

СПІЦИНА В. Є.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## РИТОРИЧНІ СТРАТЕГІЇ ПУБЛІЧНИХ ПРОМОВ ПЕРШОЇ ЛЕДІ США МІШЕЛЬ ОБАМИ

У статті йдеться про дослідження риторичного дискурсу у контексті комунікативно-когнітивних параметрів, звертається особлива увага на риторичні стратегії, що використовує у своїх публічних виступах Мішель Обама для здійснення мовного впливу на аудиторію.

**Ключові слова:** публічний виступ, риторичні стратегії, комунікативна культура

В статье идет речь об исследовании риторического дискурса в контексте коммуникативно-когнитивных параметров, обращается особое внимание на риторические стратегии, которые использует в своих публичных выступлениях Мишель Обама для оказания речевого воздействия на аудиторию.

**Ключевые слова:** публичное выступление, риторические стратегии, коммуникативная культура.

The article deals with the study of the rhetorical discourse in the context of the communicative and cognitive parameters, special attention is paid to particular rhetorical strategies used by Michelle Obama in her public speeches to influence the audience.

**Key words:** public speech, rhetorical strategies, communicative culture.

З огляду на зміну парадигми сучасних лінгвістичних досліджень та пануванню когнітивного підходу в дослідженні окремих мовних явищ, спостерігаємо підвищений інтерес вчених (зокрема, Й. А. Стерніна, Л. С. Чикілевої, А. П. Чудінова) до вивчення засобів маніпулятивного впливу публічних промов, адже вони є різновидом живого спілкування, коли між оратором та аудиторією немає просторових і часових перепон і він безпосередньо впливає на аудиторію. В нашому розумінні, цільову аудиторію-реципієнта промови можна розглядати як єдиного учасника спілкування, оскільки мовний вплив спрямований на весь загал, а не на кожного зі слухачів окремо. В результаті сильного зовнішнього впливу аудиторія може набути властивості так званого *натхненного натовпу*, в якому втрачається значення індивідуальних відмінностей людей, пов'язаних з свідомою діяльністю мозку, і зростає роль несвідомої сфери.

Цілком очевидно, що цей інтерес далеко не випадковий, оскільки мова є дієвим інструментом впливу на свідомість, а за допомогою публічної промови здійснюється вплив на колективну свідомість. В останні десятиліття спостерігається тенденція зміщення дослідницьких інтересів на проблеми масового мовленнєвого впливу (О. С. Іссерс, О. Л. Михалева, К. В. Нікітіна). Цей феномен пов'язаний, перш за все, з

цільовою установкою оратора, який змінює погляди та цінності аудиторії, вносить корективи в її уявлення про світ і безпосередньо впливає на прийняття рішень. У зв'язку з цим актуальним залишається питання про те, що саме робить мовленнєвий вплив ефективним і за допомогою яких лінгвістичних засобів можна підвищити його аргументативність.

**Актуальність** дослідження зумовлена інтересом сучасної науки до вивчення засобів ефективного комунікативного впливу публічної промови як риторичного і мовного явища. Важливим для дослідження публічної промови є встановлення ролі як лінгвістичних, так і екстралінгвістичних засобів реалізації інтенції оратора, виявлення її лексико-граматичних і стилістичних характеристик. Однією з причин збільшення кількості досліджень у даній сфері є вирішення цілком прагматичного завдання – пошуку найефективніших способів впливу публічної промови на колективну свідомість аудиторії.

**Метою** статті є виявлення особливостей організації та функціонування публічної промови та її композиційних особливостей, встановлення зв'язку між мовним і позамовним контекстом, визначення загальних та особистісних мовних стратегій Першої леді США М. Обами.

**Предметом** дослідження виступає риторичний дискурс у контексті комунікативно-когнітивних параметрів.

**Об'єктом** дослідження є риторичні стратегії, котрі використовує у своїх публічних промовах Перша леді США, **матеріалом** дослідження слугували найновіші публічні промови Мішель Обами.

Сучасні вчені розглядають риторичні стратегії, переважно, із суто лінгвістичних позицій, їх ще не було окреслено із урахуванням здобутків лінгвокогнітології та лінгвоперсонології, чим і зумовлюється **наукова новизна** нашого дослідження.

Окрім основних положень теорій риторичної аргументації, запорукою вдалого публічного виступу є визначення цільової аудиторії, до якої мовець апелюватиме. Відмінності всередині аудиторії існують на рівні емоцій, компетентності, соціально-демографічних характеристик, ідейних позицій і ставлення до оратора. Ці ж фактори бувають джерелами єдності аудиторії і впливають на колективну поведінку слухачів у процесі мовної взаємодії з оратором. Цілком очевидно, що аудиторії, що різняться за цими показниками, по-різному реагують на публічну промову. Необхідно особливо відзначити, що на публічну мову впливають очікування аудиторії: якщо аудиторія знає оратора і знайома з

попередніми виступами, то у неї складається певне уявлення про майбутню промову, крім того, знаючи соціальний статус оратора можна легко здогадатися, якими будуть особливості його публічного виступу. Очікування аудиторії багато в чому визначається тим, якого характеру буде промова, яким є риторичне минуле оратора і в якій обстановці буде виголошена промова [1:3-4].

У сучасній риторичній аудиторії відводиться вирішальна роль в оцінці ефективності публічного виступу. Залежно від того, наскільки задум оратора збігається з оцінкою аудиторії, досягається основна мета комунікації – добровільне приєднання аудиторії до основних положень виступу оратора. Для встановлення комунікативного співробітництва оратору необхідно постійно контролювати реакцію аудиторії, її зацікавленість, увагу до повідомлення [2:45].

У нашому розумінні, публічна промова – це монолог, який можна визначити як особливу форму усного мовлення, що представляє собою розгорнуте висловлювання однієї особи, завершене в смисловому плані, всі мовні та комунікативні елементи якого підпорядковані головній думці і основній меті. Публічний виступ є комунікативно орієнтованим, тобто він адресований конкретній аудиторії з метою реалізації задуму оратора.

Звернення до риторичного дискурсу відображає одну з найхарактерніших особливостей сучасної лінгвістики – дослідження в антропоцентричному прояві, зокрема мовного впливу та мовного маніпулювання, що є неможливим без розгляду прийомів як засобів класичної риторики, так і врахування нериторичних засад. Інтерес до риторики зумовлений спробами інтегрувати її в систему сучасного гуманітарного знання. Відродження цієї стародавньої наукової дисципліни реалізується в теорії пізнання, логіці, філософії та філології [3:8].

Комунікативно-когнітивні аспекти риторичного дискурсу полягають у створенні особливої мови як знакової системи, яка слугує не лише способом красномовного вираження думок та засобом майстерного спілкування, а насамперед характеризується дієвістю переконання. Основною ознакою риторичного висловлювання (ще з античних часів) є низка різноманітних персуазивних прийомів; особливо вагомим внеском у риторику є створені Аристотелем три види засобів переконання: логічні докази, моральні докази (довіра до оратора) та емоційні впливи. Проте необхідною умовою промови було поєднання риторичних засобів і

логічного змістового наповнення.

Ораторське мистецтво як комунікативна дія, спрямована на переконання, передбачає: формування певного когнітивного стану адресата – його нового психічного настрою, згоди, прийняття пропонованої думки, бажання діяти певним чином тощо. Отже, можемо дійти висновку, що риторичний дискурс є повноправним видом комунікації, а відповідно окремим дискурсивним типом. Сьогодні він особливо актуальний для текстів публічних виступів, друкованих публікацій, а також інтернет-сайтів. Риторичний дискурс за своєю суттю характеризується як діалогічна структура, що спрямована на вплив, формування системи світогляду, поглядів, суджень. Таким чином, у центрі уваги перебуває вміння, ядро якого становить концепт переконання та заклику [4: 275-276].

На сьогодні риторичній практиці приділяється особлива увага, що зумовлено формуванням нового типу середовища – інформаційно-комунікативного. Комунікативний простір (комунікативне середовище) до ХХІ століття не був особливим об'єктом дослідження, оскільки проблема самої комунікації не виступала основним практичним питанням гуманітарних технологій. Без урахування комунікативного підходу неможливе вивчення будь-якого мовного твору, адже текст (промова) вже є комунікативним явищем (потенційно виступає комунікативною дією, хоча це не означає, що він включений до процесу комунікації). Комунікативний підхід, як зауважує В. А. Маслова, передбачає виокремлення таких категорій: учасники спілкування (статусно-рольові й ситуативно-комунікативні характеристики); умови спілкування (сфера спілкування, комунікативне середовище); організація спілкування (мотиви, мета, стратегії, варіативність комунікативних середовищ); способи спілкування (канал, режим, стиль і жанр) [5, 27].

Під час визначення кола риторичних стратегій, важливим є взяти до уваги певні культурні та патріотичні особливості американської культури. Слід пам'ятати про специфічні культурні цінності, які формують США, як державу:

1) на лексичному рівні - це слова, що означають культурні реалії: - Емпайр Стейт Білдінг ( *The Empire State Building*) та Статуя Свободи (*The Statue of Liberty*), слова, що виражають специфічні культурні цінності, такі як свобода та конкуренція. У цьому відношенні дуже показовою є відома Голівудська посмішка – символ благополуччя, успішності та

оптимізму нації. Усмішка – це вияв ввічливості, уваги до співбесідника та радість за його успіх, усмішка, як спосіб передачі позитивних емоцій – є невід’ємною частиною американської культури, що пояснює її наявність у метафоричному фонді мови. Пісня «*You’re Never Fully Dressed Without a Smile*» з класичного бродвейського мюзиклу «Енні» показує, як вміння американців посміхатися і віра у кращі часи допомогли їм пережити епоху Великої депресії;

2) на граматичному рівні слід приділяти увагу конструкціям, що співвідносяться з культурними цінностями (зокрема, превалююче використання умовного способу для вираження ввічливого прохання або відмови як засобу створення мовної ситуації комфорту для співбесідника; обмеження вживання модальних дієслів та наказових конструкцій як втілення поваги до прав та автономії особистості; домінуюче застосування особистих конструкцій як втілення особистої відповідальності за те, що відбувається та контролю над власною долею та тим, що відбувається навколо.

Розглянемо комунікативні стратегії, що використовуються оратором у процесі мовного впливу. Згідно з визначенням Т. Є. Янко, комунікативні стратегії полягають у виборі мовного наміру, семантичних компонентів, визначення обсягу інформації, співвіднесення інформації зі станом свідомості слухачів і фактором емпатії, визначення порядку проходження комунікативних складових, у виборі певного комунікативного режиму, стилю і жанру. Особливий інтерес становить стратегія позитивного представлення будь-якої особистості. Ця стратегія спрямована на здійснення такого мовного впливу на слухачів, коли вони не можуть зробити негативних висновків. Риторичні стратегії, що використовуються для посилення мовного впливу, можуть включати наступні риторичні прийоми: повтор, перебільшення, применшення, метафору.

Визначимо деякі мовні стратегії, що часто використовуються в публічних зверненнях, і визначимо їх функції. До них відносяться стратегії, що виконують наступні функції: *встановлення контакту* (для залучення і підтримки уваги), *структурна* (для структурування інформації, виділення підтем), *ілюстративна* (для підтримки, підтвердження чи пояснення затвердження шляхом узагальнення або наведення прикладів). Можна також виділити прийоми, які використовуються для створення позитивного іміджу у свідомості



слухачів. До даної групи належить *посилення, повтор, пом'якшення, імплікація, контраст, наведення прикладу*. Цілеспрямоване використання стратегій оратором дозволяє збільшити ефективність мовного впливу. Таким чином публічну промову можна розглядати як орієнтовану на зміщення емотивно-когнітивних перспектив слухачів. Принципово важливим є використання одиниць структури, змісту і побудови, характерних для певної культури. Велику роль відіграють також такі характеристики як прецедентність і стереотипність мовлення. Можна зробити припущення про те, що когнітивна модель макроструктури тексту промови стереотипна і пов'язана з контекстуальною моделлю через реалізацію деяких понять, виражених за допомогою лексичних одиниць, які є прецедентними для даного суспільства.

Аналізуючи промови М. Обама, ми дійшли висновку, що для оратора характерними є наступні риторичні стратегії: *повтор, наведення прикладу, імплікація, контраст, використання паралельних конструкцій*.

Таким чином у своїй промові Мішель Обама починає з того, що намагається об'єднатися з аудиторією розповідаючи про минуле свого чоловіка і підкреслює, що цінності, прийняті в їх сім'ї, такі ж, як і у більшості американців. У даному випадку маються на увазі загальнолюдські цінності, які передаються в сім'ях з покоління в покоління: старанна робота (*you work hard*), вміння дотримуватись слова (*your word is your bond and you do what you say you're going to do*), повагу до людей (*you treat people with dignity and respect*)[6:2].

Виступ Мішель Обама відрізняється емоційністю. Настрій оратора передається глядачам. Вона апелює до родинних зв'язків, піднімаючи тему батьків і дітей; деякі глядачі настільки розчулені, що витирають сльози. Якщо порівняти назви промов, можна зауважити, що заголовок зазвичай встановлює первинний контакт з аудиторією. Так, заголовок звернення: “*Being President Doesn't Change Who You Are, It Reveals Who You Are*”[7:1] “*Посада президента не змінює вас, вона показує, хто ви насправді*”[переклад наш – В. С.], можна назвати імпліцитним, він представляє собою незвичайну заяву і привертає увагу слухачів.

Комунікативна мета чи інтенції оратора багато в чому визначають як внутрішню, так і зовнішню форму тексту виступу, структуру змісту та організацію мовних засобів. Частково дійсність також впливає на внутрішню форму, структуру, зміст і опосередковано через промову – на зовнішню організацію виступу. Основна частина звернень першої леді

пов'язана з темою “майбутніх виборів”, які порівнюються з тривалою подорожжю – *journey*. Паралельні конструкції широко використовуються у виступах першої леді: Мішель Обама зазначає, що вона не лише дружина, а й дочка, і сестра, і мати. Вона підкреслює роль дітей у своєму житті і робить плавний перехід до теми “майбутнє”, маючи на увазі не тільки майбутнє її дітей, а й майбутнє дітей всієї країни. Для неї, як для матері, головним і вирішальним моментом, пов'язаним з майбутніми виборами, є майбутнє дітей. В обох виступах простежується створення зв'язку: минуле-сьогодення-майбутнє. В основній частині виступу наводяться додаткові відомості про сім'ю Мішель та сім'ю Барака Обами. Оратор повідомляє факти з минулого Барака Обами, розповідає про свою дружбу з ним і про його професійну діяльність після закінчення коледжу, підкреслює його професійні заслуги та особистісні якості. Вона вважає, що роки президентського правління його не зіпсували – він залишився таким же яким був на початку своєї трудової діяльності (*He's the same man*) [7:5]. Очевидно, що стратегії, що використовуються в основній частині виступів, виконують структуруючу функцію, що використовується для створення позитивного іміджу Барака Обами. З цією метою вживаються імплікації, узагальнення, посилення, пом'якшення, контраст, наводяться особисті приклади.

Широко відомо, що однією з відмінних особливостей американського національного менталітету є почуття гордості за свою країну, усвідомлення винятковості американського народу, його особливого призначення. Концепт величчч американців і імідж їхнього президента Барака Обами формується за рахунок використання лексики з позитивною конотацією, наприклад: *proud, good, blessed, cherished, strong, equal, great, success, triumph, pride, courage, grace, wisdom, dignity, respect, aspiration, commitment, justice, ideal, belief, champion, hero, inspire, respect, etc.* Можна припустити, що прослухавши звернення, адресат отримує емоційний заряд, адже лексика з позитивною конотацією впливає на свідомість слухачів і сприяє формуванню в їх свідомості належного іміджу президента. Позитивно забарвлена лексика використовується також у згадці Мішель Обамою заслуг простих американців, які своєю працею сприяють втіленню американської мрії; вона наводить імена співвітчизників, які внесли значний внесок у здійсненні американської мрії, а для багатьох американців сім'я Барака і Мішель Обама є наочним прикладом втілення американської мрії. М.Обама хоче, щоб у її

співвітчизників також була б така можливість (*Barack knows the American dream because he's lived ... and he wants everyone in this country to have that same opportunity...*)[7:5]. В основній частині аналізованих звернень розповідається про проблеми, що стоять перед країною, як про випробування, які загартовують дух американського народу: *So today, when the challenges we face start to seem overwhelming - or even impossible - let us never forget that doing the impossible is the history of this nation ... it's who we are as Americans ... it's how this country was built.*[7:6] Основний акцент робиться на ідейному змісті подій, що відбулися, на їх ролі в зміцненні духу американського народу і затвердження американських цінностей. Однак при описі труднощів використовується негативно забарвлена лексика, наприклад: *devastated, frustrated, brink of collapse, go broke.*

Ще одним виявом мовного впливу є використання протиставлення або контрасту. Протиставлення може здійснюватися в межах однієї пропозиції, кількох речень або абзаців. Наприклад: *Serving as your First Lady is an honor and a privilege ... but back when we first came together four years ago, I still had some concerns about this journey we'd begun.* [7:1] У наведеному вище прикладі оратор підкреслює, що для неї велика честь бути першою леді США, але з іншого боку це і велика відповідальність і у неї було багато побоювань з цього приводу. У даному випадку, використовуючи особистий приклад, оратор ділиться своїми особистими переживаннями з аудиторією і здійснює на слухачів імпліцитний вплив.

Розглянемо більш докладно стилістичні особливості аналізованих звернень. При стилістичному аналізі було виявлено, що переважаючими засобами є анафора (*I have seen it in the incredible kindness and warmth that people have shown me and my family ... // I've seen it in teachers in a near - bankrupt school district ... // I've seen it in people who become heroes at a moment's notice*), лексичний і синтаксичний повтор (*That is what has made my story, and Barack's story, and so many other American stories possible*). Особливу ритмічність і благозвучність мовлення надають полісиндетон (*with patience and wisdom, and courage and grace // collection of struggles and hopes and dreams*) і алітерація (*dignity and decency, how hard*). В обох зверненнях використовується метафора (*doorway of opportunity*), гіпербола (*mountain of debt*), порівняння (*like so many of us*), риторичне запитання (*And isn't it the great American story?*). Однією з особливостей стилю М.Обами є використання сполучників *but, and, so*, виразів *you see*



на початку речень, що надає промові розмовний характер. Особливу експресивність мови додає використання контрасту і перенесення обставини місця на початку речення, наприклад : *And in my own life, in my own small way I've tried to give back to this country that has given me so much.* У промові часто використовуються незакінчені речення, вставні конструкції та еліпсис, що додає виступу особливий ритм і полегшує сприйняття мови на слух та робить промову більш динамічною: *So today, when the challenges we face start to seem overwhelming – or even impossible – let us never forget that doing the impossible is the history of this nation ... it's who we are as Americans ... it's how this country was built*[7:6].

Таким чином, володіння риторичними прийомами, як і раніше, залишається актуальним у сучасному суспільстві. Проте центр уваги громадськості перемістився зі змісту публічних виступів на їх форму та обставини, у яких вони промовляються. Для успішного досягнення адресантом своєї мети більш важливим виявляється створення вдалого іміджу, складовими якого виявляються в однаковій мірі як ораторські здібності промовця, так і його зовнішній вигляд, фото- та телегенічність. Результатом систематичного вивчення особливостей риторики сучасних політичних лідерів є краще розуміння характеру політичної мови, а також мовного середовища політичних процесів, що відбуваються у демократичному суспільстві.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Чикилева Л. С. Когнитивно-прагматические и композиционно-стилистические особенности публичной речи : автореф. дис. на соискание уч. степени д-ра филол. наук : 10.02.04 “Германские языки” / Чикилева Л. С. – М., 2005. 2. Стернин И. А. Коммуникативное поведение и национальная культура / Стернин И. А. // Вестник Воронежск. гос. ун-та. – Серия 1 : Гуманитарные науки. – 1996. – № 2. – С.45-64. 3. Аверинцев С. С. Риторика и истоки европейской литературной традиции / Аверинцев С. С. – М., 1996 – 448 с. 4. Івасишина Т. А. Риторичний дискурс: параметри виміру / Вісник Національної академії Служби безпеки України. – Studia Linguistica. – Вип. 6/2012. – К. 2012 – С.273-276 5. Маслова В. А. Современные направления в лингвистике : учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед. / В. А. Маслова. – М. : Изд. центр "Академия", 2008. – 272 с.

## ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

6. *Obama M.* In Support of Presidential Candidate Barack Obama – Address by Michelle Obama, wife of Presidential Candidate Barack Obama. Denver, Colorado [Електронний ресурс]. – August 25, 2008. – 7 с. – Режим доступу: <http://gos.sbc.edu/o/obama.html> 7. *Obama M.* Being President Doesn't Change Who You Are, It Reveals Who You Are – Address by Michelle Obama, First Lady, United States of America, – the Democratic National Convention, Charlotte, North Carolina [Електронний ресурс]. – September 4, 2012. – 7 с. – Режим доступу: <http://www.npr.org/2012/09/04/160578836/transcript-michelle-obamas-convention-speech>