Германські мови

УДК 81’42 (045)

**ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СУЧАСНОГО ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ДИСКУРСУ**

**SPECIFITIES OF MODERN ELECTORAL DISCOURSE ORGANIZATION**

**Кобзєва О.О.,**

*кандидат філологічних наук, викладач кафедри іноземної філології, КЗ «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» ХОР*

У даній статі розглядаються системно-утворюючи характеристики і основні функції політичного дискурсу; розглядаються різні підходи до його вивчення. Проведений аналіз також дозволяє визначити електоральний дискурс як жанр політичного дискурсу; встановлюються його структурні особливості.

**Ключові слова:** політичний дискурс, електоральний дискурс, функції, жанрові ознаки, інституційність.

В данной статье рассматриваются системно-образующие характеристики и основные функции политического дискурса; рассматриваются различные подходы к его изучению. Проведенный анализ также позволяет дать определение электоральному дискурсу, как жанру политического дискурса; устанавливаются его структурные особенности.

**Ключевые слова:** политический дискурс, электоральный дискурс, функции, жанровые признаки, институциональность.

This article focuses on the systemical and forming characteristics and the main functions of political discourse; various approaches to its study are considered. The analysis also admits us to define electoral discourse as a genre of political discourse; its structural features are established.

**Key words:** political discourse, electoral discourse, functions, genre features, institutionalism.

До актуальних проблем сучасного мовознавства належить вивчення використання мови в різних соціальних контекстах на підґрунті оперування індивідом немовним та мовним знанням. Значна кількість таких мовознавчих досліджень здійснюється у межах нового напряму аналізу – дискурсології.

Сучасне розуміння дискурсу сягає корінням у розвідки англомовних дослідників (Т ван Дейк, Д.Шиффрін) та дістає уточнення в працях вітчизняних авторів (А.П. Мартинюк, О.І. Морозова, І.Є. Фролова, І.С. Шевченко та інші). У дискурсивній діяльності розрізняють два основні типи: інституційні та не інституційні дискурси. Також пропонується диверсифікувати дискурси за типами, на підґрунті певної сфери комунікації, й за різновидами, на основі стратегії та чинника комунікантів [1].

При цьому розуміння дискурсу як культурно-соціального феномена обумовлює необхідність урахування національно-мовної характеристики.

**Метою** дослідження є аналіз основних характеристик електорального дискурсу (ЕД) і виявлення його структурних та функціональних особливостей.

**Об’єктом** нашого дослідження виступає американський електоральний дискурс, що належить до інституційних дискурсів, становить підтип політичного дискурсу, оскільки відноситься до цієї сфери спілкування, та реалізується засобами американського варіанта англійської мови, використовуваними представниками відповідного національно-мовного менталітету.

Сучасні лінгвісти не мають конкретного визначення поняття політичний дискурс. Тому у нашому розумінні, політичний дискурс – це спосіб комунікації, який зосереджений на вербальному та невербальному обміну думками, ідеями, пропозиціями учасників політичного життя у відповідності з їх переконаннями. Політичний дискурс реалізується як в усній, так і в письмовій формі. До усної форми політичного дискурсу можна віднести публічні виступи політиків, їхні виступи на радіо, телебаченні, інтерв’ю, прес-конференції, парламентські дебати, теле- та радіоновини. До письмової форми політичного дискурсу відносять різноманітні документи – договори, протоколи, угоди, рубрики політичних новин у пресі, політичні плакати та листівки [2].

Як передумова комунікації дискурс має дві характеристики: 1) він співвіднесений із поняттями комунікативної (мовленнєвої) компетенції та соціалізації; 2) він є засобом встановлення лідерства. Встановлення правил створення і правил розуміння текстів дозволяє переконувати, впливати, спрямовуючи й навіть уніфікуючи думки й поведінку. Саме тому дискурс співвідносять із поняттям влади та політики як сфери його реалізації [2].

Тобто, коли ми говоримо про комунікативні процеси у політичній сфері, маємо на увазі таке явище, як політичний дискурс.

Політичний дискурс, будучи різновидом інституційного має низку специфічних ознак, визначенню та дослідженню яких присвячені сучасні дослідження.

Так, В.З. Дем’янков вважає, що політичний дискурс варто досліджувати з трьох позицій: *філологічної*, як і будь-який інший текст із залучанням політичного та ідеологічного фону; *соціопсихолінгвістичної* – при вимірюванні ефективності для досягнення політичних цілей мовця; *індивідуально-герменевтичної*, яка дозволяє виявити персональні сенси автора та/або інтерпретатора дискурса в певних обставинах [3]. Подібний підхід пояснює, що розуміння політичного дискурсу, призначення якого полягає у навіюванні адресату прогнозованих дій та/або оцінок, неможливо без знань фону, очікувань автора та аудиторії, прихованих мотивів, сюжетних схем [3, c. 48]. До основних характеристик політичного дискурсу В.З. Дем’янков відносить оцінність та агресивність, ефективність, а також відстоювання точки зору.

О.Л. Міхальова розглядає політичний дискурс як специфічний різновид дискурсу взагалі, який володіє набором системно-утворюючих ознак [4]. А саме: 1) мета спілкування, 2) учасники спілкування, 3) спосіб спілкування. Маніпулятивний характер політичного дискурсу проявляється у боротьбі за владу. Аналіз комунікативних ролей учасників політичного дискурсу підтверджує його полісуб’єктність: а) суб’єкт політичної дії 1 – адресант, б) суб’єкт політичної дії 2 – прямий адресат, в) суб’єкт політичної дії 3 – адресат-спостерігач. Вибір учасником комунікації засобу спілкування, тобто стратегій мовленнєвої поведінки та реалізуючих їх мовленнєвих тактик визначає мету полісуб’єктного спілкування в політичному дискурсі. В межах когнітивно-дискурсивної парадигми політичний дискурс обумовлюється типом соціальної активності в межах якої він здійснюється та інтенційним фактором, який визначає вибір засобів спілкування [4].

На думку А.П. Чудінова у політичному дискурсі повинні бути компоненти, які присутні у свідомості мовця і слухача або читача, компоненти, які впливають на формування та сприйняття мовлення [5, c. 50].

О.Н. Паршина відносить до комунікативних особливостей політичного дискурсу інституційність, конвенціональність та публічність. А під самим політичним дискурсом розуміє мовленнєву діяльність політичних суб’єктів. [6].

О.І. Шейгал визначає політичний дискурс як сукупність всіх мовленнєвих актів, що здійснюються в процесі політичних дискусій [7, c.16]. Також це поняття описують як сукупність текстів, що виникають в процесі політичної діяльності, і так чи інакше корелюють один з одним. При цьому дискурс часто продукується не індивідуальним, а колективним суб'єктом, наприклад, партією, рухом, політичними або соціальним інститутом [7, c. 76].

Політичний дискурс виконує цілком конкретні функції, серед основних з них можна назвати наступні:

● *персуазивна функція* – вплив адресанта на адресата через усне або письмове повідомлення з метою переконання в чому-небудь, заклик до вчинення або не вчинення певних дій [8, c. 26] ;

● *сугестивна функція* – прихований вплив, в першу чергу, усний, в результаті якого «хтось засвоїв якісь наміри, установки, цілі, перебуваючи в атмосфері усвідомлюваної свободи вибору» [9, c. 27], тобто навіювання, наведення на певні думки при ослабленому контролі з боку свідомості в процесі отримання і обробки інформації [9, c. 3];

● *інформативна функція* – повідомлення адресату про ті чи інші політичні події є, скоріше, допоміжною функцією політичного дискурсу, так як виступи політиків вкрай рідко бувають емоційно нейтральними і вільними від реалізації функцій, зазначених вище;

● *експресивна функція* – це відображення індивідуальності адресанта, яке безпосередньо впливає на його повідомлення, кінцевою метою яких є надання емоційного або інтелектуального впливу на адресата [10, c. 72];

● *комунікативна функція* – полегшує спілкування адресанта з адресатами, орієнтує адресатів і дозволяє мовцю розглядати ситуацію з їх точки зору, що зводить до мінімуму можливість непорозуміння.

Електоральний дискурс має всі ознаки політичного дискурсу і виконує всі характерні для нього функції, однак існує значна особливість, що дозволяє виділяти його як самостійний дискурс, як підтип політичного – це той факт, що електоральний дискурс відноситься до конкретної комунікативної ситуації і має чіткі часові обмеження – агітаційний період і регламентовані законом. Саме це визначає специфіку передвиборчого дискурсу і позбавляє його сенсу поза встановленими часовими рамками.

Аналіз дискурсу у сучасній аналітиці процесів, які відбуваються у суспільстві, відіграє не меншу роль ніж аналіз тенденцій та закономірностей. Для того щоб раціонально зрозуміти, об’яснити та певною мірою передбачити поведінку людей як членів суспільства, виникає необхідність звернення до таких понять як: інформація, комунікація, дискурс. Дискурсивний простір не існує сам по собі, він повинен бути не стільки об’єктом, як предметом дослідження, його можна вивчати як дискурсивний вимір певного соціального феномену, який дозволяє краще його зрозуміти. Особливо важливим є дискурсивний вимір у таких соціальних явищах, де головну роль відіграє циркулювання інформації.

Тому аналіз політичного явища – вибори з точки зору існуючого навколо нього дискурсивного простору представляється плідним. По-перше, аналіз дискурсивного виміру цього підвиду політичного дискурсу дозволяє уявити як відбувається легітимація в свідомості суспільства, наскільки комунікативні практики, пов’язані з виборами допомагають контекстній цінності. По-друге, електоральний дискурс допомагає членам соціуму розкрити сенс акту виборів у конкретному інформаційному та культурному просторі.

Електоральний дискурс трактується як «інтерактивна мовленнєво-розумова діяльність, обмежена інституційними рамками політичної сфери й керована глобальною комунікативною інтенцією – здійснення впливу на електорат задля отримання/утримання влади шляхом конструювання позитивного іміджу власної політичної сили й руйнації іміджу політичної сили опонента» [2].

Розглянемо вибори як процес прийняття рішення, самовизначення. Виборець здійснює свій вибір на основі наявної у нього інформації. Розуміючи вразливість «презумпції раціонального вибору», відзначимо, що для «запуску» тієї системи, яка відповідає за раціональність, людям потрібна причина, імпульс (reasoning). [11, c. 5] І цим імпульсом повинно бути інформаційне середовище, в якому протікають вибори, яке підстьобує бажання задуматися, осмислити, проаналізувати і т. п., що наближає самовизначення виборців до процедурної раціональності.

Виборний дискурс, що надає і актуалізує певні смисли, впливає насамперед на систему покладання цілей. Ухвалення рішення починається з формулювання проблеми, яка усвідомлюється за допомогою питання. «Взаємозв'язок між питанням і відповіддю є формою вираження відповідальності» [12, c. 41], тобто вибір стає усвідомленим тільки тоді, коли усвідомлюється проблема, яку треба вирішити, формулюється питання. Виборний дискурс включає в себе знання і цінності. У ньому не тільки закладена пояснювальна потенція – чому індивід повинен думати певним чином і здійснювати ті чи інші дії, а й міститься відповідь на питання: чому речі є такими, якими вони є. Дискурс підказує не стільки як і що думати, скільки про що, як формулювати внутрішні питання. І це знання передує цінностям. При цьому, коли ми говоримо про вибори, воно повинно бути зрозуміле, в першу чергу, як буденне знання більшості членів суспільства.

Під час продукування і розуміння тексту у комуніканта формується ментальна модель обговорюваної ситуації. Така модель містить в собі інформацію про дійсність, події, учасників, а також довготривалі знання про світ, що утворюють загальний контекст. Ця інформація виражається в тексті і входить в необхідну аперцепційну базу для його розуміння слухачем. Модель може бути як статичною, яка заснована на минулому досвіді, і відповідає відомим фактам і політичним подіям, так і динамічною і складається відповідно до поточної ситуації [7, c. 69]. Зазвичай це змішана модель, коли минулий досвід включається в розуміння й осмислення поточних подій. Важливу роль в моделі відіграє інтенція, мотивуюча мовленнєва поведінка. Використання поняття моделі дозволяє в теоретичному плані концептуалізувати зв'язок між ментальним уявленням дійсності і передачею уявлення в дискурсі. Таким чином, дає можливість уявити поточний момент интенціонального стану комуніканта, який відображається в дискурсі в усній і письмовій формі.

При визначенні понятійного змісту терміна, ми виходимо з розуміння електорального дискурсу як такого підвиду політичного дискурсу, який є індикатором ефективності діяльності партії, що подається кандидатом на пост президента, так і успішності професійної діяльності самого політика. При такому підході структурні компоненти електорального дискурсу постають як ідентичні структурним компонентам дискурсу політичного, але в той же час мають власну специфіку, що і є підставою для виділення електорального дискурсу як самостійного дискурсивного різновиду.

Електоральний дискурс, так само як і будь-який інший формат спілкування, обумовлений культурно-ситуативними нормами [13], втілюється в мовних жанрах. Такі компоненти як: склад учасників, локалізація події, виконувана комунікативна функція дають підставу розглядати дискурс електоральної комунікації як жанр політичного дискурсу. Жанри передвиборчого дискурсу - складні мовні події [14], в структурі яких можна виділити прості, менші за обсягом одиниці інтеракції. Вони носять інституалізований та ритуалізований характер, мають фіксований склад учасників, вступають в законодавчо регульовані суб'єктно-адресатно відносини, актуалізуються в типовій мовленнєвій поведінці політиків - кандидатів на пост президента країни і спрямовані на досягнення ключової мети електорального дискурсу - отримання електоральної переваги, що сприяє здобуттю перемоги в боротьбі за владу. [там само]

Безсумнівно, успіх передвиборчої комунікації залежить від низки факторів, серед яких, важлива роль віддається комунікативній компетенції політика, яка залежить від його уміння застосовувати різні мовленнєві жанри. Щоб визначити яким жанрам політики-кандидати віддають перевагу, звернемось до таксономії політичних жанрів, яку запропонувала Р.Водак. Дослідниця виділяє політичні жанри які відносяться до області *дії* та області *контролю* [15]. Жанри передвиборчої комунікації відносяться до підструктури області *дії*, знаходять прояв у формуванні громадської думки та самопрезентаціїї політика-кандидата (прес-конференція, прес-реліз, інтерв’ю, ток-шоу, дебати, лекції, статті), а також у політичній рекламі, маркетингу і пропаганді (передвиборча програма партії, лозунги, листівки, об’яви, плакати, тощо.).

Виходячи з цього можна виділити ще одну важливу особливість передвиборчого дискурсу - тематичну детермінованість. Якщо в інших жанрах політичного дискурсу кількість і зміст практично нічим не обмежені, то в рамках передвиборчого дискурсу вони неминуче концентруються на діяльності тих чи інших кандидатів або політичних об'єднань – учасників передвиборчої кампанії.

Основним завданням електорального політичного дискурсу є навіювання адресатам (виборцям, громадянам суспільства) необхідність здійснення «політично-правильних» дій і / або оцінок. Вплив на сприйняття свідомістю (адресата) може відбуватися різними методами і бути націленим на зміну спочатку наявної у індивіда картини політичного світу, шляхом впровадження в свідомість адресата певних думок, відносин і / або установок. Найчастіше це відбувається непрямо (наприклад, особливим мовленнєвим формулюванням) і необов'язково пов'язано з брехнею і перекручуванням фактів [7, c. 15].

На наш погляд, щоб об’єктивно оцінити і дослідити таке складне явище як електоральний дискурс, потрібно застосовувати комплексний підхід до його вивчення, у фокусі якого виявляються: по-перше, змістова сторона текстів цього дискурсу, дослідження якої доповнюється глибоким та послідовним аналізом мовних засобів, прийомів, маніпулятивних стратегій, які впливають на свідомість адресата, по-друге, конкретні тексти, з урахуванням політичної ситуації, до якої вони відносяться, специфіки сприйняття цього тексту різними людьми. По-третє, когнітивна база передвиборчого дискурсу, яка експлікує ментальні бази суб’єктів комунікації, які обумовленні ідеологією інститутів, які вони представляють та визначають вербальну поведінку комунікантів (мовленнєві стратегії, тактики, ходи, риторичні прийоми, імплікації і пресупозиції, дискурсивні топіки.).

Такий підхід сприяє розумінню окремих жанрів передвиборчого дискурсу, а також виявленню загального та специфічного в організації електорального дискурсу.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Бєлова А. Д. Поняття «стиль», «жанр», «дискурс», «текст» у сучасній лінгвістиці / А. Д. Бєлова // Іноземна філологія. – К. : КНУ імені Т. Шевченка, 2002. – Вип. 32. – С. 11–14.
2. Коваль І. О. Президентський дискурс: сутність, структура, функції, цілі / І. О. Коваль – Стратегічні пріоритети, №3 (24), 2012 р. – С. 158-163.
3. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологиче-ской филологии // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. – М.: ИНИОН РАН, 2002. – № 3.– С. 32-43.
4. Михалева О. Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия / О. Л. Михалева. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 256 с.
5. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное ис-следование политической метафоры: [монография] / А.П. Чудинов. – Е. : Екатеринбург. Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2001. – 176 с.
6. Паршина О.Н. Российская политическая речь: Теория и практика/ Под ред. О.Б. Сиротининой. Изд. 2-е, испр. и доп. – М. : Издательство ЛКИ, 2007. – 232 с.
7. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с.
8. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. / В.Е. Чернявская — М.: Флинта: Наука, 2006. – 136 с.
9. Авдеенко И.А. Структурные и суггестивные свойства вербальных составляющих рекламного текста.: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — Барнаул, 2001.
10. Фролова І. Є. Регулятивний потенціал стратегії конфронтації в англомовному дискурсі: дис. … доктора філол. наук : 10.02.04 / Фролова Ірина Євгенівна. – Харків, 2015. – 508 c.
11. Kahneman D. Maps of Bounded Rationality: A perspective on intuitive judgment and choice. Les Prix Nobel. 2002 / Ed. T. Frangsmyr. Р. 416–499.
12. Сорина Г. В. Принятие решений как интеллектуальная деятель-ность. М.: Гардарики, 2005. 253 с.
13. Карасик В. И. Типы стратагемного дискурса / В. М. Карасик // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики. – Волгоград : Волгоградское науч. изд-во, 2008. – С. 3-10.
14. Гольдин В. Г. Имена речевых событий, поступков и жанры русской речи // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. – М.: Лабиринт, 2007. С. 90-102.
15. Wodak R. Pragmatics and Critical Discourse Analysis. A cross-disciplinary inquiry. URL: <http://www.benjamins.com> (дата обращения: 25.11.2009).