

## МОВОЗНАВСТВО

---

---

### ВИРАЖЕННЯ ЕКСПРЕСИВНОСТІ КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

**Алексенко С. Ф.**

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка*

У статті розглянуто мовне вираження категорії експресивності комунікативно-прагматичної стратегії ідентифікації в англomовному політичному дискурсі. Увагу зосереджено на суті експресивності як лінгвістичної категорії в політичних промовах, на її мовній реалізації в тактиках створення колективного образу та посилення на власний досвід, зокрема на лексичному та стилістичному рівнях.

*Ключові слова:* політичний дискурс, експресивність, комунікативні стратегії і тактики.

В статье рассматривается языковое выражение категории экспрессивности коммуникативно-прагматической стратегии идентификации в англоязычном политическом дискурсе. Внимание сосредоточено на сути экспрессивности как лингвистической категории в политических выступлениях, на ее языковой реализации в тактиках создания коллективного образа и ссылки на собственный опыт, в частности на лексическом и стилистическом уровнях.

*Ключевые слова:* политический дискурс, экспрессивность, коммуникативные стратегии и тактики.

The article deals with the language means of the category of expressiveness of the communicative strategy of identification in the English political discourse. The focus of attention is placed on the essence of expressiveness as a language category in political speeches, on its linguistic representation in the tactics of the shared image creation and reference to experience, on the lexical and syntactical levels in particular.

*Key words:* political discourse, expressiveness, communicative strategies and tactics.

Сучасний етап наукових лінгвістичних розвідок характеризується загальною тенденцією до вивчення різноманітних комунікативно-прагматичних стратегій і тактик та засобів створення їх експресивності на основі синтезу новітніх наукових підходів. Вивчення політичного дискурсу, його персуазивної функції як здатності мовних одиниць здійснювати результативний експресивний вплив, спонукаючи цільову аудиторію до певних дій, є одним із найбільш актуальних на сьогодні завдань політичної лінгвістики.

Класичне тлумачення змісту поняття “політичний дискурс” передбачає розуміння останнього як класу жанрів, обмеженого соціальною сферою, а саме політикою. Урядові обговорення, парламентські дебати, партійні програми, промови політиків – це ті жанри, які належать сфері політики. Визначальною ознакою політичного дискурсу є його спрямованість на адресата з метою досягти очікуваного перлокутивного ефекту – спонукати аудиторію до суспільно-політичної реакції. Як правило, учасники політичної комунікації представляють певні суспільно-політичні позиції, а обмін інформацією відбувається з яскраво вираженими прагматичними цілями, тобто комунікативний процес у політиці завжди має інтенційний характер.

**Актуальність.** Вивчення політичного дискурсу є актуальним в умовах сьогодення, оскільки він віддзеркалює соціально-політичні реалії суспільства. Політичний дискурс як форма інституційного дискурсу реалізується в інституційному середовищі, наприклад, засідання уряду,

сесія парламенту, з'їзд політичної партії тощо. Дискурс може бути політичним лише, коли він супроводжує політичний акт у політичній обстановці [1, 4]. На відміну від міжособистісного і художнього, інституційне спілкування є статусно-орієнтованим, і в ньому беруть участь дві сторони – представники інститутів і “клієнти”. В політичному дискурсі “клієнт” масовий. Оскільки владний статус вимагає дотримання певної дистанції у спілкуванні, між політиками й народом існує символічна дистанція. Політичний дискурс як клас жанрів, що обмежений певною соціальною сферою, охоплює такі їх вияви: урядові обговорення, парламентські дебати, партійні програми, політичні промови.

У цій статті зосередимося на комунікативно-прагматичних стратегіях політичних промов та мовних засобах вираження їхньої експресивності.

Структура політичної промови складається з трьох дискурсивних смислових конститuentів: вступної частини, основної та заключної. При цьому прагматичною домінантою вступної частини є встановлення контакту з аудиторією й формування уявлення про тематичну спрямованість виступу, основної – підтримка уваги й зацікавленості в основній темі виступу, в закріпленні політичних ідей, а функціональна специфіка заключної частини полягає в підведенні підсумків виступу та закликів до дії.

Для донесення інформації та впливу на свідомість та підсвідомість слухачів політик повинен використовувати певні засоби, так звані комунікативні стратегії, за допомогою яких промовець може маніпулювати цільовою аудиторією, адже переконання – це вміле використання / маніпулювання поняттями з ледве сприйманою різницею, завдяки чому відбувається практично непомітний перехід від одних переконань до інших [2, с. 19].

Оратору не обов'язково подавати у своїй промові природний хід подій та факти. Основним його завданням є побудувати таку промову, яка б могла переконати слухачів в істинності наведених фактів. Отже, комунікативна стратегія – це загальний всебічний план досягнення цілей, який є розробленням основних напрямів промови.

Вибір конкретної стратегії промови зумовлений різноманітними факторами, як-от: мета промови, комунікативні настанови та характер взаємодії зі слухачем. Перш ніж обрати відповідні стратегії та тактики для побудови політичної промови, потрібно побудувати мисленнєво-мовленнєву основу доповідача – концепцію. Концепція – це першооснова, система знань про предмет, відбита стисло і коротко, над якою власне й вибудовується стратегія, яка є реалізацією певної концепції. Стратегія як програма дій становить один із можливих варіантів реалізації концепції. Концепція – поняття сталі, тоді як стратегія – поняття варіативне, яке змінюється відповідно до ситуативної обстановки виголошення промови, отже, комунікативній стратегії звичайно притаманні такі ознаки, як значущість, варіативність, динамічність.

Щоб правильно обрати та застосувати комунікативну стратегію, важливо визначити її основні складові чинники. Насамперед це настанова, яка у свою чергу також має два компоненти – завдання та надзавдання. Наступним етапом побудови стратегії є формування кола питань із концепції промови. Важливо не лише виокремити ці питання, а й проаналізувати їх і сформулювати власне бачення розв'язання цих проблем.

Невід'ємним елементом побудови комунікативної стратегії промови є розроблення та передбачення можливих контраргументів з боку цільової аудиторії. Промовець повинен ніби стати своїм же опонентом, знайти суперечності у своїй концепції та підготувати відповіді на питання, які можуть виникнути з боку аудиторії.

Отже, можна виділити таку загальну послідовність дій будь-якої комунікативної стратегії: визначення настанови та виділення з концепції окремих питань, на які важливо дати відповідь у промові відповідно до специфічних особливостей цільової аудиторії; формулювання тези та відповідей на можливі контраргументи.

Експресивність як лінгвістична категорія вираження виразності, сили виявучуттів і переживань, як ознака інтенсифікації значення слів за шкалою зменшення або збільшення різних денотативних і конотативних сем набуває в рамках політичного дискурсу особливої ваги, оскільки саме через неї відбувається ідентифікація основних цілей та функцій політичного виступу, здійснюється підвищення уваги, активізація мислення, підсилення почуттєвої напруги аудиторії [3, с. 4]. Унаслідок актуалізації експресивних засобів, взаємодія яких дозволяє будь-якій одиниці мови бути носієм експресивності, мовлення політиків набуває експресії, тобто здатності виражати власний психологічний стан та давати аналіз ситуації, що склалася.

Суть експресії в політичному дискурсі полягає у функції впливу та в її зв'язку з комунікативною метою висловлення. Категорія експресивності зумовлюється насамперед інтенціями мовця і ситуацією спілкування. Основна роль експресивності полягає у забезпеченні діалогічної взаємодії з адресатом через експлікацію суб'єктивного відношення мовця до змісту висловлювання і до своєї мовленнєвої діяльності.

Експресивність, особливо в текстах політичних промов, зобов'язана поєднувати два плани змісту: інформаційний та суб'єктивний. Перший покликаний передавати суть реального чи ірреального, сучасного чи історично віддаленого поняття, події, факту з життя людини та суспільства взагалі, а другий поєднує суб'єктивне, індивідуальне бачення світу політиком і бажання вплинути на слухача: активізувати увагу, переконати, вмовити, залучити на свій бік, вразити, шокувати, епагувати, насмішити, роздратувати, спонукати до чогось, надихнути, задовольнити естетичні потреби.

У лінгвістиці існують різні визначення експресивності, але в їх основі лежить розуміння цієї категорії як акцентування змісту тексту за допомогою різноманітних мовних засобів та прийомів для найбільш ефективного впливу на особистість адресату, його емоційний стан. Іншими словами, під експресивністю розуміють здатність мовних одиниць до посилення впливу в акті комунікації. Щодо співвідношення емотивності та експресивності, варто зазначити, що вираження емоцій у мові завжди є експресивним, тоді як експресія в мові не завжди є емоційною [5, с. 75]. На відміну від емотивності вислову, яка пов'язана з реалізацією певної оцінки, експресивність співвідноситься з інтелектуальним наміром переконати в чомусь адресата, викликати очікуваний перлокутивний ефект, надати більшої виразності висловленню, виділити та підкреслити необхідні логічні зв'язки, переконати адресатів та сфокусувати їхню увагу на ключових моментах тексту.

Одним з невід'ємних складників політичної промови є емоційно-експресивна номінація, яка досягається через використання цілої низки мовних засобів – емфатичних займенників, допоміжного дієслова “do” в емфатичній функції, інвертованого порядку слів, емфатичних лексичних одиниць – прикметників, прислівників, іменників, дієслів, часток, у том числі мовних одиниць кількісної семантики типу: *gazillion; bazillion; plethora; myriad; many; so many; an awesome amount; a whole bunch of; tsunami of activity; as many as; as much as; as long as* тощо, *remarkably; extreme(ly); overwhelming(ly); definite(ly), entirely; considerably; significant(ly); particular(ly) noteworthy* тощо. Наявність у промовах великої кількості лексичних одиниць, що виражають високу позитивну оцінку, свідчить про значний експресивний потенціал перших.

Однією з комунікативно-прагматичних стратегій у політичних промовах є стратегія ідентифікації, а саме, наближення промовця як політичної фігури до електорату [6, с. 37]. Під час виголошення політичних промов, кандидати, з одного боку, прагнуть переконати виборців у власній винятковості, а з другого – залишитися в їхніх очах звичайними людьми. Вважається, що люди більше довіряють тим політикам, які схожі на них, і тому оратори прагнуть створити імідж пересічних громадян, прагнуть переконати аудиторію в тому, що політик “своя”, близька до народу людина. Іншими словами, головною метою адресанта є формування

довіри аудиторії та зближення з електоратом. Ця стратегія охоплює тактику створення колективного образу та тактику посилання на власний досвід. Вони реалізуються за допомогою мовних одиниць різних рівнів.

Тактика створення колективного образу, суть якої полягає в ототожненні політика з народом виявляється на лексичному рівні у вживанні промовцями елементів розмовної мови, а іноді і слів-паразитів: *kind of people, the kind of man ..., you know, friends, I believe, Labor's mess* (Девід Камерон); *You know, Michelle and I..., I am sorry to say that..., gamble your retirement..., I was pretty independent then...* (Гордон Браун).

Іншим способом реалізації тактики створення колективного образу є використання особового займенника *we* в називному та об'єктному відмінках. Так, в уривку з промови: *"But my arguments tonight are also the latest chapter in what has been a long conversation between us, because many of you here attended the regular events for faith groups and NGOs that I convened throughout my years at the Treasury and many of us are veterans together of those long-shared endeavours to secure for the poorest of the world debt cancellation and increased aid and fairer trade"* Гордон Браун ототожнює себе з народом, використовуючи лексеми *together, many of us*, і намагається дати зрозуміти виборцям, що вони та його партія є одностайними, і лише разом вони зможуть захистити країну та відновити чесну торгівлю.

В уривку промови Девіда Камерона: *"The role we play, the organisations we belong to... and yes – the fact our defence budget remains the 4th largest in the world... all this is not about national vanity – it's about our national interest"* спостерігаємо використання особового займенника *"we"* та присвійного *"our"* як засобів ототожнення з народом. Мовець прагне донести до слухачів, що той факт, що бюджет країни є одним з найбільших у світі, є спільною заслугою простих британців разом із політиками. У своїх промовах цей політик часто вдається до використання таких лексем, як *team, friends*, що показують його повагу та рівноправне ставлення до власного електорату: *"...We in this room are a team", "... And friends, you know what someone said about us recently?"*

На синтаксичному рівні зазначена тактика реалізується через уживання риторичних питань. Їх використання забезпечує контактовстановлюючу функцію та функцію персоніфікації. За допомогою цієї мовленнєвої фігури політик акцентує увагу на важливих положеннях, показує своє власне ставлення до проблеми, таким чином наближуючи себе до аудиторії. Як приклад наведемо уривок промови Девіда Камерона, яку він виголосив на з'їзді своєї партії: *"Apparently some Russian official said: Britain is "just a small island that no-one pays any attention to". Really? Let me just get this off my chest. When the world wanted rights, who wrote Magna Carta? When they wanted representation, who built the first Parliament? When they looked for compassion, who led the abolition of slavery? When they searched for equality, who gave women the vote? When their freedom was in peril, who offered blood, toil, tears and sweat? And today – whose music do they dance to? Whose universities do they flock to? Whose football league do they watch?"* Ця частина промови характеризується вживанням сімох риторичних запитань поспіль для встановлення тіснішого контакту з аудиторією і переконання британців у тому, що Великобританія не просто маленький острів, а демократична держава. Для того, щоб підтвердити свою думку, Девід Камерон використовує ідентичну структуру побудови кожного з питань – *"when...who?"*, у якій після питального слова *when* наводиться загальновідомий факт, що став проблемою світового масштабу, а після питального займенника *who*, який підсилює важливість участі в цьому процесі Великобританії, подається її розв'язання. Так, риторичні питання *...who wrote Magna Carta? ...who built the first Parliament? ...who led the abolition of slavery? ...who gave women the vote?* є очевидним доказом значного внеску Великобританії в розвиток світової демократії.

Застосовуючи стратегії ідентифікації, широко використовують повтори. Ці фігури підвищують загальну експресію, створюючи особливий ритм фрази або цілого смислового фрагмента, є засобом акцентування найважливіших, змістовних елементів промови. Так, у своїй промові

на з'їзді консерваторів у Бірмінгемі Девід Камерон повторює синтагму "Britain is on the rise": "Today I'm going to set out a serious argument to this country about how we do that. How we compete and thrive in this world... how we can make sure in this century, like the ones before. Britain is on the rise. Nothing matters more. Every battle we fight, every plan we make, every decision we take is to achieve that end... Britain on the rise", що, в поєднанні з повторами особового займенника "we", створює у свідомості аудиторії логічний причинно-наслідковий зв'язок між партією консерваторів та шляхом процвітання країни.

Тактика посилення на власний досвід обирається для ідентифікації політика як обраної кандидатури з народу, що працює для покращення умов життя громади. Ефективним прийомом застосування цієї тактики є згадування політиками у своїх промовах членів власної родини, друзів, людей, які допомогли досягти успіху чи історії яких стали прикладами боротьби із соціальними та економічними недоліками. Згадування власного досвіду передусім апелює саме до емоційної сторони і справляє значний психологічний вплив на аудиторію.

Приклад із промови Гордона Брауна: "And I say this too; these are my values – the values I grew up with in an ordinary family in an ordinary town. Like most families on middle and modest incomes we believed in making the most of our talents. But we knew that no matter how hard we worked free education was our only pathway to being the best we could be" ілюструє інтенцію мовця показати свою близькість з простим людом завдяки розповіді про походження з простої британської сім'ї (an ordinary family, like most families on middle and modest incomes), де відбувалося формування життєвих цінностей майбутнього політика.

У своїх промовах Девід Камерон частіше апелює до власного досвіду, згадуючи при цьому членів власної родини: "... I'll never forget how after my son Ivan was born, a social worker sat patiently in our kitchen and told us about the sort of help we might need", – а також пересічних громадян, які звертаються до нього за допомогою чи яких політик зустрічає в процесі своєї діяльності: "... I'll never forget watching Samantha do just that – winning her first customer, sorting out the cash flow, that magic moment when she got her first business cards printed. I was incredibly proud of her then – and I am incredibly proud of her now", "... I met a couple on Sunday – Emily and James", "... I'll never forget sitting in the classroom at Perry Beeches III in Birmingham, on the first day of term this year. I met a mum there who said to me – this is what I've dreamed of for my child...". Кожного разу, починаючи виступ, у якому Камерон ділиться власним досвідом, він використовує фразу *I'll never forget*. Вона є емоційно навантаженою, оскільки демонструє електорату небайдужість свого кандидата до проблем, які оточують простих громадян, а також свідчить про його людяність не лише як політика, а й як сім'янина.

Отже, промовам британських політиків притаманна така комунікативно-прагматична стратегія політичного дискурсу, як стратегія ідентифікації, що реалізується тактиками створення колективного образу та посилення на власний досвід. Найширше представлена в площині вираження експресивності тактика створення колективного досвіду.

### Література

1. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. – М., 2002. – № 3. – С. 32–43.
2. Мартыненко Н. Г. Речевое манипулирование в политическом дискурсе / Н. Г. Мартыненко // Вестн. Якут. гос. ун-та. Филология. Журналистика. – 2001. – № 1. – С. 19–21.
3. Патрушева Е. В. Лингвокультурологический и функционально-прагматический аспекты афоризмов в политической дискурсе: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Екатерина Владимировна Патрушева. – Ставрополь, 2011. – 22 с.

4. Шейгал Е. Й. Семиотика политического дискурса / Елена Йосифовна Шейгал. – Волгоград : Гнозис, 2004. – 328 с.
5. Шилина М. В. Лингвистические средства создания экспрессивности в английском художественном тексте / Марианна Владимировна Шилина. – Москва, 2000. – 205 с.
6. Holly W. Credibility and Political Language / W. Holly // Language, Power and Ideology. – Amsterdam / Philadelphia : John Benjamins. – 1989. – № 2. – С. 34–40.

**Джерела ілюстративного матеріалу**

<http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm>