленних метафор є обмеженим. Проте в деяких випадках, як у наведеному нижче прикладі, зниження стилістичного ефекту за рахунок збільшення інтенсивності квантування компенсується образним характером метафори та досягненням конвергенції за рахунок уживання епітета в безпосередньому оточенні:

(17) OBAMA: ...*America is that shining beacon on a hill.*

У наведеному прикладі двочленна метафора використана для посилення прагмастилістичного ефекту висловлювання при реалізації локальної субстратегії позитивної презентації себе як носія соціальної ролі та статусу. Указана локальна субстратегія реалізується за допомогою маніпулятивної тактики «маніпулювання почуттям патріотизму».

Наступним лексико-стилістичним засобом за частотою вживання є метонімія. Слід зауважити, що серед виокремлених у матеріалі дослідження випадків вживання метонімії не спостерігаються індивідуально-авторські, через що уживання цього тропу не має великого впливу на збільшення експресивності висловлювання. Як і у висловлюваннях зі вживанням епітетів та метафор, серед прикладів, що містять метонімію, переважають ті, у яких реалізується локальна стратегія позитивної самопрезентації:

(18) MCCAIN: *I think it's much less than it was the day after 9/11.*

(19) OBAMA: *And I actually believe that we need missile defense, because of Iran and North Korea...*

У прикладах (18) та (19) метонімія функціонує у висловлюваннях, у яких за допомогою маніпулятивної тактики «маніпулювання потребою в безпеці» реалізується локальна субстратегія позитивної презентації себе як носія соціальної ролі та статусу.

У дослідженому матеріалі виявлено також уживання іронії. Експресивно-іронічне переосмислення в наведеному нижче прикладі відбувається в рамках одного слова:

(20) MCCAIN: *We don't know what the status of the dear leader's health is today, but we know this, that the North Koreans have broken every agreement that they've entered into.*

У прикладі (20) іронія сприяє реалізації локальної субстратегії позитивної презентації себе як носія соціальної ролі та статусу. Указана локальна субстратегія в наведеному прикладі реалізується за допомогою тактики «політичний міф» та «маніпулювання потребою в безпеці». Стилістичний ефект у прикладі збільшується за рахунок паралельного вживання антитези.

Наступним лексичним стилістичним засобом за частотністю вживання після іронії є гіпербола:

(21) NICK CLEGG: *We have had both major parties running government over the last twenty years talking tough about and delivering complete chaos in the way in which it's run.*

У наведеному прикладі гіпербола використана для посилення прагмастилістичного ефекту висловлювання при реалізації локальної субстратегії негативної презентації політичного оточення опонента в рамках локальної стратегії негативної презентації опонента. Для реалізації субстратегії вживається тактика чесної аргументації «*argumentum ad veritatem*».

У проаналізованому матеріалі зустрічаються випадки вживання літоти:

(22) NICK CLEGG: *You can only do that if you cut out spending elsewhere which isn't being well spent.*

(23) GORDON BROWN: *This is not correct.*

В обох наведених прикладах літота сприяє реалізації локальної дискурсивної субстратегії негативної презентації опонента як носія соціальної ролі та статусу (у межах локальної дискурсивної стратегії негативної презентації опонента). Указана субстратегія реалізується за допомогою тактики «дотримання принципів увічливості», яка функціонує в рамках групи тактик, що ґрунтуються на експлуатації стандартних соціальних ролей та стереотипів поведінки. Потрібно зазначити, що уживання у висловлюваннях із саме такою стратегічно-тактичною організацією є характерним для літоти (81 % випадків уживання). На нашу думку, це обумовлено специфікою цього лексичного стилістичного засобу, який слугує, між іншим, для демонстрації підкресленої уміркованості вираження [1, 84].

У тексті політичних дебатів, що були об'єктом аналізу, спостерігаються поодинокі випадки вживання алегорії:

(24) MCCAIN: *I looked into Mr. Putin's eyes, and I saw three letters, a «K», a «G», and a «B».*

У цьому випадку алегорія проявляється у вигляді умовного вираження абстрактного зла за допомогою конкретного його елементу. У прикладі алегорія виконує функцію привертання уваги до фрагмента висловлювання, у якому за допомогою маніпулятивних тактик «маніпулювання потребою в безпеці», «політичний міф» та «магія слова» реалізується локальна субстратегія позитивної презентації себе як носія соціальної ролі та статусу.

Висновки. Отже, проаналізувавши лексико-стилістичні засоби реалізації дискурсивних стратегій і тактик комунікантів англomовних політичних дебатів, ми отримали такі результати:

– серед виявлених лексичних стилістичних засобів, які сприяють реалізації дискурсивних стратегій англomовних політичних дебатів, спостерігається таке відсоткове розподілення з точки зору частотності вживання (з округленням до десятих): 35,1 % – епітети, 26,9 – метафора, 18,3 – метонімія, 8,8 – іронія, 6,1 – гіпербола, 4,2 – літопа, 0,6 % – алегорія;

– кількісне розподілення випадків реалізації окремих локальних дискурсивних стратегій, локальних дискурсивних субстратегій та тактик у межах висловлювань, у яких функціонують лексичні стилістичні засоби, відображає співвідношення, характерні для матеріалу дослідження загалом. Переважає реалізація локальної стратегії позитивної самопрезентації (59 % порівняно, відповідно, із 41 % для стратегії негативної презентації опонента). Пріоритетною локальною субстратегією, яка вербалізується в межах висловлювань, у яких функціонують лексичні стилістичні засоби, є локальна субстратегія позитивної презентації себе як носія соціальної ролі та статусу (21 % порівняно з 23 % загалом в матеріалі дослідження). Домінуючими тактиками на лексико-стилістичному зрізі дослідження є маніпулятивна тактика «маніпулювання потребою в безпеці» та аргументативна тактика «argumentum ad veritatem», що також відповідає розподіленню тактик у матеріалі дослідження загалом (відповідно, 42 та 22 %; 43 та 19 %).

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в комплексному аналізі функціонування в прагматичній канві англomовних політичних дебатів лексичних, синтаксичних, морфологічних та фонетичних стилістичних засобів.

Список використаної літератури

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка (стилистика декодирования) : учеб. пособие для студ. пед. ин-тов по спец. «Иностр. яз.» / И. В. Арнольд. – 3-е изд. – М. : Просвещение, 1990. – 300 с. – ISBN 5-09-001781-6.
2. Брандес М. П. Стилистика текста / М. П. Брандес. – М. : Прогресс-Традиция ; ИНФРА-М, 2004. – 416 с. – ISBN 5-89826-185-0.
3. Бублик И. Ф. Коммуникативно-прагматические и лингвистические аспекты реализации вербальной агрессии в парламентском дискурсе ФРГ : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Бублик Ираида Федоровна. – Харьков, 2004. – 212 с. – Библиогр. : с. 184–202.
4. Гальперин И. Р. Стилистика английского языка / И. Р. Гальперин. – М. : Высш. шк., 1981. – 334 с.
5. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк; [пер. с англ. ; сост. В. В. Петров]. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с. – ISBN 5-80157-202-3.
6. Копнина Г. А. Речевое манипулирование: учеб. пособие / Г. А. Копнина. – 2-е изд. – М. : Флинта, 2008. – 176 с. – ISBN 978-5-9765-0060-0.
7. Кухаренко В. А. Практикум з стилістики англійської мови : підручник / В. А. Кухаренко. – Вінниця : Нова книга, 2000. – 160 с. – ISBN 966-95804-3-9.
8. Ущина В. А. Соціолінгвістична категорія домінантності та її реалізація в англomовному політичному дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Ущина Валентина Антонівна. – К., 2003. – 19 с.
9. Шейнов В. П. Скрытое управление человеком (психология манипулирования) / В. П. Шейнов. – Москва : ООО «Изд-во АСТ», Минск : Харвест, 2001. – 848 с. – ISBN 5-17-0107-60-9.

Статтю подано до редколегії
16.03.2012 р.