

Вікторія РИГУС,
магістрантка Київського університету імені Бориса Грінченка
(Україна, Самбір) withvictory@gmail.com

РОЛЬ АРГУМЕНТАЦІЇ У СУЧАСНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

У статті проаналізовано типи та види аргументації у політичних промовах та дебатах, досліджено теоретичні положення аргументування та практичне їх застосування, розглянуто риторичку аргументативного дискурсу.

Ключові слова: аргументація, аргумент, аргументативний дискурс.

Лит. 13.

Viktoriy RYGUS,
postgraduate student of Kyiv Borys Grinchenko University
(Ukraine, Sambor) withvictory@gmail.com

THE ARGUMENTATION ROLE IN MODERN POLITICAL DISCOURSE

The argumentation types and kinds in political speeches and debates is analyzed in the article, it is investigates the argumentation theoretical principles and their practical application, it is considered argumentative discourse rhetoric.

Key words: argumentation, argument, argumentative discourse.

Ref. 13.

Вікторія РИГУС,
магістрантка Київського університету імені Бориса Грінченка
(Україна, Самбір) withvictory@gmail.com

РОЛЬ АРГУМЕНТАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В статье проанализированы типы и виды аргументации в политических речах и дебатах, исследованы теоретические положения аргументации и практическое их применение, рассмотрено риторичку аргументативного дискурса.

Ключевые слова: аргументація, аргумент, аргументативний дискурс.

Лит. 13.

Постановка проблеми. Наприкінці ХХ – на початку ХХІ сторіччя в рамках логічного знання особливої актуальності набуває аргументативна проблематика, дослідження якої передбачає поєднання теоретичних знань з їх практичним застосуванням. Найважливішою сферою застосування розробок дослідників аргументації є застосування у сфері політики.

Проблеми аргументації завжди привертали до себе увагу логіків [6]. Інтерес до цієї проблематики зростає, починаючи з другої половини ХХ ст. Саме в цей період оформлюється такий напрям сучасних логічних досліджень, як неформальна логіка (теорія

аргументації тісно пов'язана з нею), переживає своє «друге народження» риторика, бурхливо розвивається евристика тощо. Справа в тому, що в демократичних державах вміння грамотно й переконливо висловлювати свою думку, обґрунтовувати власні позиції, критично ставитись до висловлювань інших людей завжди відіграло визначну роль. Тому аналіз останніх здобутків у теоретичних дослідженнях аргументації має й певне практичне застосування в різних сферах суспільного життя й у реальних процесах спілкування між людьми.

Аналіз досліджень. На теренах Східної Європи проблеми аргументації почали активно досліджувати в 80-х – 90-х рр. ХХ ст. Особливо відзначимо праці Г. Брутяна [1], І. Герасимової [2], Г. Рузавіна [9], С. Романюк [8] та ін. Аналіз цих праць засвідчує, насамперед, комплексний характер сучасної теорії аргументації. Адже дослідження в цій галузі наукового знання проводяться на різноманітних засадах. Наприклад, А. Баранов і В. Сергєєв розглядають аргументацію як когнітивний феномен, А. Блінов і В. Петров аналізують аргументативні процеси крізь призму теорії дискурсивних актів, Я. Яскевич досліджує особливості наукової аргументації тощо.

У якості найбільш значущих для політологічної концепції політичної аргументації є положення когнітивного підходу, згідно якого базовою умовою аргументативної діяльності у суспільно-політичному житті як комунікаційного феномену є модельно-плановий характер отримання та використання індивідами знань про соціальний та політичний світи.

О. Третяк пише про те, що важливим результатом досліджень у межах когнітивного підходу є встановлення того, що аргументування у політичному полі має справу з двома рівнями когнітивної діяльності. Перший локалізовано у сфері набуття соціальної ідентичності (наприклад, групової), другий – у сфері отримання інформації з джерел масової комунікації [10, 5].

Сучасні вітчизняні та зарубіжні дослідники, що здійснюють вивчення аргументації у межах неориторичної теорії (Х. Перельман, Н. Безменова, І. Зарецька та ін.), у більшості випадків намагаються адаптувати традиційні давно відомі прийоми красномовства до сучасних реалій суспільно-політичного життя.

До представників теорії аргументації як окремого напрямку дослідження практики мовленнєвої комунікації відносять Д. Волтона, Р. Гроотендорста, Х. ван Ємерена, Ф. Маєрз, А. Рузавіна. Представники даного підходу виокремили ряд важливих для дослідження політичної аргументації як засобу раціоналізації політичної комунікації особливостей даного явища, що становлять вихідні умови для постановки проблеми та її вирішення.

Мета статті полягає в аналізі видів та типів аргументації, дослідженні поняття «аргументативний дискурс» та виокремленні особливостей аргументування у сфері політичного дискурсу на прикладі промов та дебатів відомих політиків.

Виклад основного матеріалу. Термін «аргументація» у більшості європейських мов є фонетичною калькою латинського іменника «*argumentatio*» та має у них приблизно те ж саме значення, що й у латині. Термін «аргумент» походить від латинського іменника «*argumentum*» [3, 49].

Аргументативний дискурс – це мовний простір соціальної взаємодії, який містить систему мови, тобто код (у термінах теорії інформації), учасників дискусії і предметно-подійну сутність дискусії. Така категоризація концептуального простору дискурсу вже запропонована М. А. К. Хеллідеем, який виділяє поля аргументації, учасників і модус [4].

Для нас «поле аргументації» є функціональним утворенням, яке складається зі знань, думок, переконань учасників аргументативної комунікативної ситуації, навичок інтелектуальної діяльності, манери аргументування, а «модус» – це один із логічних блоків мисленнєвого аналогу повідомлення, суб'єктивна змінна, якого виражає різні відтінки почуттів і волі. У структурі висловлення модус співвідноситься з диктумом – об'єктивною константою події, яка формує пропозицію.

А. Белова поділяє аргументативний дискурс на такі види: політичний, юридичний, рекламний, релігійний, побутовий. Центр інтересів нашого дослідження знаходиться в пункті, де перетинаються всі три параметри політичного дискурсу, відбиті крізь призму інтенційності одного з його учасників. Розуміння політичного дискурсу як мовленнєвої репрезентації інтеракції індивідів дозволяє розглянути співвідношення логічного та емоційного, загального і часткового, об'єктивного і суб'єктивного в аргументації. [4, 104].

Політичний дискурс є найбільш ціннісно орієнтованим серед інших видів дискурсу. Найпереконливіші аргументи політиків під час президентських кампаній стосуються чотирьох ключових критеріїв: демократія, моральні переконання, соціально-економічні питання та ідеологічні преференції [12, 66].

Сучасний політичний дискурс репрезентує оцінку подій з позицій узуальних цінностей, партійних, особистісних інтересів індивіда. У цьому разі поняття «політична/ідеологічна оцінка» пов'язують із системою цінностей, які обумовлюють позицію суб'єкта мовлення. Вона присутня в свідомості мовця, в його концептуальному світі. Таке ставлення суб'єкта мовлення до його ціннісної норми є тим важливим, що об'єктивно виражається в мові. Норма ґрунтується на системі загальнолюдських цінностей, ціннісній системі суб'єкта мовлення і політичних критеріях тих соціальних груп, з якими суб'єкт безпосередньо спілкується. В сучасному світі ціннісне світосприйняття не зумовлюється лише класовими позиціями і розбіжностями, а індивідуальними та груповими системами цінностей, які характеризують соціально-політичні позиції індивіда. Отже, політична оцінка є суб'єктивно-об'єктивною аксіологічною категорією, де суб'єкт, порівнюючи об'єкт з узуальною чи okazіональною нормою, експлікує оцінний предикат. Крім того, слід наголосити на політичній (більш широкій) та ідеологічній (більш вузькій) оцінці [4, 105].

В усному політичному дискурсі найбільш частотними є подійні, діалогічні жанри. При цьому спостерігається трансформація традиційних жанрів (наприклад, дебати перетворюються на теледебати), які іноді зумовлюють появу жанрових модифікацій, зокрема жанру інтерв'ю (за типом згортання, синтезу або за типом імітації). Еволюція жанрів проявляється також і в появі нових жанрів («пряма лінія»).

Політичний дискурс як вид аргументативного дискурсу може бути представлений двома комунікативно-прагматичними різновидами – простим (елементарним) аргументативним дискурсом, який виступає як мовленнєвий акт, що складається з трьох складових, і ускладненим аргументативним дискурсом – у вигляді ілокутивно-актового комплексу, який містить більш ніж три послідовні аргументативні висловлювання-ілокуції. Також, невід'ємною складовою аргументативного дискурсу може бути виокремлена мовленнєва дія апеляції.

Американській політиці, як і будь-якій іншій, притаманна система цінностей. О. Фоменко переконана, що такі цінності частково втілені у концепт «американська мрія» (*American Dream*), який включає *freedom, equality before law, equality of opportunity, fairness, achievement, patriotism, democracy, religion, luck*. Найбільш ціннісно орієнто-

ваним спеціалісти вважають дискурс президента Роналда Рейгана. Під час своєї політичної кампанії він звертався до таких загальнолюдських цінностей, як *family, work, neighborhood, peace, freedom*, типово американських цінностей – *self-esteem, patriotism, self-realization, religiosity*.

У дискурсі Білла Клінтона ціннісна орієнтованість акцентована на моральних та традиційно сімейних пріоритетах: *family, health, security, education*, на рівних можливостях (*equal opportunity*) усіх громадян, завдяки чому отримав велику підтримку серед американського електорату. Білл Клінтон не оминув своєю увагою такі глобальні для американців поняття, як *peace, work, trust, understanding, religion*. Боб Доул, суперник президента Клінтона в передвиборчих перегонях, використав стратегію негативних цінностей, що здебільшого утворювалися за допомогою додавання префікса анти- до лексем: *anti-gay, anti-sex, anti-abortion, anti-everything-but-the nuclear family* [11, 13–14].

Політики та лінгвісти переконані, що негативна забарвленість промов спричинила поразку політика.

На відміну від такої стратегії негативних цінностей, демократи запропонували стратегію позитивних цінностей, яка була сприйнята виборцями набагато краще, ніж стратегія республіканців. Президент Клінтон нагадав, що однією з найдавніших та найголовніших американських цінностей, проголошеною у Конституції, є рівні можливості для усіх громадян (*equal opportunity*), але в наш час це поняття має інше значення, ніж 220 років тому: «First and foremost, we must press on to make opportunity available for all of our people. Equal opportunity is our central value, but the very meaning of that has fundamentally changed. For example, in the 19th century, opportunity meant access to a land grant. In the 21st century, it will mean access to a Pell Grant, to a community college, to a trade school, to a university». Це свідчить про те, що в системі цінностей відбулися зміни: «старі» цінності набули нового значення. Таким чином, Президент Клінтон акцентує увагу на ще одній важливій американській цінності, що втілена у номінацію *leadership*. Усвідомлення особливого статусу Сполучених Штатів, очевидно, повинно сприяти зростанню патріотизму та гордості громадян за свою країну.

З метою «обеззброїти» суперника, партії та політики вдаються до хитрощів, включають до переліку цінностей такі, які є основними в промовах опозиційного кандидата чи політичної сили. До прикладу, Барак Обама під час президентської кампанії 2008 року переконував у важливості гендерної рівності в державі, розраховуючи на електорат своєї суперниці Хілларі Клінтон.

Однією зі складових будь-якої передвиборної кампанії виступає риторика кандидатів на пост. Всяка виборча кампанія характеризується високим ступенем впливу, переконання, нерідко носить агресивний і критичний характер.

Практичним інструментом політиків виступають різні засоби переконуючого впливу. Намагаючись переконати слухачів в справедливості своєї думки, істинності своєї позиції, мовець не завжди орієнтується тільки на логіку, концентрує увагу виключно на аргументативній і доказовій стороні висловлювання. Політичний діяч також намагається викликати інтерес до власної позиції, привернути увагу слухачів яскравістю, емоційною забарвленістю промови [7, 125].

Під риторичною аргументацією розуміють вербальну соціальну розсудливу діяльність, спрямовану на переконання аудиторії в прийнятності (неприйнятності) якої-небудь думки за допомогою ряду тверджень, призначених для виправдання або спростування цієї думки. В даний час аргументація вивчається окремою наукою – теорією аргументації, але разом з тим становить інтерес і для лінгвістичного дослідження. Причина

цього полягає в тому, що аргументація не існує сама по собі і завжди розгортається в рамках тієї чи іншої форми мовного спілкування. При цьому вона реалізується у вигляді аргументативного дискурсу. Риторична аргументація присутня у всіх видах комунікації, але найбільш яскраве вираження знаходить у публічній промові [13, 10–11].

М. В. Костюніна вказує на те, що розглядає риторичну аргументацію як вербальну діяльність суб'єкта аргументації, спрямовану на логічний доказ, а в першу чергу на емоційне переконання аудиторії в прийнятності / неприйнятності будь-якого думки / судження суб'єкта аргументації, для чого використовується ряд тверджень (аргументів), призначених для виправдання або спростування цього думки / судження. Особливу емоційність риторичній аргументації надають пафосна лексика і численні мовностилістичні прийоми різних рівнів. [7, 126].

Структура логічної і риторичної аргументації включає в себе: тезу – судження, думку кандидата щодо певного питання; аргументи – положення, які кандидат використовує для обґрунтування висунутої йому тези (наприклад, для обґрунтування наведених їм компрометуючих відомостей про опонента); висновок – висновок, до якого кандидат підводить своїх потенційних виборців.

Особливістю представленої аргументації є вживання лінгвістичного прийому повтору, який має функцію переконуючого впливу і часто використовується в передвиборній риторичній кампанії кандидатів на пост президента.

За допомогою дублювання ключових понять відбувається затримка, концентрація уваги на найбільш важливому з точки зору адресанта, на основній думці повідомлення.

Таким чином, повтор – один з найбільш ефективних засобів посилення мовного впливу, причому найбільш дієвим є не повтор «в чистому вигляді», а частковий повтор: з варіюванням форми і змісту, доповнений іншими риторичними і стилістичними засобами.

Крім повтору, як засобу переконання і емоційного впливу на електорат, вельми колоритним засобом риторичної аргументації є стратегія дискредитації опонента, що має на меті вивести супротивника з рівноваги брехнею, наклепом, зачепити його почуття, змусити захищатися і тим самим позбавити можливості висловити свою позицію. Основна тактика дискредитації в промовах політиків – звинувачення. Прикладом може служити публічна промова кандидата на пост президента США Дж. Маккейна «A leader we can believe in»: «No matter who wins this election, the direction of this country is going to change dramatically. But the choice is between the right change and the wrong change; between going forward and going backward».

У цьому фрагменті кандидат на пост глави держави не називає конкретних імен, відповідно на початку висловлювання інтенцію звинувачення завуальована, але таке речення, хоча і побічно, нав'язує виборцям його точку зору. Гаслом передвиборної кампанії Обама була фраза *Change we can believe in*. У наведеному висловлюванні Маккейна слово «*change*» є вельми частотним. Якщо Обама використав гасло для створення позитивного образу кандидата американської мрії, висловлюючи ідею об'єднання націй в країні, то Маккейн перефразував даний заклик і помістив його в заголовок: *A leader we can believe in*. Таким чином, на перший план висувається не ідея об'єднання, а ідея лідера, який поведе за собою народ [7, 129].

Крім тактики звинувачення опонента, для переконання виборців у розумінні їх потреб політики використовують порівняльні конструкції. Вживаються дейктичні знаки *ці, вони, там* і прізвища в номінальній значенні і множині, що виражають чужість, недовіра до опонента, що набувають в політичному контексті зневажливу оцінку. Починають

наючи діалог з проблеми, про яку вже й так думають виборці, політик говорить очевидне, фокусуючи увагу на своїх пропозиціях, прямо протилежних пропозиціям опонента.

На рівні мовного втілення тактики звинувачення реалізується насамперед номінаціями з різко негативним забарвленням, оцінними епітетами з негативним компонентом значення, які виражають думку політика, яку він хотів би донести до потенційних виборців.

Проте, як відомо, в передвиборному дискурсі часто використовуються і непрямі прийоми впливу. В якості таких в політичному дискурсі найчастіше виступають метафори, порівняння, алюзії, евфемізми та інші засоби непрямой оцінки, які використовуються для реалізації базових стратегій політичного дискурсу: залякування, суперництва і боротьби за владу, нав'язування певної думки, чинення тиску на суперників, маніпулювання народом, виправдання агресивних воєнних дій та ін.

Висновки. Дослідники сходяться на думці, що аргументація – це складна і багатогранна інтелектуальна діяльність, включена практично в усі сфери життя людини і апелює до різних груп слухачів. Аргументація завжди пов'язана з потребою адресанта в переконанні адресата в необхідності прийняти тезу, що висувається.

Аргументування представляє собою складне багаторівневе явище, яке підлягає вивченню цілим комплексом наукових дисциплін: філософією, логікою, риторикою, лінгвістикою, психолінгвістикою, психологією, герменевтикою, суспільними науками, юриспруденцією, і педагогічними науками, зокрема, методикою навчання іноземних мов [5].

Підсумовуючи, ми маємо вказати на те, що за визначенням дослідників, політики переважно використовують риторичну аргументацію, і меншою мірою – раціональну (логічну). Також можна зробити висновок, що риторична аргументація має широкий діапазон інструментів впливає, спонукального і переконуючого характеру. Дискурси успішних політиків повинні представляти собою грамотно організовану аргументацію, яка містить різні прийоми і стратегії, спрямовані на боротьбу за голоси виборців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бурлака А. Лінгвокультурні особливості політичного дискурсу / А. Бурлака. – Суми, 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/25457/1/Burlaka.pdf>
2. Герасимова И. Аргументация как методология убеждения / И. Герасимова, М. Новоселов // Вопросы философии. – 2003. – № 10. – С. 72–84.
3. Гриненко Г. Аргументация: опыт герменевтического анализа / Г. Гриненко. – М. : Мысль. 2006. – Т. 6. – № 1. – С. 48–63.
4. Гулей М. Д. Комунікативно-діяльнісний аспект мовної особистості сучасного французького політика / М. Д. Гулей. – К., 2009. – Вип. 4. – С. 103–107.
5. Данилевська Л. Логіко-філософські передумови навчання аргументування як феномену в спілкуванні / Л. Данилевська. – К., 2006. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://novup.kpi.ua/2006-3/03_Danilevska.pdf
6. Колотілова Н. Поняття практичної аргументації / Н. Колотілова // Мультиверсум – К. : Центр духовної культури, 2004 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_39/Kolotilo_1.htm
7. Костюнина М. Сравнительный анализ риторической аргументации в предвыборном дискурсе Б. Обамы и Дж. Маккейна / М. Костюнина // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2011. – С. 125–132.
8. Романюк С. Засоби реалізації мовленнєвого впливу в американській комерційній журнальній рекламі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / С. Романюк. – Харків, 2013. – 23 с.
9. Рузавин Г. Методологические проблемы аргументации / Г. Рузавин. – М. : ИФ РАН, 1997. – 202 с.

10. Третяк О. Політична аргументація як засіб раціоналізації політичної комунікації : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.01 / О. Третяк. – Дніпропетровськ, 2004. – 16 с.
11. Фоменко О. Лінгвістичний аналіз сучасного політичного дискурсу США (90-ті роки ХХ століття) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / О. Фоменко. – К., 1998. – 18 с.
12. Pavlyuk L. Extreme Rhetoric in the 2004 Presidential Campaign. Images of Geopolitical and Regional Division / L. Pavlyuk // Aspects of the Orange Revolution II. Information and Manipulation Strategies in the 2004 Ukrainian Presidential Elections. – Stuttgart, 2005. – P. 141–170.
13. Perelman Ch. The New Rhetoric and the Humanities / Ch. Perelman. – Dordrecht, 1978. – 136 p.

REFERENCES

1. Burlaka A. Lingvokul'turni osoblivosti politichnogo diskursu / A. Burlaka. – Sumi, 2012. [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu : <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/25457/1/Burlaka.pdf>
 2. Gerasimova I. Argumentacija kak metodologija ubezhdenija / I. Gerasimova, M. Novoselov // Voprosy filosofii. – 2003. – № 10. – С. 72–84.
 3. Grinenko G. Argumentacija: opyt germenevticheskogo analiza / G. Grinenko. – М. : Mysl'. 2006. – Т. 6. – № 1. – С. 48–63.
 4. Gulej M. D. Komunikativno-dijal'nisnij aspekt movnoi osobivosti suchasnogo francuz'kogo politika / M. D. Gulej. – К., 2009. – Vip. 4. – С. 103–107.
 5. Danilevs'ka L. Logiko-filosofs'ki peredumovi navchannja argumentuvannja jak fenomenu v spilkuванні / L. Danilevs'ka. – К., 2006. [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu : http://novyn.kpi.ua/2006-3/03_Danilevska.pdf
 6. Kolotilova N. Ponjattja praktichnoi argumentacii / N. Kolotilova // Mul'tiversum – К. : Centr duhovnoi kul'turi, 2004 [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu : http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_39/Kolotilo_1.htm
 7. Kostjunina M. Sravnitel'nyj analiz ritoricheskoj argumentacii v predvybornom diskurse B. Obamy i Dzh. Makkejna / M. Kostjunina // Politicheskaja lingvistika. – Ekaterinburg, 2011. – С. 125–132.
 8. Romanjuk S. Zasobi realizacii movlenneвого vplivu v amerikans'kij komercijnij zhurnal'nij reklami : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.04 / S. Romanjuk. – Harkiv, 2013. – 23 s.
 9. Ruzavin G. Metodologicheskie problemy argumentacii / G. Ruzavin. – М. : IF RAN, 1997. – 202 s.
 10. Tretjak O. Politichna argumentacija jak zasib racionalizacii politichnoi komunikacii : avtoref. dis. ... kand. polit. nauk : 23.00.01 / O. Tretjak. – Dnipropetrovs'k, 2004. – 16 s.
 11. Fomenko O. Lingvistichnij analiz suchasnogo politichnogo diskursu SShA (90-ti roki HH stolittja) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.04 / O. Fomenko. – К., 1998. – 18 s.
 12. Pavlyuk L. Extreme Rhetoric in the 2004 Presidential Campaign. Images of Geopolitical and Regional Division / L. Pavlyuk // Aspects of the Orange Revolution II. Information and Manipulation Strategies in the 2004 Ukrainian Presidential Elections. – Stuttgart, 2005. – P. 141–170.
 13. Perelman Ch. The New Rhetoric and the Humanities / Ch. Perelman. – Dordrecht, 1978. – 136 p.
- Статтю подано до редакції 26.02.2015 р.*