

Євген Музика

АРГУМЕНТАЦІЯ В ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

(на матеріалі політичних ток-шоу)

У сучасній лінгвістиці нині активно розвивається безліч нових напрямів. Одним з найактуальніших є політична лінгвістика, яка зосереджена на дослідженні різних періодів розвитку політичної мови та вивченні політичної комунікації. Політична лінгвістика тісно пов'язана з іншими сучасними лінгвістичними дисциплінами, зокрема комунікативною лінгвістикою - наукою, яка «досліджує загальні закономірності спілкування людей за допомогою природної мови, організацію засобів мовного коду та інших семіотичних систем у процесах комунікативної взаємодії особистостей, вплив на засоби мови психічних, когнітивних, соціальних, культурних та інших чинників, а також різноманітних ситуативних складників комунікації» [1, с. 7].

Дослідники аналізують різні аспекти функціонування мови в політиці, проте й до сьогодні не вироблено єдиного підходу до розуміння терміна «політична мова». В.В. Петренко пропонує наступне визначення: «Політична мова - це сукупність вербальних структур, які використовуються у мові політики і здійснюють вплив на політичну свідомість індивідів та їх участь у перебігу політичних процесів [3]. Дослідниця Л. П. Нагорна визначає політичну мову як сукупність дискурсивних практик, що формують сферу політичної комунікації [2, с. 72]. За визначенням А. П. Чудінова, політична мова - це «особлива підсистема національної мови, призначена для політичної комунікації, тобто для пропаганди тих чи інших ідей, емотивного впливу на громадян, вироблення суспільного консенсусу» [5, с. 3].

Політична мова завжди охоплює не тільки повідомлення про політичну дійсність, а й її інтерпретацію та як явну, так і приховану оцінку, вона орієнтована на те, щоб викликати бажану для суб'єкта мовну чи поведінкову реакцію з боку об'єкта комунікації. Політична мова являє собою досить ефективний інструмент, який не лите забезпечує вироблення й творення політичної інформації, але й виступає творцем політичних смислів, могутнім ідеологічним чинником. Особливо яскраво його роль проявляється під час передвиборчих кампаній. Надзвичайно ефективними тут виявляються притаманні йому елементи гри, спорту та словесної війни. Як зазначає Л. П. Нагорна, специфіка політичного мовлення в його варіативності - воно має бути достатньо доступним та зрозумілим широкому загалу і водночас - бути ускладненим [2, с. 73]. Політичні потреби часто зумовлюють «езопівську» манеру висловлювання, розраховану на читання «між рядками».

У нашій роботі ми проаналізували тексти монологічних виступів та звернень політиків під час виборчої кампанії-2012. У них було представлено надзвичайно широкий спектр різноманітних прийомів, покликаних на оптимізацію аргументації та якомога ефективніше донесення своєї думки адресатові.

Ми розглянемо ці прийоми, дотримуючись класифікації С. Поварніна [4].

Першим типом є психологічні прийоми. Вони використовуються доволі часто, далі ми розглянемо більш детально їх вживання.

1.1. Виступ першим зі своїми аргументами - так як мовлення було монологічним, то він не настільки актуальний, як при монологічному. Але, все ж таки, часто були змушені будувати свої виступи, спираючись, в тому числі, і на виступи інших.

1.2. Використання зовнішнього вигляду. Майже усі політики дотримувалися респектабельного зовнішнього вигляду. Особливо вдалим, на нашу думку, є образ Володимира Усова в одній з його агітаційних газет. На фото він постає в класичному чорно-білому костюмі, що надає його образу враження суто ділового. Поєднуючись з окулярами та акуратною зачіскою, це надає йому інтелігентності. Вдалим є і використання мобільного телефону, піднесеного до вуха - він завжди готовий почути кожного і використовує найновітніші технології у своїй діяльності. Погляд - впевнений, скерований вперед - можна сказати, що він з упевненістю дивиться в майбутнє, бачить чіткий шлях розвитку міста.

1.3. Апеляція до авторитетів: «*Мировой банк* назвав Україну государством с *наибольшим* количеством налогов. Согласно опубликованному *Мировым банком* рейтингу, в Украине бизнесмены платят около **135** различных налогов, без учета взятки и поборов чиновников. Это абсолютный мировой рекорд».

Інформація подана з посиланням на Світовий банк - беззаперечний авторитет у фінансовій сфері. Вже прочитавши перших два слова, у реципієнта має повністю відключитися критичне сприйняття, і всю подальшу інформацію він буде кваліфікувати як правдиву і достовірну. Але подана інформація не на сто відсотків відповідає дійсності. Насправді в Україні **23** податки, які потребують **135** платежів, а вже ця інформація сприймається зовсім інакше.

1.4. Відволікання уваги аудиторії: «Сегодня даже те люди, которые очень далеки от коммерции, знают не только о *непомерном количестве рисков и опасностей*, но и о *беспрецедентном* количестве разрешений, необходимых для того, чтобы

начать свое дело». Так, дійсно, при відкритті власного бізнесу на підприємця чекає безліч різноманітних небезпек, це справа ризикова, яка може завершитися невдачею. Але після цієї, істинної інформації, далі подано доволі сумнівну: що кількість дозволів, необхідних для відкриття бізнесу, безпрецедентна.

1.5. Ставка на те, щоб **викликати почуття сорому** - вона наявна у попередньому прикладі. Адже якщо ти не згоден з тим, що для відкриття власного бізнесу необхідна безпрецедентна кількість дозволів, то це означає навіть не те, що ти просто мало обізнаний у комерції - це означає, що ти зовсім малоосвічена людина, з обмеженим кругозором.

«Несомненно, каждый интеллигентный избиратель не станет отрицать, что нынешний эшелон власти привел страну к тому состоянию, в котором она сейчас находится. Он не сделал для страны ничего полезного, ни на что не способен и полностью исчерпал себя. Стране нужны люди, способные изменить нашу жизнь к лучшему, настоящие профессионалы своего дела...».

1.6. **Використання залякування:** «Выборы в Украине могут быть признаны мировым сообществом недемократичными, что приведет к полной изоляции Украины».

Арсеній Яценюк говорить про те, що дійсна влада використовує нечесні методи боротьби, і що через це є вірогідність того, що вибори будуть визнані недемократичними. Звісно ж, перспектива ізоляції від світової спільноти лякає українців, і тому на підсвідомому рівні вони отримують посилення «не голосуй за дійсну владу, щоб не трапилося біди, краще проголосувати заЯценюка». Окрім того, коли людина залякана, вона схильна некритично сприймати інформацію, переконати її в чомусь набагато легше.

1.7. **Інсинуація:** «Не допустим ко власти партию уголовников!».

У даному випадку акценти зміщуються з обговорення програми ВО «Батьківщина» чи навіть критики програми Партії Регіонів на те, що деякі з членів цієї партії свого часу сиділи у в'язниці. Поняття «хороший політик» і «колишній в'язень» зовсім не виключають одне одного, але тут все представлено саме так. І вже не так важливо, що саме обіцяють члени цієї партії, важливо для виборців те, що це обіцянки «колишніх зеків».

1.8. **Використання прямих образ:** «Пані Богословська, про те, що Ви чорнорота - це знає вся країна, і про те, що Ви брехуха безсовісна, і саме Ви фальсифікуєте. То розкажіть про ті суди, які посадили Тимошенко, за що вона сидить і Ви, чорнорота відьма, бігали отам, під тими судами. А потім будете розказувати про фальсифіковані матеріали. Оце ж такі, банда отака регіоналівська бреше».

Дуже цікавий приклад, який містить у собі всі три типи прийомів: психологічний, логічний та лінгвістичний. Замість того, щоб піддати конструктивній критиці «Партію регіонів», Олег Ляшко змінює тезу та переходить до банальних образ супротивниці - Інни Богословської, впливаючи таким чином на її психологічний стан, викликаючи її роздратування. Логічний складник полягає у використанні універсального квантифікатору - всі. Багато людей бояться залишитися зі своїми переконаннями одні, воліють бути з більшістю. У цьому випадку, якщо *всі* знають, що Богословська - чорнорота відьма, то й виборець погоджується з цією думкою,

оскільки вона подається як загальноприйнята. Окрім того, завдяки таким заявам Ляшко «робить шоу», у свідомості людей закріплюється образ Ляшка як ноумена; багато виборців голосували не за Ляшка-політика, а саме за Ляшка-шоумена за принципом: «Якщо краще не стане, то хоч буду веселіше».

Отже, психологічні прийоми є важливим типом прийомів, необхідних для маніпуляції громадською свідомістю. Вони широко представлені у політичному мовленні України та відіграють одну із ключових ролей при впливі політика на аудиторію.

Логічні прийоми є другим типом прийомів, які використовуються в політичній комунікації. Вони вживаються не так часто, як психологічні. Наприклад, такий поширений прийом, як порушення правила тотожності теми дуже доречний при діалогічному мовленні, коли співбесідник прагне завести розмову на незручну для тебе тему. При монологічному мовленні політик сам обирає тему, яку хоче максимально висвітлити, і йому немає необхідності відхилитися від неї.

2.1. Підміна аргументів: «Едва прошли первые летние деньки, как *одесситы* осознали, что их попросту обворовывают, устраивая элитные пляжи на месте вчерашних пляжей муниципальных. Они решили не словом, а делом отстаивать свое право на бесплатный отдых у моря».

2.2. Використання в тезі спеціальної термінології, незрозумілої неспеціалістові: «Сегодня мы видим, что *государственный аппарат* работает в условиях полного, фактически тоталитарного контроля одного из *политических доминионов*». Тут вжито лексику, яка є професійною, скажемо, для політологів, соціологів, юристів чи економістів, але не дуже зрозуміла для працівників агрокультурної сфери, які теж складають значний прошарок виборців. Таким чином, знаючи більш менш семантику слова «тоталітарний» та негативні конотації, уся фраза сприймається як дещо негативне, але в той же час - правдиве, сказане про нинішню ситуацію в країні. Легко маніпулювати людиною, коли вона не зовсім розуміє сенс сказаного і, щоб не «втрачати обличчя», вимушена лише зі всім погоджуватися.

2.3. Перехід на особистості: «Семья Гриневецкого не вылезит из самых фешенебельных курортов мира, о чем, не стесняясь, пишет в Интернете его дочь». Замість критики політичного життя Гриневецького тут критикується вже його особисте життя. Цілком природно, що людина з високим рівнем прибутку може дозволити собі відпочивати на різноманітних курортах. Їй немає нічого страшного, що його донька якимось коментує це у соціальних мережах. Але завдяки тону, яким подається ця інформація та через загальну бідність населення, ця інформація сприймається негативно. Таким чином, через недоброзичливе ставлення до Гриневецького-людини формується і недоброзичливе ставлення до Гриневецького-депутата. Логічні прийоми представлені в українській політичній комунікації дещо меншою мірою, адже в першу чергу політики апелюють до емоцій особистості, а вже потім - до її розуму. Та незважаючи на це, їхня роль теж надзвичайно важлива, і їхнє грамотне використання є однією із заповорок успіху для кожного політика.

Третім важливим різновидом аргументативних прийомів ми вбачаємо **лінгвістичні прийоми**. без активного використання яких неможливо уявити сучасну

українську політичну комунікацію. Ми розглянемо найпоширеніші з цих прийомів.

Активне вживання порядкових та кількісних числівників:

«Вот основные этапы реформирования налоговой системы, которые я для себя выделяю:

1) радикальное сокращение числа налогов до 7;

2) снижение ставки НДС; 3) снижение ставки налога на прибыль; 4) прозрачный возврат НДС; 5) создание Налогового совета при Министерстве финансов - разрешение налоговых споров до судебной тяжбы; 6) возможность бесплатной подачи налоговых деклараций в электронном виде».

Мало хто з виборців-неспеціалістів детально вивчатимуть ці всі етапи, продумуватимуть їхню грамотність і задумуються, чи можливе взагалі скорочення числа податків до семи, на які кошти потім житиме держава і т.д. Але головне, що вони побачать, що відкладеться у їхній свідомості - у цього політика є чіткий план дій, він впевнений у завтрашньому дні, йому можна довіряти. Тим більше, що в агітаційній газеті кожен з цих пунктів розташовано на окремому рядку, що робить більш швидким їхнє читання, а сприйняття - менш детальним.

2. Використання полісиндетону, або багатосполучниковості. «Административную часть выдачи лицензий и разрешений необходимо *и* автоматизировать, *и* систематизировать, *и* упростить, *и* упразднить в ней лишние разрешения, ликвидировав тем самым колоссальный источник коррупции...». Завдяки чотириразовому повторенню єднального сполучника «і» автор звертає увагу на те, що адміністративна частина видачі ліцензій та дозволів містить дуже багато недоліків. **3. Вживання особових та присвійних займенників.**

«Я обіцяю: свавілля чиновників та засилля корупції буде подолано! Ми будемо жити в європейській державі!».

Вживаючи займенник «я», та ще й перформатив «обіцяю», Віталій Кличко постає перед нам як людина, яка не боїться брати на себе відповідальність, впевнена в собі та пряма, не схильна до всяких увертів. Завдяки займеннику «ми» він ототожнює себе з виборцями, показує, що він знаходиться на одному рівні з ними, що він - «свій». Таким чином, довіра до Віталія Кличка значно підвищується.

4. Використання лексики з яскраво вираженою негативною семантикою.

«Партия Регионов знает истинную цену *профессиональным предателям*», «*Жажда власти у этих политических паразитов* настолько сильна, что они хотят *пролезть тушками* по мажоритарным округам», «Гриневецкий - *врун*», «Власть применяет *репрессии*». Завдяки цим словам у свідомості читача виникають яскраві образи, можуть навіть утворюватися асоціативні поля, на того ж самого Грине- вецького може бути навішений ярлик «брехун».

Використання «модних» слів. «Ми за *демократизацію* життя українця!», «Україна має свій *європейський шлях*». В обох прикладах звучать фрази, які у всіх постійно на шляху - «європейський шлях», «демократизація». Однак, незважаючи на це, коли запитати про семантику цих термінів, то мало хто може дати чітку відповідь. їхнє використання є доволі вигідним - попри свою незрозумілість,

вони позитивно сприймаються пересічним виборцем; в той же час вони ні до чого особливо не зобов'язують політика, який їх промовив.

Використання гіпербол та літот. «Во многих домах ремонты делались еще *при царе Горохе*, да и с нынешним подходом ситуация изменится, когда *рак на горе свиснет*»

У наведеному прикладі гіперболізується давнина того моменту, коли востаннє проводився ремонт у будинках, а також - термін, коли ситуація зміниться на краще. Завдяки яскравій образності цих висловлювань виборцеві легко сприйняти та запам'ятати цю інформацію.

Використання прецедентних феноменів: «Я кажу і попереджаю: Яценюк - це Ющенко №2. То носилися з тим Ющенком, як *дурень із писаною торбою*, сьогодні всі на нього плюються. Ото те саме буде з Яценюком. У Біблії написано «*Не сотвори собі кумира*». Ото за гроші олігархів створюють нового кумира, *Месію* - Яценюка, який навіть в парламент не прийшов захистити українську мову. Тому я скасовую оте його призначення лідером опозиції, він не здав тест на лідера опозиції. *Кролик ніколи не буде левом*. От що я Вам скажу».

Отже, підсумовуючи сказане вище, можна говорити, що лінгвістичні прийоми аргументації посідають одне з чільних місць у політичній комунікації України. Вони досить широко поширені і ефективно впливають на аудиторію, викликаючи у свідомості виборців необхідний політику ефект.

Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. - К.: Видавничий центр «Академія», 2004. - 344 с.
2. *Нагорна Л. П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики* / Л. П. Нагорна. - К.: Світогляд, 2005. - 315 с.
3. Петренко В. В. Особливості визначення політичної мови / В. Петренко [Електронний ресурс]. Режим доступу: - <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=69&c=1588>.
4. Поварнин С. И. Искусство спора / С. И. Поварнин. - С.-П. : Литера, 1993. - 120 с.
5. Чудинов А. П. Политическая лингвистика [учебн. пособие] / А. П. Чудинов. - М. : Флинта; Наука, 2007. - 256 с.
6. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. - М.: Гнозис, 2004. - 326 с.