

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК АРГУМЕНТИРОВАНИЯ В БРИТАНСКИХ И РОССИЙСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТОК-ШОУ

Е. Ю. Дьякова, П. А. Каминская

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 18 апреля 2018 г.

Аннотация: в работе обсуждаются особенности использования речевых стратегий и тактик аргументирования участниками британских и российских политических ток-шоу. Авторы выявляют, анализируют и классифицируют тактики аргументирования в исследуемом материале, рассматривают лингвистические средства их реализации, а также рассуждают о различии их использования в сопоставляемых лингвокультурах.

Ключевые слова: речевые тактики аргументирования, речевые стратегии аргументирования, политический дискурс, дискурс массмедиа, политическое ток-шоу.

Abstract: the paper discusses the specifics of using speech strategies and tactics of argumentation by the participants of British and Russian political talk shows. The authors identify, analyze and classify such strategies and tactics in the study material, consider the linguistic means of their implementation, and discuss the differences in their use in the linguocultures in question.

Key words: verbal tactics of argumentation, verbal strategies of argumentation, political discourse, mass media discourse, political talk-show.

Речевое поведение коммуникантов может служить одним из оснований, на которое следует опираться при сопоставлении различных лингвокультур с целью выявления их особенностей. Речевые стратегии и тактики способны обобщить многомерный смысл различных речевых ситуаций, так как «процесс выбора фреймов и составление сценария определяется какими-то лингвистическими (прагматическими) правилами» [1]. Тем не менее следует учитывать тот факт, что создание универсальной модели, где будут приняты во внимание все параметры речевой ситуации, представляется задачей трудновыполнимой [2], деление речевых стратегий и тактик на классы носит достаточно отвлеченный и теоретический характер, и подобная типологизация в целом значительно упрощает, структурирует и адаптирует под исследование любое воспроизведение дискурса в реальной жизни. При этом изучение различных аспектов коммуникативного поведения в сопоставительном аспекте дает потенциал для выявления национально-специфических и универсальных особенностей различных лингвокультур, а также может способствовать повышению эффективности межкультурного взаимодействия.

В рамках данного исследования мы обратились к проблеме риторического убеждения и использованию

стратегий и тактик убеждения, и выбрали ее как основу для сопоставления русской и британской лингвистических культур. Для того чтобы наиболее эффективно выполнить сравнение двух лингвосфер, получить для анализа наибольшее количество материала, нам следовало сфокусироваться на такой ситуации общения, где гипотетически аргументация будет использоваться коммуникантами чаще всего. Исходя из этой задачи, мы сделали вывод о том, что необходимо исследовать общение в условиях полемики, так как именно в этой среде коммуникации создается конфликтная ситуация, которая в свою очередь подразумевает оперирование аргументацией для доказательства участниками общения своей позиции. Наиболее благоприятные условия для полемики были созданы в таком формате телевизионного жанра, как политическое ток-шоу.

Обратимся к жанру ток-шоу (от английского talk-show). Это заимствованный западный разговорный жанр, являющийся современным аналогом теледискуссии. Вне зависимости от того, в каком качестве анонсируется данная передача, в настоящее время она является одним из самых распространенных жанров на телевидении.

Такой жанр, как «пресс-конференция», – это одна из разновидностей жанра ток-шоу, так как в этой программе заранее подготовлены сценарный план и

сценарий, а ведущий сам задает большее количество вопросов. Такая организация передачи исключает любую возможность непредсказуемости вопроса, какой-либо политической игры или обнаружения внезапной информации для компетентного человека. В общей сложности на ток-шоу лишь реализуется актуализация уже существующей в сознании аудитории информации. Некоторые информационные и почти все информационно-аналитические программы также имеют элементы ток-шоу. Что касается характера жанра ток-шоу, то он носит скорее развлекательный, чем информационный оттенок.

Структура классического ток-шоу репрезентирует треугольник, углы которого – ведущий, приглашенные гости и аудитория. В этом жанре объединяются сценические приемы с приемами журналистики. Авторы ток-шоу задают роль каждому из участников программы, вне зависимости от того, какой является его официальная служебная функция внутри передачи. Компоненты жанра ток-шоу составляют довольно простую схему: взаимодействие ведущего, героев и зрителей с помощью вопросов и ответов.

Современные ток-шоу отличаются огромным спектром направлений и новым форматом их проведения. Подробнее рассмотрим жанр политического ток-шоу. На наш взгляд, политическое ток-шоу – это такой телевизионный жанр, который объединяет в себе специфику двух разных видов дискурса: политического и массмедийного. Как указывает Е. С. Абрамова, с точки зрения массмедийного дискурса политические ток-шоу отражают контекст актуальной социальной ситуации в конкретном обществе, а также затрагивают и воссоздают актуальную идеологию. Они направлены непосредственно на формирование актуального общественного сознания, однако при этом, как и любой другой подвид жанра ток-шоу, отличаются упрощенностью, «усредненностью» своего кода, ввиду наличия имеющей массовый характер аудитории. В политических ток-шоу отражаются два вида отношения человека к действительности: социально-смысловое и личностно-смысловое [3].

Говоря о признаках политического дискурса в жанре политических ток-шоу, мы обращаемся к трудам С. Н. Генераловой и Н. А. Синеокой. Черты, характерные для политических ток-шоу, таковы: институциональность, интертекстуальность, агрессивность, сиюминутность и эмоционально-ценностная окрашенность [4]. Как утверждает Н. А. Синеокая, целью политических ток-шоу как примера политического дискурса является не описание, а убеждение оппонента и побуждение его к действию [5].

Политический и массмедийный дискурс наполняют этот жанр такими особенностями, как состязательность, развлекательность, эмоциональность

(черты массмедийного дискурса), а также апелляция к общечеловеческим ценностям и нормам морали, историческим реалиям, обращение к аргументированию, агональность (черты политического дискурса). Также находит свое отражение в жанре политических ток-шоу и языковая специфика обоих дискурсов. Так, политическая лексика употребляется в сочетании со сниженной, разговорной, наиболее приближенной к массовой аудитории.

Фокусом данного исследования нами были выбраны два политических ток-шоу, проводимых по правилам сопоставляемых лингвокультур: русской и британской. Было проанализировано российское политическое ток-шоу «Вечер с Владимиром Соловьевым» и британское политическое ток-шоу “QuestionTime”. Как было сказано выше, основой для исследования послужила классификация речевых тактик и стратегий аргументирования.

Тактическое и стратегическое планирование коммуникативных действий – это важная задача для каждого коммуниканта в любой ситуации социального взаимодействия. На речевое поведение человека влияет большое количество факторов, таких как возраст, психологический настрой, воспитание, социальный статус, национально-культурная принадлежность и т. д. Тем не менее важным условием общения является обладание собеседниками одинаковыми знаниями и моделью мира. Речевое поведение индивида является его визитной карточкой в социуме, ведь оно отражает регулярное взаимодействие лингвистических и экстралингвистических факторов. Соответственно, речевая коммуникация – это стратегический процесс, который базируется на выборе наиболее подходящих языковых ресурсов.

Обратимся к определению понятий «речевая стратегия» и «речевая тактика». Под речевой стратегией нами понимается общий алгоритм коммуникативных действий, воспроизводимых для достижения конкретных речевых целей при помощи вербальных и невербальных средств, понимание ситуации, а также организация воздействия на собеседника в целях достижения стратегического результата, на который направлен коммуникативный акт, или определенной задачи коммуникации. Что касается речевых тактик, то это конкретные приемы, в которых реализуется стратегия общения, они позволяют достичь определенных поставленных задач в конкретной ситуации. В отличие от речевой стратегии, которая объединяет все аспекты коммуникативного поведения, речевая тактика изучается как совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия. Коммуникативная тактика – более узкий процесс в сравнении с коммуникативной стратегией, она имеет дело с рядом определенных коммуникативных намерений, а не с коммуникативной целью в целом.

Поскольку выделение стратегий и тактик аргументирования в речи носит достаточно метафизический характер, подобные типологизации в лингвистической научной среде представлены не в единичном числе. Для нашего исследования была выбрана классификация тактик и стратегий аргументирования, разработанная С. В. Мкртычян [6]. Она включает в себя следующие виды речевых тактик аргументирования:

- по параметру места тезиса в высказывании:
 - тактика прямого доказательства;
 - тактика инверсирования;
- 2) по параметру характера аргументирования:
 - амортизация;
 - контраргументирование;
 - одностороннее аргументирование;
 - рефрейминг;
- 3) по параметру целостности доказательства:
 - синкопирование;
 - «заезженная пластинка».

Рассмотрим случаи применения вышеприведенных тактик аргументирования более детально и снабдим каждый вид тактик примерами из исследуемого нами материала.

Тактика прямого доказательства: тезис озвучивается вначале, занимая позицию первого коммуникативного шага. Далее следуют аргументы, которые с точки зрения синтаксиса оформляются в виде придаточного причины или бессоюзия. Приведем примеры из рассматриваемых нами политических ток-шоу:

«[тезис: *Это, конечно, год серьезной переоценки ценностей*], [аргументы: *потому что мы столкнулись с тем, что мы недостаточно правильно понимаем, во-первых, механику мировой политики, во-вторых, собственно говоря, цели этой самой политики*]»

«[тезис: *Our position concerning the issue of alcohol is quite strong actually*], [аргументы: *as it is really cheap and that's the stuff, which is addictive and leads, we think, people to do the worst sorts of anti-social behavior*]»

Тактика инверсирования (от лат. *inversion* – перестановка): тезис озвучивается в конце, т. е. занимает позицию последнего коммуникативного шага и представляет собой придаточное следствия или бессоюзное предложение. Например:

«[аргументы: *Сегодня только Трамп читал и опять подтвердил, что всё оказалось вранье, всё неправда, и такого не может быть*]. [тезис: *Ваша пресса давно дискредитировала себя*]»

«[аргументы: *While you are a teenager, you are not fully into understanding of this world mechanism*]. [тезис: *The key is not to take irreversible steps, until people*

are of an age, where they can make an adult, responsible decision]»

Тактика амортизации представляет собой частичное согласие с утверждением оппонента. Первый коммуникативный шаг направлен на демонстрацию согласия, второй же опровергает утверждение оппонента. В конструктивной стратегии общения часто используется данная тактика. Например:

«[демонстрация согласия: *Yes, maybe I will agree, partly it is about depriving people from their pleasure*], [контраргумент: *but it's also about preventing people from killing themselves*]»

«[Back to the main issue, [демонстрация согласия: *I think, you are right*], [контраргумент: *but I also think it is ludicrous to go into negotiations with one hand tied behind your back, because you cannot say that you will walk away if you don't get the right deal*]»

Что касается **тактики контраргументирования**, при ней используются как аргументы «за», так и «против» одновременно. Например:

«[аргументы «за»: *Китай, действительно, зависит от Америки*], [контраргумент: *но так и вы зависите от Китая*]»

«[аргумент «за»: *We have been clear throughout, we have to leave the European Union*], [контраргумент: *but we have to bear in mind, this is about people's jobs*]»

Тактика одностороннего аргументирования представляет собой использование только аргументов «за». Например:

«*Этого точно не случится. [1-й аргумент «за»: Доктрину китайцев они не приемлют], [2-й аргумент «за»: философию китайцев они не приемлют], [3-й аргумент «за»: экономические нововведения тоже]*»

«*It penalises the poorest people in society. Whenever this sort of discussions takes place, it is always the poor who get hit by it. [1-й аргумент «за»: So whenever we talk about what we need to do about obesity, it's put the price up, ban people from eating stuff, it always affects the poor]. [2-й аргумент «за»: When we ban people from doing something, concerning their money – it always affects the poor]*»

Тактика рефрейминга называется так, потому что представляет собой негативное утверждение, «завернутое» в позитивное. Таким образом, аргументы «против» рассматриваются как положительные. Например:

«[аргумент «против»: *Да, там, действительно, есть танки*], [рефрейминг: *но они там противостоят другим танкам*]»

«[аргумент «против»: *The economic policy is quite austere*], [рефрейминг: *but that's how the deficit has been cut by two thirds, and now we are able to have an opportunity to invest in infrastructure*]»

Тактика синкопирования (от греч. *syncope* – сокращение): тезис не озвучивается напрямую, а исполь-

зуется имплицитно. Он может эксплицитоваться индуктивно или дедуктивно в сложноподчиненном предложении. Например:

«[синкопирование: *O da, vas, вообще, не в чем обвинить. Вы же никогда не вывозили деньги из России*]»

«[синкопирование: *Yes, we definitely would like to act like as undemocratic and against the will of the people*]»

Применение тактики синкопирования зачастую создает комический эффект за счет придания высказываниям иронической тональности.

Тактика «заезженной пластинки»: постоянное повторение одного из фрагментов доказательства вне зависимости от ответов оппонента. Например:

«– *Он там был, потому что он писал об этом.* – [заезженная пластинка: *Нет, ну вы тоже пишете*]. – *Но он описывал в деталях...* – [заезженная пластинка: *Ну вы-то тоже пишете*]. – *Он описал события, какие военные силы были применены.* – [заезженная пластинка: *Ну вы же тоже пишете, написать – это несложно*]»

Вышеупомянутые речевые тактики аргументирования также могут быть классифицированы С. В. Мкртычян еще по двум основаниям в зависимости от прагматических параметров коммуникативной ситуации, т. е. конкретного их использования в тактических ходах. Одно из этих оснований выделяется в зависимости от коммуникативной инициативы, это основание по инициальности/респонсивности. Второе основание для классификации базируется на установках индивида на стратегию общения, в таком случае тактики рассматривают по кооперативности/конфликтности. Некоторые из существующих тактик могут классифицироваться по вышеприведенным основаниям, независимо от факультативных прагматических условий.

В рамках данного исследования мы проанализировали 15 часов российского политического ток-шоу «Вечер с Владимиром Соловьевым» и 15 часов британского политического ток-шоу “QuestionTime” на предмет применения тех или иных тактик и стратегий аргументирования в целях выявления наименее и наиболее часто употребляемых в исследуемом нами политическом дискурсе стратегий аргументирования и дальнейшего сопоставления полученных результатов по обоим политическим ток-шоу. Для этого исследования мы выбрали все замеченные нами в течение 15 часов выпусков высказывания участников, содержащие доказательства их позиции. Затем, пользуясь классификацией тактик аргументирования С. В. Мкртычян, мы разделили все высказывания по трем критериям, а именно: позиция тезиса, характер аргументирования и целостность доказательства. Проанализировав все вышеперечисленные группы и

посчитав частоту употребления высказываний из каждой, мы перешли к дальнейшему делению высказываний на подвиды, которые содержатся в трех основных критериях для классификации тактик аргументирования. Мы высчитали процент частотности использования каждой речевой тактики внутри каждой группы и соотнесли полученные результаты.

Результаты исследования. Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что в российском политическом дискурсе ток-шоу большая часть тактик и стратегий аргументирования (84,4 % от всех использованных тактик) приходится на те методы, которые выделяются по параметру места тезиса в высказывании, а именно: тактика прямого доказательства (65,5 % от тактик, выделяемых по месту тезиса) и тактика инверсирования (34,5 % от тактик, выделяемых по месту тезиса). Причем тактика прямого доказательства оказалась на 31 % популярнее, чем тактика инверсирования.

Далее следует группа стратегий, маркируемых по принципу характера аргументов (61,8 % от всех использованных тактик), состоящая из контраргументирования, амортизации, рефрейминга и одностороннего аргументирования. Внутри данной группы тактики расположились следующим образом: контраргументирование – 57,3 % (от тактик, выделяемых по характеру аргументов), амортизация – 23,7 % (от тактик, выделяемых по характеру аргументов), рефрейминг – 10 % (от тактик, выделяемых по характеру аргументов) и одностороннее аргументирование – 8,9 % (от тактик, выделяемых по характеру аргументов). Такие результаты свидетельствуют о том, что участники российского политического ток-шоу предпочитают использовать в одном высказывании как аргументы «за», так и аргументы «против», нежели перечислять лишь положительные аргументы к своим тезисам.

Реже всего участниками данной политической программы были использованы тактики, маркированные по параметру целостности доказательства (7,2 % от всех использованных тактик). Между собой эти тактики тоже соотносятся неравномерно: синкопирование использовалось в 67 % (от тактик, выделяемых по целостности доказательства) случаев, а «заезженная пластинка» всего в 38,5 % (от тактик, выделяемых по целостности доказательства).

Что касается анализа употребления стратегий и тактик аргументирования в дискурсе британского политического ток-шоу “QuestionTime”, здесь мы можем обнаружить некоторые совпадения с результатами по российскому политическому ток-шоу. Полностью совпало распределение по популярности групп тактик. Таким образом, самой популярной группой тактик аргументирования в британском ток-шоу является группа, где распределение стратегий

происходит по параметру места тезиса (89,5 % от всех использованных тактик). На втором месте, как и по результатам российской передачи, оказалась группа, где деление производится по характеру аргументов (59,5 % от всех использованных тактик), и почти не используются тактики, выделяемые по целостности доказательства (2,8 % от всех использованных тактик).

Однако распределение внутри самих групп некоторым образом отличается от результатов, полученных при анализе ток-шоу «Вечер с Владимиром Соловьевым». Что касается тактик, выделяемых по месту тезиса, то они соотносятся друг с другом так же, как и в российском дискурсе, а именно: прямое доказательство – 74,6 % (от тактик, выделяемых по месту тезиса), инверсирование – 25,4 % (от тактик, выделяемых по месту тезиса).

В группе же, где стратегии рассматриваются на основе характера аргументов, есть очевидные различия с полученными результатами по российскому политическому ток-шоу. Так, в ток-шоу «QuestionTime» довольно часто предпочитают соглашаться с оппонентом и только потом давать свои комментарии. Это видно по процентному показателю использования тактики амортизации – 55,6 % (от тактик, выделяемых по характеру аргументов). На втором месте у британцев стоит контраргументирование (31,2 % от тактик, выделяемых по характеру аргументов), когда в российском политическом ток-шоу оно занимает первую позицию. Использование тактики одностороннего аргументирования у участников британского ток-шоу предпочтительнее (8,7 % от тактик, выделяемых по характеру аргументов), чем воспроизведение тактики рефрейминга (4,5 % от тактик, выделяемых по характеру аргументов). В российском же дискурсе ток-шоу мы наблюдаем обратную ситуацию.

При сравнении популярности группы тактик, выделяемых по целостности доказательства, показатели российского и британского дискурса также несколько разнятся. Если в российском ток-шоу тактика «заезженной пластинки» хоть и была непопулярной, но всё же использовалась, то в британском дискурсе ее показатели нулевые. Таким образом, синкопирование в британских дебатах заняло все 100 % от тактик, выделяемых по целостности доказательства.

Следует принять во внимание тот факт, что при анализе речи политических деятелей каждого ток-шоу на основании типологии тактик и стратегий аргументирования по С. В. Мкртчян было сложно дать однозначную оценку каждому высказыванию и определить, насколько точно та или иная реплика подходит определенному виду аргументирования. Тем не менее

в течение исследования были детально изучены особенности жанра телевизионных политических ток-шоу, а также специфика поведения политических деятелей во время участия в подобных телепередачах, частотные речевые приемы, характерные для них, с целью наиболее точно и тщательно проанализировать выбранный материал.

Исходя из проделанной работы, мы сделали вывод о том, что тактики и стратегии аргументирования, применяемые политическими деятелями в условиях исследуемых нами телепередач в двух лингвокультурах, не имеют радикальных отличий, так как процентные показатели частоты использования участниками той или иной тактики в ток-шоу «Вечер с Владимиром Соловьевым» близки к процентным показателям, выявленным при анализе высказываний участников в ток-шоу «QuestionTime».

Рассматривая аргументирование как способ речевого воздействия на коммуниканта, можно сделать вывод о том, что оно является дискурсивным способом проявления такого воздействия, помогающим коммуниканту убедить своего оппонента или аудиторию в своей правоте, а также одержать победу в коммуникационном конфликте. Доказательная аргументация, последовательное и убедительное объяснение своей точки зрения с использованием лексически точных, хорошо структурированных и тактически грамотных высказываний является наиболее эффективным инструментом в политической коммуникации.

Предмет применения тактик и стратегий аргументирования в сопоставлении российской и британской лингвокультур имеет большой потенциал для изучения. К тому же для выстраивания наиболее полной картины применения данных тактик в обеих лингвокультурах следует проанализировать данный предмет с точки зрения других аспектов лингвистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : КомКнига, 2006. – 205 с.
2. *Минский М.* Структура для представления знания / М. Минский // Психология машинного зрения. – М. : Наука, 1978. – С. 250–338.
3. *Абрамова Е. С.* Массмедийный дискурс : сущность и особенности / Е. С. Абрамова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 12(42). – с. 17–19.
4. *Генералова С. Н.* Понятие «Политический дискурс» в лингвокультурологической парадигме / С. Н. Генералова // Прагмалингвистика. – Вестник ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2010. – № 1. – С. 95–101.

5. Синеокая Н. А. Характеристика политического дискурса / Н. А. Синеокая // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6.

6. Мкртычян С. В. Речевые тактики аргументирования в устном деловом межличностном дискурсе / С. В. Мкртычян. – Тверь, 2008. – 12 с.

Воронежский государственный университет

*Дьякова Е. Ю., кандидат филологических наук,
доцент кафедры английской филологии*

E-mail: elenadiakova@inbox.ru

Тел.: 8-851-860-52-37

Каминская П. А., студент

E-mail: kampolin@yandex.ru

Тел.: 8-851-086-74-40

ИСТОЧНИКИ

1. Вечер с Владимиром Соловьевым. – Режим доступа: http://russia.tv/brand/show/brand_id/21385

2. Question Time. – Mode of access: http://www.cbs.com/question_time/show

Voronezh State University

*Dyakova E. Yu., Candidate of Philology, Associate
Professor of the English Philology Department*

E-mail: elenadiakova@inbox.ru

Tel.: 8-851-860-52-37

Kaminskaya P. A., Student

E-mail: kampolin@yandex.ru

Tel.: 8-851-086-74-40