

Озимінська С. О.,

Львівський національний університет ім. Івана Франка, м. Львів

ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ АРГУМЕНТАЦІЇ У МЕДІА-ДИСКУРСІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МАТЕРІАЛІВ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ТЕЛЕКОМПАНІЙ АЛЬ-ДЖАЗІРА ТА СІ-ЕН-ЕН

Стаття присвячена дослідженню аргументативних стратегій та тактик, якими послуговуються телекомпанії Аль-Джазіра та Сі-Ен-Ен у висвітленні подій на Близькому Сході.

Ключові слова: аргументація, аргументативна стратегія, аргументативна тактика, медіа-дискурс.

The article deals with the study of argumentative strategies and tactics employed by two news networks – Aljazeera and CNN for covering the news in the Middle East.

Key words: argumentation, argumentative strategy, argumentative tactics, media discourse.

Поняття аргументації не є до кінця висвітленим у лінгвістичній теорії, що зумовлено насамперед її міждисциплінарним характером. Оскільки аргументація є об’єктом вивчення логіки, філософії, риторики, а також створеної на її основі неориторики, вирізняють різні підходи до її трактування.

Своїми витокami проблема дослідження аргументації сягає античної риторики, яка виникла як мистецтво переконання співрозмовника у правильності своєї думки. Однак риторика, як сучасна теорія тексту і комунікації, стосується не лише переконливого виступу, а й будь-якого висловлювання в його “інструментальній” функції [3, с. 11].

У ХХ столітті відбулось відродження інтересу до риторики, що стало результатом появи неориторики, яка переосмислює античну філософську традицію з погляду важливості її діалектичного, тобто контекстуально-прагматичного і “гуманітарного” складника [3, с. 11].

Сучасні дослідники, що здійснюють вивчення аргументації у межах неориторичної теорії (Х. Перельман, Л. Ольбрехт-Титека та ін.), у більшості випадків намагаються адаптувати традиційні давно відомі прийоми красномовства до сучасних реалій суспільно-політичного життя з метою аналізу сучасних текстів, зокрема дискурсу масової комунікації.

У даній розвідці ми виходимо із визначення дискурсу, як складного соціолінгвістичного феномена сучасного комунікативного середовища, який, по-перше, детермінується (прямо чи опосередковано) його соціокультурним, політичним, прагматично-ситуативним, психологічним та

іншими (констатуючими чи фоновими) чинниками, по-друге, має “видиму” – лінгвістичну (зв’язний текст чи його тематично значущий та синтаксично завершений фрагмент) та “невидиму” – екстралінгвістичну (знання про світ, думки, настанови, мету адресанта, що необхідні для розуміння цього тексту) структуру і, по-третє, характеризується спільністю світу, який упродовж розгортання дискурсу “будується” його репродуцентом (автором) та інтерпретується реципієнтом (слухачем, читачем, тощо) [5].

Медіа-дискурс виступає одним із видів власне дискурсу, основними комунікативно-прагматичними властивостями якого є інтерактивність і цілеспрямованість. Методом досягнення прагматичних цілей медіа дискурсу є аргументація, у процесі якої відбувається максимально можливе зближення авторської моделі об’єктивного світу із моделлю реципієнта.

Актуальність даної розвідки зумовлена спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на розгляд медіа-дискурсу в аргументативному, лінгвокогнітивному та комунікативно-прагматичному аспектах та недостатній кількості праць, присвячених порівняльному аналізу різних аспектів аргументації в англomовному медіа-дискурсі, зокрема представленому телекомпаніями Аль-Джазіра та Сі-Ен-Ен.

Матеріалом аналізу слугують інформаційні повідомлення телекомпаній Аль-Джазіра та Сі-Ен-Ен, обмежені хронологічними рамками листопада 2009р. – січня 2010р.

Дискурс масової комунікації виробив особливі знаки актуальності – форми подання інформації, які сигналізують читачеві про її надійність. До них відносять презентацію факту через свідчення очевидців, соціологічні факти, висновки експертів, цитування, тощо [2, с. 36]. Тобто, аргументація постає як добір потрібних фактів із аргументативних полів мовців і маніпуляції цими фактами за допомогою аргументативних кроків-ходів [3, с. 14].

Комунікативно-риторичні якості мовлення були в центрі уваги ще античних риторів. Зокрема Арістотель пояснював спосіб аргументування через поняття етосу, логосу і патосу – різних модусів риторичного впливу. Етос – зумовлене поведінкою мовця ставлення до нього з боку аудиторії. Розрізняють первинний етос – скупність рис промовця, які впливають на авторитетність його заяв, та демонстраційний етос – аргументативні стратегії ритора, спрямовані на завоювання довіри до своєї особи і поглядів. Логос – модус переконування через апеляцію до розуму, основними компонентами якого є базовані на фактичних свідченнях та раціональних оцінках подій міркування автора. Під патосом Арістотель розумів використання емоційних чи мотиваційних елементів у аргументації. Повідомлення у патетичному модусі покликане пробудити ту емоційну реакцію, яка допомагає закріпити бажаний для мовця аргу-

мент; без такої апеляції до уяви та емоцій може залишитись прагматично нереалізований навіть найбільш логічно досконалий текст [3, с. 35].

Взявши за основу ці три модули аргументації, ми дослідили тактики, якими послуговуються телекомпанії Аль-Джазіра та Сі-Ен-Ен, зосередивши свою увагу на інформаційних повідомленнях, що стосуються подій на Близькому Сході. Отже, *об’єктом* даної розвідки є аргументативні стратегії та тактики, експліковані у медіа-дискурсі, тоді як способи реалізації цих тактик становлять *предмет дослідження*.

Когнітивно-прагматична парадигма дослідження лінгвістичних явищ, яка займає чільне місце у сучасному мовознавстві, передбачає розгляд мови не лише як засобу передачі інформації, але і як механізму впливу на реципієнта та формування у нього певного ставлення до повідомлення. Для аналізу аргументативних стратегій та тактик, ми використали елементи критичного дискурс-аналізу, який зорієнтований на соціальні проблеми і передбачає зв’язок між текстом та соціальними умовами, ідеологіями, а також застосували елементи компонентного, концептуального та контекстуального аналізу.

У результаті проведеного нами дослідження було виявлено, що засоби мас-медіа активно використовують *стратегію апеляції до авторитету особи (етос)*, щоб надати переконливості і валідності інформаційному повідомленню. Однією з тактик у межах стратегії апеляції до авторитету особи є *тактика маніпуляції інформацією*. Вона полягає в тому, що повідомлення, яке прозвучало з авторитетного джерела, трактується по різному, виходячи із ідеологічної парадигми того чи іншого телеканалу. Різна ідеологічна забарвленість повідомлень, яка простежується при аналізі матеріалів двох інформаційно-аналітичних телекомпаній, викликала, насамперед, бажання сприяти виробленню у реципієнта такої моделі світу, яка б засадничо співвідносилась з політикою телекомпаній.

Так, говорячи про намір Палестинської автономії звернутись до Ради Безпеки ООН з проханням визнати її як незалежну державу, телеканал Сі-Ен-Ен подає цю подію, як одностороннє рішення палестинської влади, “цитуючи” при цьому слова радника голови Палестинської національної адміністрації: *“Palestinians are turning to the United Nations as frustration mounts over the lack of progress towards a Middle East peace. Chief Palestinian negotiator says they will ask the UN Security Council to endorse a unilateral declaration of independence”*. (CNN, 16. 11. 09) Лексема “unilateral”, завдяки актуалізації архісеми “decision or action taken by only one of the groups, organizations, or countries that are involved in a particular situation” та периферійної семи “without the agreement of others”, сприяє формуванню негативного ставлення до дій влади з боку реципієнтів.

Аль-Джазіра, в свою чергу, робить акцент на тому, що таке рішення палестинської влади не є одностороннім, а, натомість, таким, що зна-

йшло підтримку більшості арабських країн, і для підтвердження цього дає розгорнуту цитату радника: *“The Palestinian government in the West Bank is planning to ask the United Nations Security Council to endorse an independent state, with peace talks staled yet again over the issue of settlement building by Israel...”* “This is not a Palestinian unilateral declaration. This is a Palestinian decision backed now with Arab foreign ministers meeting last Thursday that we should seek to go to the Security Council to have the Security Council recognize the Palestinian state on the 67 border with East Jerusalem as its capital”. Лексема “backed”, завдяки актуалізації архісеми “supported, advocated”, сприяє підсиленню позитивної оцінки дій палестинської влади, що є прямою протилежним повідомленню, яке прозвучало на телеканалі Сі-Ен-Ен.

В рамках даної стратегії використовується також *тактика виправдання/засудження дій*, яка здійснюється не прямо, а опосередковано, тобто через авторитетне джерело, на яке, власне, і посиляється та чи інша телекомпанія. Говорячи про чергову сутичку, в результаті якої загинуло троє палестинців, Сі-Ен-Ен виправдовує дії військових, позиціонуючи вбивство як відплату за смерть ізраїльтянина: *“The first incident happened in the West Bank city of Nablus, where the Israeli military killed three Palestinians it said were responsible for the death of an Israeli civilian in the West Bank this week”*. (CNN, 26. 12. 2009) Покладаючи провину за вбивство на військових, Сі-Ен-Ен водночас зміщує акцент з головної події, обгрунтовуючи правомірність таких дій.

Аль-Джазіра, натомість, засуджує дії ізраїльських військових, заявляючи про те, що вбиті палестинці були цивільними, які всього лише збирали металобрухт на кордоні: *“An Israeli military spokeswoman confirmed that soldiers shot and killed three Palestinians suspected of trying to infiltrate from Gaza, which is governed by Hamas. However, a Hamas security source said the three were apparently civilians collecting scrap metal in an industrial zone near the Israeli border”*. (Aljazeera, 26. 12. 2009) Негативна оцінка експлікується через використання синонімічних лексем “shot” та “killed”, які, завдяки актуалізації архісеми “to fire a bullet hit, injure and kill a person” та периферійної семи “to make innocent people die”, підсилюють ілюкативну силу висловлювання.

Вищенаведений приклад може слугувати водночас і демонстрацією *тактики використання активного / пасивного стану, як способу покладання провини на одну із сторін конфлікту*. Коли у повідомленні мова йде про подію, яка мала негативний наслідок, використання активного стану підсилює провину тої чи іншої сторони, а пасивного – пом’якшує висловлювання.

Для ілюстрації цього твердження наведемо наступний приклад: *“Several people were killed and more than 300 were arrested in anti-government protests*

in Tehran Sunday, Iran's Deputy Police Chief Ahmad Reza Radan said on state television station IRINN. The toll was the result of clashes that broke out between demonstrators and security forces as large crowds gathered for Ashura, a major religious observance”. (CNN, 26. 12. 2009).

З даного повідомлення цілком зрозуміло, що саме поліція арештувала протестантів і несе відповідальність за вбивство іранців, однак пасивний стан і мова про те, що сутичка розгорілася між демонстрантами і офіцерами спецслужби “*between demonstrators and security forces*”, а не навпаки, сприяє створенню позитивного образу офіцерів, які виступили “захисниками правопорядку” і негативного образу “демонстрантів-порушників”.

Аль-Джазіра, на противагу Сі-Ен-Ен, говорить про те, що саме поліція була ініціатором сутички: “*Iranian police have clashed with thousands of opposition supporters in Tehran during a Shia religious ceremony, witnesses in the Iranian capital said. Sources told Al Jazeera that nearly 3,000 people had gathered on Saturday in northern Tehran, where Mohammad Khatami, the former president, was expected to deliver a speech. The event was later cancelled as police fired tear gas and used batons to disperse the crowd*”. (Aljazeera, 26. 12. 2009) Позиціонування іранської поліції як активної сторони відбувається шляхом використання лексем *clash* – “to come into conflict”, *fire tear gas* – “irritate the eyes and cause blinding tears” та *use baton* – “apply a thick heavy stick as a weapon” в активному стані.

Стратегія апеляції до розуму (логос) може реалізуватися з допомогою ряду тактик, однією з яких є тактика концептуального відображення дійсності. Вона полягає в тому, що аргументація відбувається шляхом використання лексем, які входять в номінативне поле того чи іншого концепта. Під концептом ми розуміємо дискретне ментальне утворення, базову одиницю мисленнєвого коду людини, що має відносно впорядковану внутрішню структуру і є результатом пізнавальної (когнітивної) діяльності особистості і суспільства [4, с. 34].

З'ясовуючи причини вбивства майором Маліком Хасаном 13 осіб на тейхаській військовій базі Форт-Худ, Сі-Ен-Ен пояснює аномальну поведінку з допомогою концепта “хвороба”, на що вказують лексеми “*treatment*”, “*trauma*”, “*stressful*”, “*to pick up symptoms*”: “*It is an open secret that most of the military brass and many of the soldiers are openly complaining that they are not getting adequate treatment. People are repeatedly being deployed, they are going on many more tours than anticipated, and the more you are exposed to trauma, the more stressful the situation, the more prone you are to pick up symptoms*”. (CNN, 07. 11. 09)

Натомість Аль-Джазіра аргументує вчинок Маліка Хасана тим, що він був здійснений під впливом страху брата участь у військовій кампанії в Афганістані та Іраку: “*At Port Hood the deeper impact of the horror of war are thought to be particularly acute. It's the largest US army base in*

the country and units here have seen some of the fiercest fighting in Iraq and Afghanistan. Some believe suspected gunman Nidal Hasan became petrified of deploying after counselling soldiers here and his previous job at Walter Reed medical centre". (Aljazeera, 07. 11. 09). Це виявляється насамперед у вживанні лексем "the horror of war", "acute", "the fiercest fighting", які входять в номінативне поле концепта "війна".

Ще однією тактикою, спрямованою на апеляцію до розуму, є тактика використання аналогій, яка спрямована на посилення/послаблення ілюкувативної сили висловлювання. Продовжуючи розслідування у справі майора Маліка Хасана, було виявлено його переписку з Імамом аль Анваром, який мав відношення до Аль-Каїди: "US military officials say that intelligence agencies intercepted communications of Nidal Hasan to a Yemeni cleric Anwar al-Awlaki and shared them with other US government agencies. Al-Awlaki is mentioned in the 9/11 commission report as having developed a close relationship with two 9/11 hijackers... This is the guy well known in terrorist circles and very supportive of terrorism in the past. A blog believed to be written by Al-Awlaki praises Nidal Hasan as a hero "a man of conscience who could not bear living the contradiction being a Muslim and serving in an army that is fighting against his own people". (CNN, 10. 11. 09) Лексема "intercept", завдяки актуалізації архісеми "to stop, deflect, or seize on the way from one place to another" та периферійної семи "prevent something illegal from arriving or proceeding", створює враження незаконності цієї переписки, а проведення аналогії між майором Маліком Хасаном та імамом Аль-Анваром – людиною, яка мала відношення до Аль-Каїди, підсилює негативну забарвленість повідомлення.

Аль-Джазіра натомість наголошує на тому, що листування Маліка Хасана з Імамом аль Анваром було лише частиною професійного обов'язку, яку той виконував працюючи психіатром на військовій базі Форт-Худ: "Intelligence agencies were investigating major Nidal Hasan in December of last year. They reviewed what's believed to be email communication between Hasan and a Muslim cleric in Yemen who is known for his anti-American teachings. Anwar al-Awlaki served as an imam outside the Washington DC where Hasan worshiped. In a blog posting on his website on Monday Awlaki wrote "Nidal Hasan is a Hero. He is a man of conscience who could not bear living the contradiction being a Muslim and serving in an army that is fighting against his own people". Federal officials said they ended the investigation after concluding that Hasan's communications were related to research he needed to do as a psychiatrist at the Walter Reed Medical Centre" (Aljazeera, 10. 11. 09). Називаючи переписку між Маліком Хасаном та імамом Аль-Анваром "what's believed to be email communication", Аль-Джазіра стверджує, що було б хибним називати це листуванням, тим самим пом'якшуючи ілюкувативну силу висловлювання.

Стратегія апеляції до емоцій (патос) реалізується з допомогою тактики формування ставлення до повідомлення шляхом апеляції до позитивних або негативних емоцій.

Сі-Ен-Ен, говорячи про сутичку офіцерів спецслужби з палестинцями, формує негативне ставлення реципієнта до останніх, вказуючи на їхню жорстокість, про що свідчать лексеми *clashed, wounded, dead, violence*: “*Palestinians clashed with Egyptian security forces along the Gaza border Wednesday over the delay of an expected aid convoy, leaving dozens of Palestinians wounded and one Egyptian soldier dead*”. У даному інформаційному повідомленні Сі-Ен-Ен наголошує на тому, що саме палестинці відповідальні за сутичку, про що свідчить наступна цитата: “*The Hamas-organized rally began peacefully but degenerated into violence with hundreds of Palestinians throwing rocks across the border wall*”. (CNN, 06. 01. 2010)

Аль-Джазіра висвітлює цю подію по-іншому: “*At least one Egyptian border guard has been killed and 35 Palestinians wounded along the Gaza border during fierce clashes with Egyptian security forces. A border protest on Wednesday turned violent over frustration that the aid convoy, Viva Palestina, had been delayed*”. (Aljazeera, 06. 01. 2010). Апелюючи до жорстокості, ця телекомпанія, на відміну від Сі-Ен-Ен, не покладає відповідальності за сутичку на палестинців, а лише констатує її факт.

Однією із дієвих тактик емоційного впливу на реципієнта є також *тактика перебільшення*, яка, як правило, спрямована на формування негативної оцінки. Як приклад, можемо навести заголовок двох статей: “*Israeli troops kill 6 Palestinians*” (CNN, 26. 12. 2009) та “*Israeli troops kill Palestinians*” (Aljazeera, 26. 12. 2009). Аль-Джазіра свідомо не уточнює кількість загиблих, апелюючи до співчуття і створюючи образ Ізраїлю-агресора і Палестини-жертви.

Намагаючись викликати почуття емпатії, і бути більш переконливою, Аль-Джазіра вдається до застосування *тактики наближення до адресата*, яка реалізується шляхом використання одиниць розмовного стилю, емотивної лексики. Говорячи про виселення палестинців з їхнього житла, окупацію території ізраїльтянами, Аль-Джазіра апелює до співчуття, разом з тим зображаючи ізраїльтян агресорами: “*It’s becoming a familiar scene in East Jerusalem: Jewish settler taking over a Palestinian home and dumping the furniture in the garden. A Palestinian family built this home several years ago but they were never allowed to move in*”. Використовуючи протиставлення, Аль-Джазіра акцентує увагу на відмінності становища ізраїльтян та палестинців на окупованій території: “*The Israeli authorities said it had been built illegally; illegal for Palestinians maybe, but clearly a different law applies to Jews since settlers are now inside*”. (Aljazeera, 03. 11. 09)

Сі-Ен-Ен висвітлює цю подію по-іншому, вказуючи на цілковиту правомірність зайняття ізраїльтянами помешкань, які донедавна були

власністю палестинців: *“Settlers and Palestinians face off over property claims. Jewish settlers move in to a building in an Arab neighbourhood of east Jerusalem. They say this is their land and Israeli judge gave them the key to this part of the property”*. (CNN, 03. 11. 09) Як бачимо, Сі-Ен-Ен уникає використання емотивно-забарвленої лексики і лише констатує той факт, що ізраїльтяни діяли відповідно до закону.

У результаті проведеного нами дослідження, ми виявили, що дискурс мас-медіа аргументативний за своєю природою і спрямований на досягнення прагматичних цілей, однією з яких є зближення моделі світу, яку вибудовує та чи інша телекомпанія, із моделлю реципієнта. Відмінність ідеологічних парадигм телеканалів зумовлює різне висвітлення інформаційного повідомлення, що лінгвістично виявляється у застосуванні протилежних за своєю суттю аргументативних тактик. Аналіз вибірки, поданий у даній розвідці, не є вичерпним і дає можливість подальшого дослідження у цьому напрямку.

Література:

1. Григорьева В. С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты: монографія. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 288 с.
2. Павлюк Л. Знак. Символ. Міф у масовій комунікації. – Львів, ПАІС, 2006. – 120 с.
3. Павлюк Л. Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація. – Львів, ПАІС, 2007. – 168 с.
4. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 314 с.
5. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду українського масовоінформаційного дискурсу): Автореф. дис... д-ра філол. наук. – Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К, 2003. – 32 с.
6. Richardson J. Analysing Newspapers: An Approach From Critical Discourse Analysis. – Gordonsville: Palgrave Macmillan, 2006. – 280 p.