

## ПОЛЕМІЧНИЙ ДИСКУРС З ПОГЛЯДУ ЙОГО МОВНОГО НАПОВНЕННЯ

*Стаття присвячена деяким проблемам полемічного дискурсу. Признання полемічного дискурсу як окремого типу дискурсу призводить до необхідності виокремлення мовних засобів, що створюють полеміку. Авторка ретельно розглядає полемічний дискурс і встановлює мовні засоби, які реалізують персуазивність в окресленому типі дискурсу.*

**Ключові слова:** персуазивність, мовні засоби, полемічний дискурс, прагматичний ефект, перлокуція, ілокуція, комунікативна одиниця.

**Петухова Е.И. Полемический дискурс с точки зрения его языкового наполнения.** *Статья посвящена некоторым проблемам полемического дискурса. Признание полемического дискурса как отдельного типа дискурса приводит к необходимости установления языковых средств, которые создают полеміку. Автор всесторонне рассматривает полемический дискурс и устанавливает языковые средства, реализующие категорию персуазивности в анализируемом типе дискурса.*

**Ключевые слова:** персуазивность, языковые средства, полемический дискурс, прагматический эффект, перлокуция, иллокуция, коммуникативная единица.

**Petukhova O.I. Polemical discourse in terms of its language means.** *This article is devoted to some problems of the polemical discourse. Recognition of the polemical discourse as a particular type of discourse leads to the need for separation of language means that create polemics itself. The author carefully examines the polemical discourse and sets the language means that implement persuasiveness in the type of discourse.*

**Keywords:** persuasiveness, language means, polemical discourse, pragmatic effect, perlocution, illocution, communicative unit.

Питання, пов'язані зі специфікою використання мовних засобів у комунікативних процесах, усе більше стають актуальними в багатьох роботах лінгвістів. На їх думку, текст — це особлива комунікативна одиниця, для повного вивчення якого вже недостатньо оперувати традиційними термінами та поняттями, які раніше використовувалися в традиційній лінгвістиці. Як відомо, комунікативний підхід до вивчення тексту потребує використання більш ґрунтовних знань із арсеналу інших дисциплін (психологія, риторика, філософія, соціологія тощо) та багатьох екстралінгвістичних факторів. Крім того, термін «текст» має велику кількість конотацій, що заважає його вільному вживанню. На нашу думку, саме поняття «текст» потребує уточнення й переосмислення. Комунікативний підхід щодо вивчення мови взагалі й тексту зокрема обумовили необхідність уведення в наукові парадигми нових понять, які й спричинили виникнення терміну «дискурс». Як наголошує Ю.С. Степанов, «дискурс — це особлива риса мови, якою вона постає перед нами наприкінці ХХ століття» [10: 71]. Складність і невизначеність цього явища дозволяє стверджувати, що обрана тема є актуальною.

Мета роботи — дослідити мовні особливості полемічного дискурсу. Досягнення окресленої мети потребує розв'язання таких завдань: 1) систематизувати та узагальнити інформацію про актуальні проблеми дискурсології;

2) виявити специфічні характеристики полемічного дискурсу. 3) встановити мовні засоби, які притаманні полемічному дискурсу.

Протягом останніх десятиліть дискурс активно розглядається в руслі прагматичних досліджень, які враховують фактор адресата, комунікативну ситуацію (комунікативний принцип). «У процесі взаємодії з текстом читач намагається розпізнати наміри автора, буде припущення й робить висновки, оперуючи текстом як результатом і проявом цілеспрямованої мовленнєво-розумової діяльності автора» [6: 35]. Але в той же час і сам автор через текст впливає на адресата. Вивчення механізмів взаємодії мовних і немовних феноменів є виключно важливим для розвитку сучасних напрямів мовознавства, зокрема прагматики. Це пояснюється тим, що вивчення мови як ізольованого від людини явища суперечить саме її суті. Штучне абстрагування мовних явищ від позамовної дійсності, яка була притаманна традиційній лінгвістиці, з одного боку, допомогло виявити та ідентифікувати багато мовних явищ, з іншого – вичерпало себе, показало односторонність наявних теорій. Безумовно, широке розповсюдження прагматичного вивчення мови не тільки закономірне, а й науково виправдане.

З точки зору прагматичної орієнтованості лінгвістами досліджуються та вивчаються різні види дискурсів – реклами, політичний дискурс, аргументований дискурс, дискурс конфлікту. Однак не існує спеціальних лінгвістичних досліджень дискурсу полеміки як одного з найбільш прагматично направленою виду дискурсу. До речі, вивчення вище названого виду дискурсу є найбільш важливим і для власне лінгвістичних досліджень, і для вирішення багатьох проблем суміжних наук. Для подальшого розвитку мовознавства дуже важливим є виявлення специфічних характеристик полемічного дискурсу. Це може сприяти подальшій розробці типології дискурсу, його дослідженню в галузі проблем зв'язку лінгвістичних і екстралінгвістичних елементів комунікації, побудові інноваційних моделей мовної комунікації в різних ситуаціях.

Визнання полемічного дискурсу як окремого й самостійного типу призводить до необхідності встановлення мовних засобів, які сприяють полеміці. Безумовно, виділені нами мовні одиниці можуть бути використані не тільки в полемічному дискурсі, а й у дискурсі художньої літератури, публіцистики. Однак для полемічного дискурсу вони будуть типовими, тоді як, наприклад, для рекламного – нетиповими, маловживаними, менш характерними.

У роботах багатьох лінгвістів, зокрема Т.В. Радзівської, були встановлені об'єктивні фактори побудови тексту. Так, сукупність цих факторів пов'язана з побудовою полемічного тексту, який обумовлює його приналежність до полемічного дискурсу, а мовні одиниці беруть участь у його створенні й під впливом цих факторів стають полемічними. До таких факторів, які утворюють текст, належать: а) мета, яка суміжна з інтенцією автора «...впливати на ті чи інші сторони адресата комунікації – на його емоційну та інтелектуальну сферу, спонукати його до дій» [9: 82]. У полеміці перед автором стоять дві найголовніші цілі – це мета переконання й мета спростування. Також існує ціла низка додаткових надзавдань, які впливають, зокрема,

на відбір мовних засобів; б) адресат «...його статус та конкретні риси в ситуації породження тексту в значній мірі впливають на вигляд тексту» [9: 82]. Оскільки в різних ситуаціях адресат являється носієм різних ознак, то й мовні засоби вибираються так, щоб відповідати образу адресата. У полемічних текстах адресат – у вигляді широкої аудиторії – є «спільником» полеміста. Принаймні, останній на цьому постійно наголошує. Адресат у полеміці – ідеально змодельований образ, носій позитивних ознак та властивостей; в) суб'єкт комунікації також залежить від цілепокладання тексту й характеристик адресата. «Мета та статус суб'єкта як би наказують йому виконувати певні прагматичні ролі...» [9: 83]. У полеміці суб'єкт, з одного боку, виступає «обвинувачем» по відношенню до критика та його позиції, «незрозумілою особою» (ображеною, приниженою) по відношенню до своєї позиції, «захисником» по відношенню до читацької аудиторії; г) об'єкт (змістовний компонент) «...текстової комунікації також впливає на вигляд тексту» [9: 84]. Для полемічного тексту – це наявність конфліктної ситуації; д) суб'єктно – адресатні відношення. Як наголошують деякі вчені, наприклад, А.Є. Войскунський, ці відношення формуються залежно від прагматичних ролей, які виконує партнер з комунікації [2]. Для суб'єктно-адресатних відношень у полемічному контексті характерною стає ознака контактності, коли автор прагне ототожнити себе з аудиторією, заохотити її в якості підтримуючого фактору.

Для повної оцінки полемічного контексту нам надається можливість виділити ще один, шостий фактор: опонент полеміста – критик, проти якого спрямована полемічна стаття. Якщо з адресатом полеміст встановлює довірливі стосунки, то протилежний бік стає для нього непримиренним ворогом. Таким чином, суттєвою особливістю полемічного дискурсу є його двобічний характер. Інакше кажучи, полемічний дискурс припускає наявність двох чи більше статей – первинної, яка послужила приводом для полеміки, та вторинної (усі наступні) – власне полемічної, яка й є основною в полеміці.

Сприйняття полемічного дискурсу передбачає оцінку того, як мовні засоби організовані в ньому для того, щоб досягти найбільш перлокутивного ефекту. З цієї точки зору, значна частина мовних одиниць у полемічному тексті емоційно й експресивно забарвлені, хоча присутні, безумовно, нейтральні засоби мови. Сукупність об'єктивних факторів визначає використання полемістом саме тих засобів, які будуть передавати певні наміри автора полемічної статті, його первинну оцінку. Із цього приводу можна дозволити деякі зауваження. Так, у процесі лінгвістичного дослідження були чітко виділені такі речення, де немає ні одного оцінювального засобу, який міг би бути виражений експліцитно, але загалом речення мають саме імпліцитний оціночний характер за рахунок контексту, який його оточує. Тут і подали прийняте таке скорочення: ЛГ – «Литературная Газета».

«Что же такое средний класс? Это земля, домик за городом и крепкие семейные традиции» (ЛГ 45, 99). Такий опис критиком середнього класу спростовує світогляд письменника В. Пелевіна та його героя Татарського, якого критик-рецензент називає «письменником, що не відбувся». Він

спантеличений тільки тим, «що всієї получки пропити...» не може. У цьому прикладі нейтральні лексичні засоби: ґрунт, основа, будинок за містом, міцні сімейні традиції слугують лише засобами оцінки «письменника, що не відбувся», який друкується в різних виданнях (немає ґрунту, основи), у якого, на жаль, нічого немає (будинку за містом), зокрема й моральних підвалин (міцних сімейних традицій). Середній клас представлений «неіснуючим класом», як дещо утопічне, чого немає й бути не може в принципі. В іншому, не полемічному контексті, це речення мало б нейтральний вигляд, скоріше навіть позитивно забарвлений (будинок, міцні). У цьому випадку висловлювання набуло негативно-оцінного змісту за рахунок контексту. Як справедливо відмітила Н.Д. Арутюнова, «здатність і потреба людини надавати своїм висловлюванням різноманітного «модального аранжування» є однією з найбільш характерних особливостей природної людської мови» [11: 109]. Цю точку зору поділяє більшість сучасних лінгвістів, які наголошують на тому, що «позиція мовця» в явному чи прихованому вигляді включена в будь-яке поняття модальності й під словами «ставлення до дійсності» мають на увазі дійсність, яка постає в уяві самого мовця. Відбувається придушення базисної ілюкції, так званого власного (прямого) значення висловлювання, яке витікає з його змісту, дійсної ілюкції, коли висловлювання набуває додаткового сенсу (значення). Цей додатковий або прагматичний сенс обумовлений цілепокладаннями відправника інформації, його світоглядом і представлений імпліцитно. Прагматичне (додаткове) значення трактується як «здатність висловлювання виробляти своєрідний ефект, який не витікає безпосередньо з семантики висловлювання» [3: 15]. Подібне додаткове значення визначає прагматичну орієнтацію тексту поданого типу, який, у свою чергу, надає висловлюванню «... логічний та / або емоційний стрижень..., загальну тональність усього тексту, диктує відбір мовних та немовних засобів...» [1]. Прагматична орієнтація обумовлена прагненням полеміста досягти **максимального** прагматичного ефекту.

Морфологія та словотворення є рівнями, які постачають засоби для найбільш адекватного вираження відправником інформації своїх думок, але основне навантаження падає на слово, без якого немає комунікативної діяльності. Слово в полеміці виконує декілька функцій: передає зміст, виразити ставлення, дати оцінку, бо «полемічний текст... за своєю природою направлений проти будь-якої розумової установки та будується за принципом «опозиція опозицій», тобто як вираження певного ставлення до явища в термінах його прийняття / неприйняття» [5: 40]. Прагматичний аспект у дискурсі полеміки стає провідним для відбору мовних одиниць, їх організації, способу подачі. У центрі цього аспекта перебуває людина (антропологічний принцип), яка у своїй мовній діяльності прагне поєднати екстралінгвістичну ситуацію (об'єктивну дійсність) та її мовну інтерпретацію зі своєю оцінкою цієї ситуації. Тому, враховуючи складний характер взаємовідносин семантичної та прагматичної інформації, полеміст не задовольняється «традиційними» лексичними засобами, але націлений на досягнення максимального перлюкутивного ефекту за допомогою різноманітних семантичних

перетворень, дослідів у галузі семантики. Як відзначає В.Г. Костомаров «... нинішній фактичний матеріал свідчить про активізацію розширення, поглиблення семантичної структури слів, актуалізації їх другорядних, маловідомих значень, виникнення зовсім нових значень (зазвичай під іншомовним, жаргонним, професійно-термінологічним впливом) саме як про магістральні шляхи сьогоденної динаміки російського словника» [11: 113].

Таким чином, у процесі роботи над відбором лексичних одиниць, які здатні адекватно передати комунікативний намір та забезпечити тим самим необхідний перлокутивний ефект, полеміст (рецензент) керується прагматичним принципом співвідношення мовної одиниці конкретної екстралінгвістичної ситуації. При відборі лексика зазнає семантичної трансформації (розширення та звуження значення); актуалізації того чи іншого значення лексичної одиниці; процеси термінологізації або детермінологізації. Змінене змістове наповнення лексичної одиниці суттєво змінює її оцінну та емоційну значущість, впливає на одержувача інформації. Аналізуючи емоційну значущість, зупинімося на поняттях «емоційності» та «емотивності».

У полемічних статтях провідними й найбільш актуальними стають мовні засоби, які використовують для підсилення «емоційного змісту» і надають тексту «емотивності». Слідом за В.А. Масловою ми розмежуємо поняття «емоційність» та «емотивність» тексту, оскільки практично будь-який текст є потенційно емоціогенним, бо для когось він стає особисто значущим. У той же час не кожен текст є емотивним, бо під цим терміном мається на увазі набір мовних засобів, які забезпечують саме цю характеристику, збільшуючи «... вірогідність емоційного впливу тексту...» та «... велику адекватність емоційної реакції реципієнта щодо намірів автора» [7: 150-151]. Викликані емоції допомагають досягти бажаного перлокутивного ефекту. Навіть нейтральні мовні одиниці часто набувають додаткового (прагматичного) значення, яке виражається імпліцитно (у підтексті або за допомогою вузького контексту). Підсилення емоційно — оцінного змісту тексту відбувається завдяки використанню мовних засобів двох типів: емоційно — оцінних та нейтральних, які створюють необхідну оцінність, взаємодіючи з одиницями контекстного оточення.

У полемічному дискурсі на досягнення ілокутивної мети спрямовані всі можливі мовні засоби. Можна без перебільшення сказати, що саме в полемічному тексті найбільш повно реалізуються потенційні прагматичні можливості мови. Цікаво й дуже важливо прослідкувати, як актуалізація прагматичного потенціалу відбувається в кожній із мовних систем.

Прагматична орієнтованість комунікативного наміру адресанта відображається на різноманітних рівнях мовної системи й розкриває прагматичний потенціал усіх мовних підсистем, який у повній мірі реалізується в процесі «мовної гри» в полеміці. На наш погляд, окреслена тема заслуговує на подальше дослідження і є перспективною, оскільки не всі проблемні питання були висвітлені в статті.

Відзначимо, що запропонована схема дослідження сприяє більш поглибленому вивченню існуючих напрацювань, осмисленню питань теорії та

практики дискурсивного аналізу. Автор спробував проаналізувати функціонування мовних засобів у полемічному дискурсі. Хоча ці засоби задіяні в полеміці, але вони притаманні не тільки полемічному дискурсу, бо постійно варіюються, взаємодіють, вживаються з іншими засобами. Це дозволяє стверджувати, що саме ці мовні одиниці зумовлюють відмінність полемічного дискурсу від інших видів дискурсів.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. **Баркова Л. А.** Прагматические аспекты использования фразеологизмов в рекламных текстах: автореф. дисс.... к. ф. н.: 10.01.01 / Баркова Л.А. – М., 1983.
2. **Войскунский А. Е.** Коммуникативный контакт и средства его установления // Оптимизация речевого воздействия // Наука. – М., 1990. – С. 128–152.
3. **Девкин В. Д.** Немецкая разговорная речь // Наука – М., 1979. – 300 с.
4. **Земская Е. А.** Русская разговорная речь / Земская Е. А., Китайгородская М. В., Ширяев Е. Н.; Наука – М., 1981. – 340 с.
5. **Лавсан Э.** Дискурс власти и инакомыслия в СССР: Когнитивно-исторический анализ. – Вильнюс: Изд-во Вильнюс. ун-та, 1995. – 232 с.
6. **Лузина Л. Г.** О содержании понятия «стилистический эффект» с точки зрения речевого воздействия // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации // Наука – М., 1990. – С. 27–40.
7. **Маслова В. А.** Коммуникативный подход к проблеме эмотивности текста // Коммуникативные аспекты значения: межвуз. сб. науч. тр. – Волгоград, 1990. – С. 148–156.
8. **Почепцов Г. Г.** Коммуникативные технологии XX века. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 1999. – 352 с.
9. **Радзиевская Т. В.** Текстовая коммуникация // Человеческий фактор в языке. Коммуникация. Модальность. Дейксис // Наука – М., 1992. – С. 80 – 109.
10. **Степанов Ю. С.** Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности // Язык и наука конца XX века. – М., 1996. – С. 35–73.
11. **Человеческий фактор в языке. Коммуникация. Модальность. Дейксис** // Наука – М., 1992. – 281 с.