УДК 811.111'42:32.019.51
DOI https://doi.org/10.32841/2409-1154.2019.39.2.30

Карпусенко М. В.,
старший викладач кафедри ділової іноземної мови та перекладу
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Карпусенко Н. В.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри німецької філології та перекладу
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

ЛЕКСИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЗНОСТІ ЯК РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ (НА ПРИКЛАДІ ДРУГИХ ДЕБАТІВ Х. КЛІНТОН ТА Д. ТРАМПА)

Анотація. Президентські дебати відіграють важливу роль у політичному житті будь-якої демократичної країни. Вони дозволяють виборцям оцінити політичні позиції кандидатів. Оскільки кандидати не мають повного списку питань заздалегідь, лінгвіст може використати дебати, щоби вивчити непідготовлене мовлення самих кандидатів, а не їхніх спічрайтерів, ця спонтанність відображає їхні комунікативні стратегії та тактики.

Мета цього дослідження полягає у вивченні лексичних засобів виразності, використаних Д. Трампом і Х. Клінтон у межах реалізації їхніх комунікативних тактик і стратегій. Стратегії, що їх застосовують кандидати, поділяються на ті, що спрямовані на мовця, та ті, що спрямовані на опонента. Для реалізації перших кандидати вживають тактики доведення власної компетентності або моральних якостей, тоді як останні реалізуються за допомогою доведення недостатньої компетентності або неналежних моральних якостей опонента з погляду їхньої цільової аудиторії.

У процесі президентських дебатів кандидати вживають різноманітні лексичні засоби стилістичної виразності, зокрема мовні та мовленнєві метафори, метонімії, персоніфікації, порівняння, гіперболи, позитивні та негативні епітети. Ці стилістичні засоби вживаються для реалізації різноманітних комунікативних тактик, спрямованих на поліпшення свого власного іміджу або дискредитації свого опонента. Нами проаналізовано вісімнадцять цитат із президентських дебатів у Сполучених Штатах Америки для того, щоби показати, яким чином лексичні засоби виразності вживаються в межах реалізації різних комунікативних тактик. Вживані кадидатами засоби виразності допомагають їм апелювати до емоцій аудиторії та зробити так, щоб їх почули. Д. Трамп і Х. Клінтон використовують два види метафор (авторські та стерті). Метонімія вживається для того, щоб їхнє мовлення звучало більш лаконічно.

Кандидати вживають негативні епітети для того, щоб продемонструвати нестачу компетентності в опонента під час участі в кількох проєктах, та позитивні епітети для того, щоби підкреслити свою власну загальну компетентність. З тією ж метою вживаються й гіперболи.

У кількох випадках кандидати вживають кілька засобів виразності в одному реченні.

Надалі ми розглядатимемо розподіл вживання лексичних та синтаксичних засобів виразності серед учасників президентських дебатів у Сполучених Штатах Америки.

Ключові слова: політичний дискурс, президентські дебати, лексичні засоби виразності, комунікативні стратегії, комунікативні тактики.

Постановка проблеми. Президентські дебати відіграють значну роль у соціально-політичному житті багатьох країн, зокрема Сполучених Штатів Америки (далі – США). Під час дебатів кандидати мають можливість довести виборцям, що саме вони більш гідні обійняти посаду майбутнього президента. Для цього вони послуговуються комунікативними стратегіями, які актуалізуються лексичними та синтаксичними засобами виразності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Комунікативні стратегії англомовного політичного дискурсу вже виокремлювалися в роботах таких науковців: О. Іссерс, І. Лосєвої, Г. Рябоконь, М. Тхіра, О. Чепіль, О. Яшенкової [2; 5; 7; 8; 9; 10]. Вважаємо за необхідне більш детально зупинитися на комунікативних стратегіях, які виокремлює М. Тхір, тобто на тих стратегіях, які впливають на формування іміджу президента: стратегія самопрезентації з тактиками ототожнення з американським народом і демонстрації сили [8, с. 159–173], а також стратегія презентації з тактиками дискредитації опонента, позитивної презентації співвітчизника, прогнозування позитивного майбутнього [8, с. 173–185]. Раніше нами вже запропоновані дві групи комунікативних стратегій: стратегії, спрямовані на мовця (далі – СМ), та стратегії, спрямовані на опонента (далі – СО) [3, с. 52].

Стилістичні засоби виразності, що вживаються в англомовному політичному дискурсі, уже досліджувалися українськими мовознавцями (О. Горіна, І. Лосєва, А. Понікарьова, М. Тхір та ін.) [1; 5; 6; 8]. Недостатньо дослідженим уважаємо вживання стилістичних (лексичні та синтаксичні) засобів виразності в мовленні кандидатів під час президентських дебатів у США. Синтаксичні засоби виразності в мовленні учасників дебатів уже розглядалися нами раніше [4].

Метою статті є проведення аналізу саме лексичних засобів виразності, які вживаються кандидатами для реалізації комунікативних стратегій і тактик.

Матеріалом дослідження є текст других президентських дебатів між Д. Трампом і Х. Клінтон.

Виклад основного матеріалу. Для реалізації згаданих вище стратегій, спрямованих на мовця, уживаються такі тактики: тактика доведення власної компетентності (далі – ТК) і тактика ілюстрації власних моральних якостей (далі – ТМ). Для реалізації стратегій, спрямованих на опонента, учасники президентських дебатів використовують тактику заперечення компетентності опонента (далі – ТЗК) і тактику ілюстрації негативних (на думку цільової аудиторії) моральних якостей опонента (далі – ТНМ) [3, с. 52]. Ці тактики реалізуються за допомогою низки лексичних засобів виразності: метафори, епітета, гіперболи, порівняння, уособлення, метонімії. Для ілюстрації зв'язку між лексичними засобами виразності та комунікативними стратегіями і тактиками нами складено схему, яку показує спрямованість тактик і стратегій, а також наявність стилістичних прийомів, які застосовуються як інструментарій для їхньої актуалізації (рис. 1).

Учасники дебатів уживають як індивідуально-авторські (мовленнєві), так і стерті (мовні) метафори (які частково втратили образність і яскравість).

Д. Трамп: *But when we talk about apology, I think the one that you should really be apologizing for, the thing that you should be apologizing for are the 33,000 e-mails that you deleted and that you acid washed and the two boxes of e-mails and other things last week that were taken from an office and are now missing.*

Д. Трамп стверджує, що його опонентка не просто знищила важливі файли, а ще й позбавилася від слідів їхнього існування. Отже, за допомогою цієї метафори посилюється ефект від застосування ТНМ. Х. Клінтон, у свою чергу, у межах цієї ж тактики звинувачує Д. Трампа в тому, що його передвиборча кампанія «вибухає»:

I know you are into big diversion to night, anything to a void talking about your campaign and the way it's exploding, and the way Republicans are leaving you <...>.

В іншій яскравій метафорі Д. Трамп стверджує, що американська політика на Близькому Сході є бездарною:

General George Patton and General Douglas Mac Arthur are spinning in their grave at the stupidity of what we are doing in the Middle East.

Прикладом стертої метафори може слугувати таке висловлювання Х. Клінтон: *<...> I've set forth some big goals, getting the economy to work for everyone, not just those at the top.*

Особливістю стертих (мовних) метафор є те, що їхнє забарвлення не виглядає настільки яскраво, тому ефект від їхнього використання набагато менший і здебільшого ледве відчутний.

Так само і метонімія вживається радше для того, щоб зробити своє мовлення більш лаконічним і сконцентрувати увагу слухачів на своїх позитивних якостях.

Д. Трамп: *I don't deal there, I have no businesses there, I have no loans from Russia. I have a very-very great balance sheet,* або

Х. Клінтон: *<...> there is no evidence that any classified information ended up in the wrong hands.*

У цьому прикладі Д. Трамп поруч із метонімію використовує оцінні епітети та за їхньою допомогою реалізує ТК.

Д. Трамп: *Warren Buffett took a massive deduction, Soros, who's a friend of hers took a massive deduction.*

За допомогою негативних оцінних епітетів Х. Клінтон актуалізує ТНМ:

We saw him after the first debate, spend nearly a week denigrating a former miss universe in the harshest, most personal terms.

Цієї ж тактики дотримується й Д. Трамп:

So you can say anyway you want to say it, but Bill Clinton is abusive to women.

Для посилення комунікативного ефекту та досягнення більшого впливу на слухача Д. Трамп використовує кілька засобів

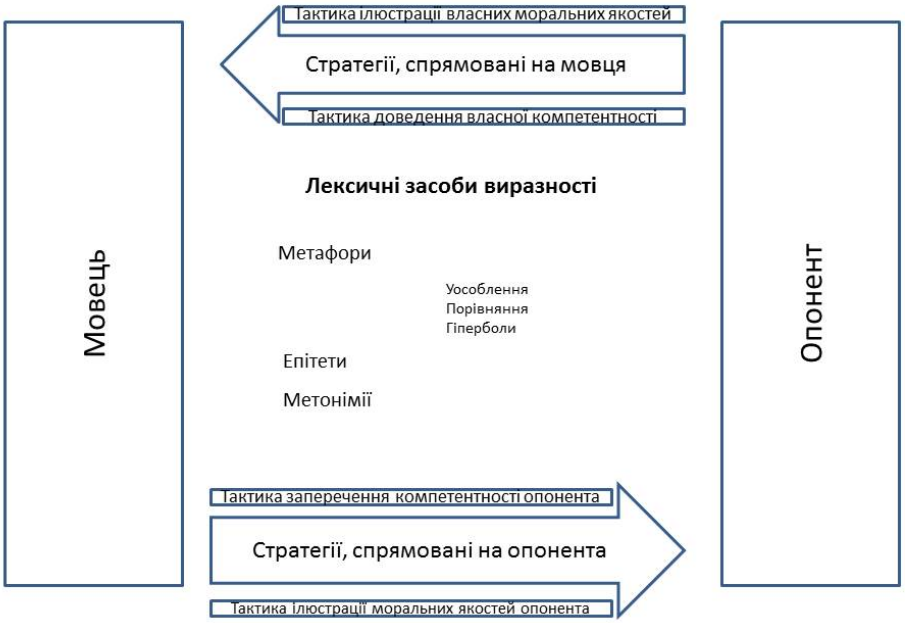

Рис. 1.

стилістичної виразності водночас (дві метафори й один епітет): *Why can't they do the attack and make it a sneak attack and after the attack is made inform the American public that we have knocked out the leaders; we have a tremendous success?*

У наступному прикладі Х. Клінтон використовує гіперболу та демонструє свою близькість до кожного громадянина і реалізує таким чином ТК, перебільшуючи свої можливості:

<…> I'm hoping to be elected in November and I can promise you I will work with every American.

Д. Трамп, використовуючи цю ж тактику, намагається продемонструвати виборцям здатність змінити ситуацію у країні за багатьма напрямами і реалізує її за допомогою уособлення:

We're going to make great trade deals, we're going to have a strong border, we're going to bring back law and order.

Як і Д. Трамп, Х. Клінтон за допомогою уособлення реалізує ТК, вказуючи на те, що вона може «вилікувати» країну:

I want to be the president for all Americans regardless of your political beliefs, what you look like, your religion. I want us to heal our country and bring it together.

Гіпербола вживається кандидатами також для актуалізації ТМ. Д. Трамп: *Nobody has more respect for women than I do.*

За допомогою гіперболізації негативних аспектів діяльності партії супротивника Д. Трамп намагається дискредитувати опонента, реалізуючи ТЗК:

Obama care was the first step, Obama care is a total disaster and not only are your rates going up by numbers that nobody's ever believed, but your deductibles are going up. So that unless you get hit by a truck, you will never be able to use it.

У відповіді на запитання американця-мусульманина Х. Клінтон реалізує ТМ. За допомогою порівняння вона підвищує цього громадянина до статусу звичайного громадянина і таким чином створює контраст між власною політикою та політикою Д. Трампа:

So, I want a country where citizens like you and your family are just as welcome as any one else.

Реалізуючи ТЗК, Д. Трамп за допомогою порівнянь намагається довести неприйнятність економічної ситуації, що склалася у США. У наступному прикладі він порівнює семивідсоткове зростання ВВП Китаю з національним лихом з погляду китайців, а також (у більш широкому розумінні) порівнює стан економіки двох країн:

If China has a GDP of 7% it's like a national catastrophe. We're down at 1%, and that's like no growth.

Як ми вже зазначали раніше, використання декількох засобів виразності одночасно покликано посилити вплив на аудиторію. Саме для цього кандидати водночас вживають порівняння, гіперболу й оцінні епітети:

Д. Трамп: *You know, when we have a world where you have ISIS chopping off heads, where you have them, frankly, drowning people in steel cages, where you have wars and horrible, horrible sights all over and you have so many bad things happening, this is like medieval times.*

Висновки. Під час президентських дебатів учасники вживають різноманітні лексичні засоби стилістичної виразності, зокрема: мовні та мовленнєві метафори, метонімії, уособлення, порівняння, гіперболи, позитивні та негативні оцінні епітети. Ці стилістичні засоби вживаються в рамках реалізації певних комунікативних тактикта стратегій, спрямованих на покращення власного іміджу або дискредитування опонента. Перспектива дослідження полягає у вивченні розподілу лексичних і синтаксичних засобів виразності в мовленні кандидатів під час президентських дебатів у США.

Література:

1. Горіна О. Когнітивно-комунікативні характеристики американського електорального дискурсу республіканців : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2008. 21 с.
2. Иссерс О. Речевое воздействие : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению (специальности) «Связи с общественностью». 2-е изд. Москва : Флинта ; Наука, 2009. 223 с.
3. Карпусенко М., Карпусенко Н. Особливості реалізації комунікативних стратегій в президентських дебатах у США (на прикладі Д. Трампа і Х. Клінтон). Науковий вісник *Міжнародного гуманітарного університету.* Серія «Філологія». 2017. № 27. Т. 2. С. 51–54.
4. Карпусенко М., Карпусенко Н. Стилістичні особливості синтаксичних структур президентських дебатів (на матеріалі третіх дебатів Х. Клінтон та Д. Трампа). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* Серія «Філологія». 2018. № 33. Т. 2. С. 48–50.
5. Лосєва І. Мовностилістичні особливості політичної полеміки кандидатів у президенти США (на матеріалі інтернет-дискурсу) : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2016. 261 с.
6. Понікарьова А. Аргументативно-сугестивний потенціал складних синтаксичних структур англомовного політичного дискурсу : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. 20 с.
7. Рябоконь Г. Дискурсивні особливості інтернет-публікацій дебатів британського парламенту : дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08. Київ : КНУ «Києво-Могилянська академія», 2005. 276 с.
8. Тхір М. Створення іміджу президента в американському політичному дискурсі: лінгвокогнітивний та комунікативно-когнітивний аспекти (на матеріалі політичних промов Барака Обами) : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Херсон, 2014. 295 с.
9. Чепіль О. Особливості реалізації комунікативних стратегій у політичному дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* Серія «Філологічна». 2015. Вип. 52. С. 274–276. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2015_52_94.
10. Яшенкова О. Основи теорії мовної комунікації : навчальний посібник для вузів. Київ : ВЦ «Академія», 2010. 312 с.

Джерела ілюстративного матеріалу:

11. Clinton vs. Trump (2nd debate). URL: http://kfor.com/2016/10/10/full-transcript-and-video-from-second-2016-presidential-debate/.

Karpusenko M., Karpusenko N. Lexical means of expressiveness as implementation of communicative strategies in US presidential debates (as illustrated by 2nd Clinton-Trump debate)

Summary. Presidential debates play an important role in the political life of any democracy. They enable voters to assess the candidates' political standpoints. As candidates do not have the full list of questions in advance, a linguist can use debates to look at the spontaneous speech of the candidates themselves rather than their speechwriters, this spontaneity reflecting their communicative strategies and tactics.

The goal of this research is to study lexical means of expressiveness employed by D. Trump and H. Clinton as part of their communicative tactics and strategies. The strategies used by candidates are divided into those aimed at the speaker and those aimed at the opponent. To implement the former,

candidates use the tactics of demonstrating their own competence or morality while the latter is implemented through the tactics of showing their opponent's lack of competence or morality as understood by their target audience.

In the course of presidential debates the candidates employ various lexical means of stylistic expressiveness, notably language and speech metaphors, metonymies, personifications, comparisons, hyperbolae, positive and negative epithets. These stylistic means are employed to implement various communicative tactics aimed at improving their own image or discrediting their opponent. We have analysed 18 quotations from US presidential debates to show how lexical means of expressiveness are employed within various communicative tactics. The means of expressiveness the candidates use help them to appeal to the audience's emotions and make themselves heard. D. Trump and H. Clinton use two kinds of metaphors (creative and dead). Metonymy is employed by the candidates to make their speech sound more laconic.

The candidates use negative epithets to demonstrate the opponent's lack of competence in a number of projects, and positive epithets to emphasize their own overall competence. Hyperbolae serve the same purpose.

On a few occasions the candidates employ more than one means of expressiveness in one sentence.

As further research we will study the distribution of lexical and syntactic means of expressiveness among the participants of US presidential debates.

Key words: political discourse, presidential debate, lexical means of expressiveness, communicative strategies, communicative tactics.