

СТРАТЕГИИ АРГУМЕНТАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Полякова Т.А.

Научный руководитель канд. филол. н., доцент Белова Е.Н.

Сибирский Федеральный Университет

Со времен древнегреческих и древнеримских философов аргументация представляет интерес для исследований как один из способов управления поведением аудитории или отдельного собеседника. Платон, Аристотель, Цицерон, Сократ занимались вопросами риторики, рассматривая ораторское искусство как один из важнейших и наиболее эффективных способов воздействия на человека. Сегодня теория аргументации исследует способы убеждения аудитории, объясняет механизмы речевого воздействия в различных коммуникативных ситуациях – как в научной сфере, так и в политических дискуссиях и выступлениях.

Аргументативная коммуникация понимается нами как форма речевого взаимодействия, участники которой, придерживаясь противоположных позиций, стремятся убедить собеседника в истинности какого-либо утверждения, а также заставить его принять это мнение. Интерактивность и целенаправленность – это основные коммуникативно-прагматические свойства аргументативной коммуникации. Аргументация, по словам Ф. ванЕемерена, это «вербальная, социальная и рациональная деятельность, целью которой является убеждение разумной личности в истинности тезиса с помощью совокупности утверждений, которые либо доказывают, либо опровергают тезис».[1, 34], [2, 1]Такая речевая деятельность неизменно протекает в определенном культурном, историческом и социальном контексте. Важно отметить, что само по себе высказывание становится аргументом, когда оно используется в процессе коммуникации для достижения определенной цели. Одним из компонентов речевого воздействия, или одной из стратегических задач аргументации, является убеждение. Оно направлено на то, чтобы трансформировать картину мира адресата, тем самым контролируя его сознание.

Говоря о политическом дискурсе, мы понимаем его как совокупность речевых актов, используемых политическими деятелями с целью завоевать поддержку населения, убедив его в том, что представленное ими мнение или убеждение соответствует интересам народа. В рамках политического дискурса оратор стремится воздействовать на массовое сознание и поведение, поэтому он должен строить свою речь так, чтобы целевая аудитория воспринимала посылаемое сообщение как истину.Рациональное убеждение, основанное на логическом доказательстве, которое зачастую применяется в других видах коммуникации, не всегда помогает в достижении этой цели. Поэтому участникам политического дискурса приходится прибегать к методам речевого воздействия на эмоциональную, а не рациональную, сторону психики адресата. Далее мы рассмотрим конкретные стратегии, применяемые западными политическими деятелями.

Материалами для данного исследования послужили видеозаписи и дебатов между Сенатором Бараком Обамой и Сенатором Джоном Маккейном в ходе предвыборной президентской кампании США в 2008 году и предвыборных дебатов 2010 года между премьер-министром Великобритании Гордоном Брауном, кандидатом от консервативной партии Дэвидом Кэмероном и кандидатом от партии либерал-демократов Ником Клеггом. Для анализа были взяты ответы кандидатов на вопросы аудитории, ведущего, а также оппонентов, которые были представлены в ходе живого диалога.

Основываясь на полученных данных, мы смогли выявить аргументативные стратегии, к которым чаще всего прибегают политические деятели. Во-первых, это аргументы, побуждающие к определенному мнению или действию через давление, имплицативные императивы, выраженные при помощи модальных глаголови каузативных конструкций:

And I'll tell you what, the Treasury should demand that money back and those executives should be fired. - Barack Obama

I want us to bring immigration down so it is in the tens of thousands, not the hundreds of thousands. – David Cameron

Во-вторых, политики приводят данные статистики в роли логического аргумента. Считается, что такие данные имеют под собой реальные статистические исследования и говорят о реальных фактах. Поэтому слушатель не подвергает их сомнению и относится к ним как к показателям проведенной работы:

AsupporterofSenatorObama'sisWarrenBuffett. Hehasalreadyweighedin and helped stabilize some of the difficulties in the markets and with companies and corporations, institutions today. – John McCain

When George Bush came into office, we had surpluses. And now we have half-a-trillion-dollar deficit annually. When George Bush came into office, our debt -- national debt was around \$5 trillion. It's now over \$10 trillion. – Barack Obama

If you look at the numbers, net migration levels before 1997 were never greater than 77,000 a year. – David Cameron

В-третьих, ораторы прибегают к использованию риторических вопросов, что помогает акцентировать внимание аудитории на наиболее важных положениях. Также с их помощью адресант устанавливает контакт с аудиторией, словно вовлекая ее в беседу:

Do you know that we've laid a \$10 trillion debt on these young Americans who are here with us tonight, \$500 billion of it we owe to China? - John McCain

My friends, do we need to spend that kind of money? - John McCain

В-четвертых, благодаря аргументам, создающим эффект очевидности и общеизвестности определенных фактов, оратор воздействует на сознание слушателя, заставляя его верить в истинность сказанного, либо соглашаться с собственным мнением. При этом используются такие слова, как: «obviously», «undoubtedly», «asyouknow», и так далее:

I think everybody knows now we are in the worst financial crisis since the Great Depression. – Barack Obama

We obviously have to stop this spending spree that's going on in Washington. - John McCain

В-пятых, апелляция к эмоциям слушателя, а также акцент оратора на собственных эмоциях, эффективно влияет на восприятие сказанного и отношение к нему:

I think what makes me so angry is that... - Nick Clegg

And a lot of you I think are worried about your jobs, your pensions, your retirement accounts, your ability to send your child or your grandchild to college. - Barack Obama

Americans are angry, they're upset, and they're a little fearful. – John McCain

I'm extremely sorry for everything that happened. – David Cameron

Еще один способ влияния на эмоциональное восприятие сказанного – интимизация, где адресант дает аудитории понять, насколько он заинтересован в конкретном вопросе, и тем самым выводит слушателей на уровень соучастия:

Well, look, I understand your frustration and your cynicism... - Barack Obama

Those are the changes I believe in. – Nick Clegg

...it's that change I want to help to lead. – David Cameron

Описав существующую проблему, либо отвечая на вопрос, оратор уверяет слушателя, что вскоре проблема будет решена. При этом некоторые ораторы описывают конкретные шаги, которые планируется сделать:

I have a plan to fix this problem and it has got to do with energy independence. – John McCain

And now we've got to take some decisive action. – Barack Obama

...we will protect your police, your National Health Service, and we will protect your schools. – Gordon Brown

Ссылка на лица и организации, имеющие авторитет и/или широкое признание, создает эффект значимости заявления. Если оратор упоминает о поддержке такой организации, это помогает ему не только удержать внимание аудитории, но и снискать доверие:

And now I suggest that maybe you go to some of these organizations that are the watchdogs of what we do, like the Citizens Against Government Waste or the National Taxpayers Union or these other organizations that watch us all the time. – John McCain

I have a clear record of reaching across the aisle, whether it be Joe Lieberman or Russ Feingold or Ted Kennedy or others. – John McCain

Личный опыт оратора, будь то решение государственных вопросов или посещение благотворительных акций, располагает к нему слушателя. Политику во время предвыборной кампании важно дать понять своему народу, что он – лучший лидер, и его достижения это подтверждают. Этого ему помогают добиться нарративы – короткие повествования о проведенной работе, а также тезисы, которые дают четкое понимание о достижениях оратора:

I was in a hospital, a paediatric hospital in Cardiff a few months ago, treating very sick premature young babies. I was being shown around and there were a large number of babies needing to be treated. – Nick Clegg

I wrote to Secretary Paulson, I wrote to Federal Reserve Chairman Bernanke, and told them this is something we have to deal with, and nobody did anything about it. A year ago, I went to Wall Street and said we've got to reregulate, and nothing happened. – Barack Obama

Призыв к единству всего народа пробуждает в слушателях дух патриотизма, и если оратор делает акцент именно на национальном единстве, это вызывает у аудитории положительную реакцию и является своего рода стимулом к действию:

We are Americans. We can, with the participation of all Americans, work together and solve these problems together. – John McCain

...Britain can do much better; we can deal with our debts, we can get our economy growing and avoid this jobs tax, and we can build a bigger society. – David Cameron

Несмотря на разнообразие стратегий аргументации, которые влияют на аудиторию, убеждая слушателей в том, что все, сказанное во время дебатов, это истина, политики зачастую прибегают и к менее достойным стратегиям для достижения своих целей. Основываясь на полученных данных, мы выявили особый тип стратегий, применяемых политиками для борьбы с оппонентом. Таковым является выдвижение себя на первый план путем принижения достоинства своего оппонента, либо прямое опровержение сказанного оппонентом, имплицитное обвинение во лжи. Эффективным здесь оказывается так же прием антитезы:

And it's my proposal, it's not Senator Obama's proposal, it's not President Bush's proposal. – John McCain

But you know, they're the ones that, with the encouragement of Senator Obama and his cronies and his friends in Washington, that went out and made all these risky loans, gave them to people that could never afford to pay back. – John McCain

Do you know that Senator Obama has voted for -- is proposing \$860 billion of new spending now? Do you know that he voted for every increase in spending that I saw come across the floor of the United States Senate while we were working to eliminate these pork barrel earmarks? – John McCain

What Senator McCain didn't mention is the fact that this bill that he talked about wasn't his own bill. He jumped on it a year after it had been introduced and it never got passed. - Barack Obama

В подобных репликах могут звучать слова с негативной коннотацией, отрицания, слова с ярко выраженной эмоциональной окраской. Однако, такой способ аргументации является противоречивым. Если слушатель воспринимает это как оскорбление оппонента, это, вероятно, вызовет в нем негативное отношение к оратору. Если же у слушателя положительное отношение к оратору и/или отрицательное отношение к его оппоненту, то такие аргументы помогают оратору убедить слушателя в его искренности.

В итоге, можно отметить, что аргументация – это такой вид речевой деятельности, который влияет на восприятие сразу на нескольких уровнях и используется с целью убедить рационального слушателя в истинности сказанного. Использование различных аргументативных стратегий для убеждения слушателя, в том числе и таких, которые античные риторы считали недопустимыми, увеличивает вероятность успеха оратора перед современной аудиторией.

Список литературы

1. Еемеерен Франс Х. ван, Гроотендорст Р. Речевые акты в аргументативных дискуссиях: теоретическая модель анализа дискурса, направленная на разрешение конфликта мнений / Франс Х. Ван Еемеерен, Р. Гроотендорст. - Санкт-Петербург: «Нотабене», 1992.
2. Eemeren, Frans H. van, Grootendorst, R. – A Systematic Theory of Argumentation: the pragma-dialectical approach / Frans H. van Eemeren, R. Grootendorst. – Cambridge University Press, 2004
3. Куксова М.Ю. Лексико-синтаксические средства воздействия в современной политической речи / М.Ю. Куксова // Ярославский педагогический вестник - №2 [Электронный ресурс] – 2011. – режим доступа: http://vestnik.yspu.org/releases/2011_2g/37.pdf
4. First prime ministerial debate [transcript] [Электронный ресурс] – 2010. – режим доступа: http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/16_04_10_firstdebate.pdf
5. Eemeren, Frans H. van – Strategic Maneuvering in Argumentative Discourse: extending the pragma-dialectical theory of argumentation [Электронный ресурс] – 2010. – режим доступа: <http://books.google.ru/books?id=Nwf5AOEBWJwC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>
6. Ellis, Donald G. Argumentative Discourse [Электронный ресурс] – 2008. – режим доступа: http://www.communicationencyclopedia.com/public/tocnode?id=g9781405131995_yr2011_chunk_g97814051319956_ss53-1
7. The Second Presidential Debate [transcript] [Электронный ресурс] – 2008. – режим доступа: <http://elections.nytimes.com/2008/president/debates/transcripts/second-presidential-debate.html>