

УДК 811.111'373+81'42: 821.111

КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ ДИСКУРСИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ RECESSION

Баран Г. П.

Херсонський державний університет

У статті виокремлено репертуар комунікативно-прагматичних стратегій і тактик дискурсивної реалізації складників концепту RECESSION в політичному Інтернет-дискурсі, спрямованих на реалізацію авторських інтенцій та здійснення перлокутивного впливу на адресата.

Ключові слова: концепт RECESSION, Інтернет-дискурс, комунікативно-прагматичні стратегії і тактики, перлокутивний вплив.

Баран Г. П. Коммуникативно-прагматические стратегии и тактики дискурсивной реализации концепта RECESSION. В статье выявлен репертуар коммуникативно-прагматических стратегий и тактик реализации компонентов концепта RECESSION в политическом Интернет-дискурсе, направленных на осуществление перлокутивного воздействия на адресата.

Ключевые слова: концепт RECESSION, Интернет-дискурс, коммуникативно-прагматические стратегии и тактики, перлокутивное воздействие.

Baran H. P. Communicative-pragmatic strategies and tactics of discursive realization of concept RECESSION. This article focuses on revealing the range of communicative-pragmatic strategies and tactics ensuring the realization of concept RECESSION and its perlocutionary influence on the addressee in political Internet-discourse.

Key words: concept RECESSION, communicative-pragmatic strategies and tactics, perlocutionary influence.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Концепт RECESSION, безсумнівно, відноситься до числа найбільш соціально і культурно значущих одиниць концептосфери сучасної людини.

У межах когнітивної лінгвістики здійснено ґрунтовні дослідження базових концептів політичної картини світу – ВЛАДА, ПОЛІТИК, ДЕМОКРАТІЯ та ін. в англійській, українській, російській лінгвокультурах [3, с. 34; 6; 8], окремих аксіологічних концептів американського політичного дискурсу [9], політичної концептуальної метафори [1, 108–110]. Незважаючи на численні роботи, присвячені багатоглядному аналізу різних концептів, концепт RECESSION не отримав належного висвітлення у сучасній лінгвістиці.

Вибір політичного Інтернет-дискурсу зумовлений тим, що він становить найбільш адекватний контекст реалізації концепту RECESSION/РЕЦЕСІЯ, який містить типовий набір предметно-референтних ситуацій, що конкретизують різноманітні характеристики феномену рецесії.

У річищі лінгвокогнітивного підходу увагу зосереджують на описі та моделюванні структури досліджуваного концепту як глобальної ментальної одиниці концептосфери сучасної людини через аналіз його вербалізованих складників [2; 4; 5; 6]. Орієнтуючись на масову свідомість, політики, аналітики, коментатори висловлюють у Інтернет-мережі свої думки з приводу того, що відбувається у світі, застосовуючи певні мовні механізми з метою впливу на людину та формування її політичних уподобань. Усе це передбачає високий ступінь ідеологічного на-

вантаження концепту RECESSION, що в свою чергу підсилює актуальність його аналізу для виявлення взаємозв'язків мови і суспільства, мови та ідеології.

Актуальність дослідження визначається, по-перше, загальною спрямованістю наукових розвідок у галузі концептології на пошук новітніх методів аналізу концептів, по-друге, відповідністю об'єкта аналізу найактуальнішими проблемами соціально-економічного й політичного життя сучасної людини, по-третє, опис комунікативно-прагматичних стратегій реалізації концепту RECESSION у політичному Інтернет-дискурсі сприяє поясненню того, у який спосіб певні засоби вербалізації складників досліджуваного концепту в політичному Інтернет-дискурсі впливають на формування політичної свідомості користувачів Інтернету.

Мета статті полягає у виявленні комунікативно-прагматичних стратегій реалізації концепту RECESSION в англomовному політичному Інтернет-дискурсі.

Об'єктом дослідження постає об'єктивація концепту RECESSION в англomовному політичному Інтернет-дискурсі. **Предмет** становлять комунікативно-прагматичні стратегії реалізації концепту RECESSION у політичному Інтернет-дискурсі.

Виклад основного матеріалу дослідження. У цій науковій розвідці у світлі когнітивно-дискурсивного підходу концепт RECESSION постає як когнітивно-мисленнєвий конструкт, який реконструюється через контекстуально-інтерпретативний аналіз його дискурсивних реалізацій у різних жанрах політичного Інтернет-дискурсу. Він є синтезом як мовного, так і енциклопедичного знання про таке суспільне явище в свідомості людини, як рецесія. Лексико-семантичний й етимологічний аналіз імені концепту RECESSION та інтерпретаційний аналіз дискурсивних фрагментів, в яких він реалізується, дозволив окреслити його номінативне поле, що містить ядро, ближню і дальню периферію. Ядро логіко-поняттєвого шару концепту RECESSION структурують номінативні одиниці, що позначають економічну і соціальну сфери життя: *recession, decline, change, fall*. До ближньої периферії відносимо синонімічні слова: *break, decrease, collapse, depression, default, crisis, inflation, bankruptcy*, а до дальньої – дериваційні: *unemployment, destabilization, bottom-out, downturn, shakeout* та одиниці вторинної номінації: *rainy days, hard times, bad times, slide, slump, stagnation*. Протилежну за значенням антонімічну низку склали такі іменники, як *development, progress, advance, revival*.

Образно-асоціативний шар концепту репрезентовано концептуальними метафорами, які є підґрунтям його метафоричних номінацій у дискурсі.

Спираючись на думку І. С. Шевченко про те, що використання стратегій і тактик залежить від жанру політичного дискурсу, а також від того, який із складників концепту RECESSION – поняттєвий, образний чи ціннісний обрано адресантом для здійснення перлокутивного впливу, виокремлюємо репертуар стратегій і тактик, характерних для досліджуваного дискурсу [7, 151].

На основі дискурсивно-прагматичної методики нами виявлено низку стратегій і тактик дискурсивної реалізації складників концепту RECESSION.

Аргументативна стратегія полягає в переконанні адресата шляхом раціонально-емоційного впливу на нього через зміну його асоціативних зв'язків [7, 123]. Як правило, щоб досягти потрібного перлокутивного ефекту, виділяються два-три центральних аргументи, які вважаються найбільш вагомими та переконливими з точки зору суспільної значущості. Аргументативна стратегія в межах досліджуваного дискурсу реалізується через такі тактики: маніпулювання – переконання шляхом створення бажаних для адресанта логічних висновків; деталізація – переконання за допомогою конкретизації та більш детальної подачі інформації. **Тактика маніпулювання** може втілюватися шляхом як уточнення інформації, так і викривлення фактів, а також виправдання негативних наслідків певних подій. У наведеному нижче дискурсивному фрагменті складники концепту RECESSION актуалізовано прямим і непрямим способами номінації. Тактика маніпулювання здійснюється через метафору *cusp of a recovery*, яка апелює до почуттів адресата і додає висловленню драматизму, асоціюючи економічний занепад із хворобою живої істоти:

The US economy is now on the cusp of a recovery. Many economies that export heavily to the US will follow suit, as the US leads the way out of the first synchronised global recession in a generation. But what caused the global recession? The roots of the global recession can be traced to the end of the Asian crisis in 1998, when several key Asian economies began to export their way out of recession (10).

Тактика маніпулювання посилюється через використання запитань, відповідь на які дає сам адресант. У відповіді подається неповна інформація про причини глобальної рецесії та замовчується діяльність США, що до неї призвела. Причому у відповіді втілено міф про зовнішнього ворога – винуватцем рецесії постають азіатські країни. Натомість США постає як герой, месія – супердержавою, яка виведе інші країни з рецесії.

Тактика деталізації підвищує ступінь впливу повідомлення, оскільки людина схильна більше довіряти детально структурованій інформації. Ми виділили такі технології подачі повідомлення: а) проспекція (виражена вживанням дієслів-присудків у майбутньому часі; імперативних та інфінітивних конструкцій у функції обставини мети), б) створення логічного ланцюжка через залучення стилістичного прийому градації.

Апелятивна стратегія реалізується у низці тактик емоційного впливу: ідеологізації; фатичній (контактотвірній); маніпулювання масовою свідомістю; тактиці ретроспекції. Тактика ідеологізації передбачає вживання номінативних одиниць, у семантиці яких міститься емотивний компонент – апелювання до вищих цінностей, патріотичних почуттів. У текстах промов Тоні Блера і прем'єр-міністра Канади Жана Крет'єна домінує меліоративна лексика. Номінативна одиниця *progressive* зустрічається неодноразово. Приблизно так само часто вживається у мовленні Жана Крет'єна лексична одиниця *succeed*:

Our mission is to govern for a progressive purpose – to make changes not just for a few years but to build good society for generations to come. For Canada to thrive, all citizens must have opportunities to succeed (13).

Фатична тактика, суть якої полягає у завоюванні довіри і підтримці контакту «адресант-адресат», реалізується за допомогою таких технологій, як ідентифікації себе з народом через вживання інклюзивного займенника *ми*:

"But we need Ebola treatment units. We need health care workers. We need medevac capacity. We need mobile laboratory and staff. We need non-medical support: telecommunications, generators, incinerators, public communications capacity, training, construction," he said (12).

У цьому фрагменті політичного Інтернет-дискурсу Джон Керрі ідентифікує себе з народом через систематичне повторення словосполучення *We need*. Така тактика сприяє зменшенню дистанції між політиком та аудиторією, до якої він звертається, а повторення цього словосполучення надає виступу певного ритму та створює сугестію впевненості та твердості намірів адресанта.

Валоративна стратегія впроваджується через (само)презентацію, (само)вихвалення адресанта, або, навпаки – дискредитацію політичного опонента. Така стратегія реалізується через низку тактик: *позиціонування* – створення необхідного іміджу в певному соціокультурному середовищі та політичному контексті; *дистанціювання*, яке припускає штучне зняття всього негативного, що може зруйнувати позитивний імідж, знизити його рейтинг; *міфологізація*, яка використовує архетипну символіку і впливає на підсвідомість адресата; *архаїзація*, що створює позитивний образ на тлі негативного образу опонента шляхом згадування його невдалих вчинків.

Приміром, тактика *дистанціювання* актуалізується через такі технології: нейтралізація несхвальної інформації; виділення позитивних якостей і применшення недоліків:

"I'm here this morning to make an urgent plea to countries in the world to step up even further. While we are making progress, we are not where we can say that where we need to be. And there are additional needs that have to be met in order for the global community to be able to prop," he said.

There are specific needs, he said, urging more countries to move resources of specific kinds. «It is not just a question of sending people, though it is vital to send people» (11).

Висловлення “*While <...> we need to be*”, репрезентоване складнопідрядним реченням, що імпліцитно виражає концепт RECESSION. Така тактика сприяє приховуванню недоліків існуючого політично-економічного становища. Наступне висловлення “*And there are additional needs <....> to prop*” спрямоване на створення враження, що адресант дійсно знає спосіб вирішення проблеми.

Домінантною в політичному Інтернет-дискурсі виявляється *стратегія оптимізації перлокутивного впливу*, яка слугує для полегшення сприйняття інформації та економії когнітивних зусиль адресата. Стратегія оптимізації реалізується через *тактики деталізації* (підвищення розуміння суті повідомлення); *емоціотвірні тактики* (підвищення привабливості та апелювання до цінностей); *тактики мнемонізації* (забезпечення запам’ятовування повідомлення); *тактики візуалізації* (вплив через графічні, кольорові та фото і відео-засоби).

Наприклад, візуальним елементом, який одразу привертає увагу, є кольорова гамма веб-сайтів політичних партій. У палітрі веб-сайтів Консервативної партії Великої Британії і Демократичної партії США домінує блакитний колір, який є офіційним кольором цих партій, а на веб-сайтах Республіканської партії США і Лейбористської партії Великої Британії переважає їх офіційних колір – червоний. Яскравими диференційними маркерами є логотипи політичних партій. Прикладом тактики візуалізації є зміна логотипу Консервативної партії Великої Британії з руки із факелом, як символу сили, стійкості, призиву до дії на дерево зеленого кольору, а також на дерево кольору британського прапора (Рис. 1.), яке використовується на офіційному веб-сайті партії.

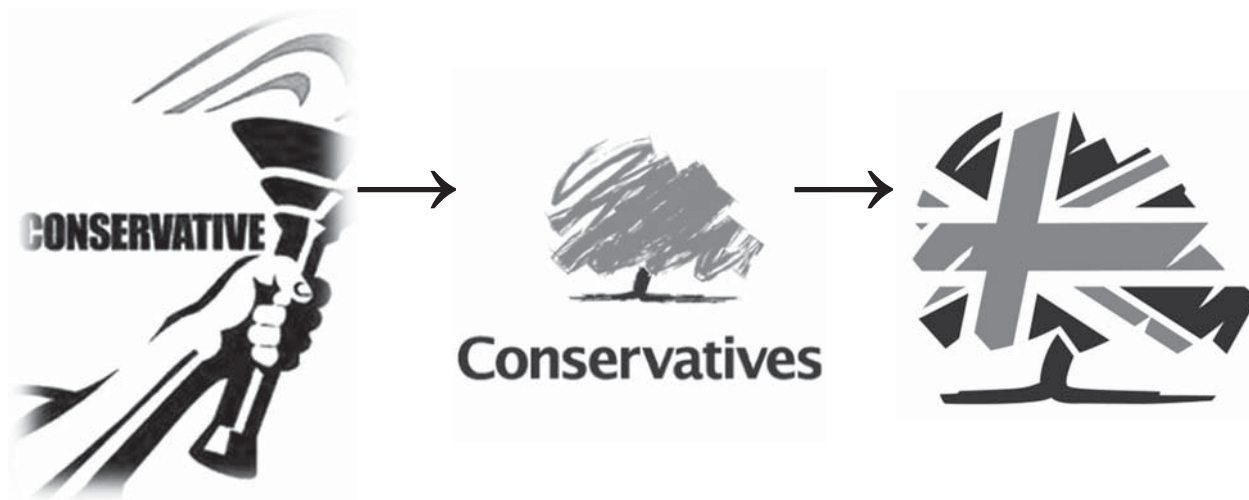


Рис. 1. Зміна логотипу Консервативної партії Великої Британії

Така еволюція логотипу пов’язана, на нашу думку, із намаганням привернути на свою сторону прихильників захисту навколишнього середовища, а нечіткість напису *Conservatives*, який виконаний у традиційному для партії блакитному кольорі, сприяє закріпленню нового «м’якого» іміджу партії.

Свідченням того, що партія намагається переконати виборців у тому, що вона змінює свою політику у відповідності до вимог часу, є банер із написом “*Conservatives It’s time for change*” (Рис. 2.). Вплив на аудиторію здійснюється за допомогою парадоксального висловлення «*Консерватори Настав час для змін*», яке реалізується через використання оксюмору.



Рис. 2. Банер консервативної партії

Стратегії мовленнєвого впливу з когнітивної точки зору слугують собою сукупністю процедур над моделями світу виборців [7, 267]. Використання стратегій і тактик залежить від жанру політичного дискурсу, а також від того, який із складників концепту RECESSION – поняттєвий, образний чи ціннісний обрано адресантом для здійснення перлокутивного впливу у конкретному фрагменті досліджуваного дискурсу.

Висновки і перспективи подальших досліджень. У контексті нашої роботи англomовний політичний Інтернет-дискурс розуміємо як ситуативно й комунікативно зумовлену когнітивно-мовленнєву діяльність адресанта й адресата з осмислення й інтерпретації соціально-політичного й економічного феномену рецесії британською й американською мовними спільнотами. Досліджуючи особливості реалізації концепту RECESSION у політичному Інтернет-дискурсі, ми виявили наступні стратегії впливу на адресата: *аргументативну, апелятивну, валоративну та стратегію оптимізації мовленнєвих засобів*, задіяних у реалізації досліджуваного концепту. Установлення комунікативно-прагматичних стратегій і тактик дискурсивної реалізації концепту RECESSION уможливило виявлення амбівалентного характеру його складників. Варіювання оцінки, актуалізованої в складниках концепту, залежить від дискурсивного контексту.

У плані подальших наукових студій перспективним убачається вивчення концепту RECESSION в різних видах англomовного дискурсу, у порівняльному і зіставному аналізі реалізацій цього концепту в різних лінгвокультурах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Политический дискурс: прощание с ритуалом / А.Н. Баранов. // Человек –1999. – № 6. – С. 108–118.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 476 с.
3. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики / А. П. Мартинюк. – Харків, 2011. – 196 с.
4. Попова Е. А. Культурно-языковые характеристики политического дискурса (на материале газетных интервью): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. А. Попова. – Волгоград, 1995. – 21 с.
5. Попов А. Ю. Основные отличия текста от дискурса / А. Ю. Попов // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: Сб. науч. статей. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – С. 38–45.
6. Потапенко С. І. Сучасний англomовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти: монографія / С. І. Потапенко. – Ніжин : Вид-во НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. – 391 с.
7. Шевченко И. С. Стратегия и тактика на предизборный дискурс при Джордж Буш / И. С. Шевченко // Теория и история на реториката. – София: Унив. изд. «Св. Кл. Охридски», 2013. – С. 255–275.
8. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: монография. / Е. И. Шейгал. – М. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
9. Lakoff G. Cognitive semantics / G. Lakoff // U. Eco, M. Santambrogio, P. Violi (eds.) Meaning and mental representations. – Bloomington, 1988. – P. 119–154.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

10. Hellman Martin McCain threatens Putin [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.wagingpeace.org/mccain-threatens-putin/>
11. Judis John B. You Say Recession, I say Depression. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.newrepublic.com/article/economy/77427/economic-crisis>
12. Remarks by the President in State of the Union Address [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2015/01/20/remarks-president-state-union-address-january-20-2015>
13. The biggest danger of a Greek default could be political instability [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.latimes.com/world/europe/la-fg-greece-europe-20150630-story.html>