

УДК 811. 111

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ МУЛЬТИМОДАЛЬНОСТІ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Кузнєцова Г.В., к. філол. наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов і новітніх технологій
Житомирський державний університет імені Івана Франка

Стаття присвячена проблемі мультимодального підходу до вивчення політичного дискурсу, зокрема його конститuentів. Подано стислий огляд залучення мультимодального підходу в лінгвістичних дослідженнях. Показано, що ознаки мультимодальності наявні в усіх конститuentах цього типу дискурсу. Досліджено прояв одного з інструментів політичної маніпуляції адресатом (так званих якорів) у лінгвістичному розумінні; доведено доцільність та актуальність обраного підходу до аналізу політичного дискурсу.

Ключові слова: мультимодальність, політичний дискурс, конститuent дискурсу, адресат, маніпулятивний вплив, модус мультимодальності.

Статья посвящена проблеме мультимодального подхода к изучению политического дискурса, в частности его конститuentов. Представлен сжатый обзор применения мультимодального подхода в лингвистических исследованиях. Показано, что черты мультимодальности присутствуют во всех конститuentах этого типа дискурса. Исследовано проявление одного из инструментов политической манипуляции адресатом (так называемых якорей) в лингвистическом понимании; доказаны целесообразность и актуальность избранного подхода к анализу политического дискурса.

Ключевые слова: мультимодальность, политический дискурс, конститuent дискурса, адресат, манипулятивное влияние, модус мультимодальности.

Kuznyetsova A.V. ON SOME ASPECTS OF STUDYING MULTIMODALITY IN A POLITICAL DISCOURSE

The article deals with multimodal approach to studying a political discourse, and namely to studying its constituents. A short review of multimodal approach application in linguistic research is presented. It is shown that multimodal traits are typical of all constituents of this type of discourse. The manifestation of one of the instruments of political manipulation the addressee (of the so-called anchors) is demonstrated in the angle of linguistics; the expediency and topicality of the chosen approach as to a political discourse analysis is proved.

Key words: multimodality, political discourse, discourse constituent, addressee, manipulative impact, multimodality mode.

Постановка проблеми. У сучасній науці мультимодальність потрактовується як здатність людини сполучати й сумішати в процесі пізнання та комунікації відразу декілька способів (що мають назву модусів) засвоєння світу й спілкування – вербальний, візуальний, кінетичний, або жестовий тощо. Основними типами мультимодальності є когнітивний і вербальний, і вони знаходяться в тісному взаємозв'язку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття мультимодальності стало мовознавчою цариною завдяки послідовникам М. Хелідея, які прагнули подолати постулат «мономодальності» в мовознавстві, традиційно займалася вербальними аспектами комунікації. Мультимодальний підхід зосереджений на взаємодії різних знакових систем. Зупиняючись на основних етапах генези цієї наукової царини, варто зазначити, що у вітчизняних лінгвістичних розвідках кінця ХХ – початку ХХІ ст. специфіку вербальних і невербальних засобів, які використовують і в усному, і в писемному мовленні, розгля-

дають, як правило, в межах паралінгвістики. Можна назвати також низку інших мовознавчих галузей, у межах яких вивчають засоби, що належать до різних семіотичних систем: графічну лінгвістику, лінгвістику тексту (зокрема креолізованого або полікодowego), невербальну комунікацію, візуальну лінгвістику або візуальну комунікацію [2].

Серед зарубіжних студій теперішнього століття найбільш вагоме значення належить роботам Гюнтера Кресса, Тео ван Леувена та Кері Джувіт, зокрема варто назвати такі розвідки, як “Multimodal Discourse” [16], “Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication” [18] і “Multimodality, “Reading”, and “Writing” for the 21st Century” [15], у яких обґрунтовано специфіку мультимодального тексту й дискурсу, окреслено їх диференційні ознаки. Незважаючи на ґрунтовність результатів, представлених в окремих дослідженнях, існує достатньо численна низка питань, що очікують на глибокий аналіз і детальне висвітлення. Зокрема, вивчення модусів мультимо-



дальності, типових для дискурсу загалом та для окремих видів і типів дискурсу залишається значною мірою завданням для дослідження. Адже, за Г. Крессом і Т. ван Леувенем, будь-який вид комунікації, відповідно, будь-який дискурс є мультимодальним [16].

Виникнення дослідницького інтересу до поняття мультимодальності детерміновано особливостями розвитку сучасного соціуму. У мовознавчих розвідках західних країн дослідження мультимодальності в дискурсі ґрунтується на залученні двох теоретичних парадигм: системно-функціональної граматики М. Хелідея й теорії когнітивної метафори Дж. Лейкоффа, які, у свою чергу, сприяли появі та генезі двох ключових напрямів аналізу: системно-функціональної візуальної граматики [17] і теорії мультимодальної метафори [13]. У студіях із цього питання відзначається, що розвитку мультимодальної комунікації активно сприяє інформаційна революція й постійне прагнення комунікантів шукати найоригінальніші способи самовираження задля привернення уваги та маніпуляції потенційною аудиторією [2; 14]. Тому звернення до феномена мультимодальності стосовно політичного дискурсу, яке не набуло дотепер достатньо серйозного висвітлення, видається доцільним та актуальним.

Постановка завдання. Метою розвідки є висвітлення залучення мультимодального підходу до вивчення конститuentів англomовного політичного дискурсу й показ актуальності такого підходу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень знаходиться у фокусі уваги протягом останніх двох десятиліть, що призводить до появи значної кількості мовознавчих робіт на матеріалі різних мов. Зазвичай термін 'політичний дискурс' розуміється у вузькому й широкому сенсах, в останньому випадку цей термін потрактовується так: політичний дискурс – це такий тип дискурсу, в якому як мінімум одна сфера – суб'єкт, адресат або зміст повідомлення – належить до політики як до сфери діяльності, включаючи також процес і результат генерації повідомлення/тексту й сприйняття позалінгвістичних чинників, що впливають на його генерацію й сприйняття [3]. Однак таке розуміння терміна доволі часто називають розширювальним, оскільки воно охоплює дуже багато політичних жанрів і піджанрів [9, с. 6], і, отже, сам предмет дослідження дає змогу залучення надзвичайно різноманітних

практик збирання матеріалу й власне технік дослідження.

Результатом значної кількості студій, присвячених рисам і властивостям політичного дискурсу та його конститuentів, були, зокрема, деякі спостереження про мультимодальність цього типу дискурсу, причому в аспекті мультимодальності вивчення набув в основному перший, стартовий, конститuent політичного дискурсу, а саме політик, який породжує цей дискурс, тобто політична особистість. Інтерес до цього стартового конститuentу виявився в лінгвістиці настільки високим [8], що деякі науковці зауважують, що політичний дискурс у мовознавчому аспекті фактично перетворився в лінгвістичне дослідження політичної особистості, яка розглядається як когнітивний і дискурсивний феномен [7, с. 1]. Такі чинники, як ораторські навички, вибір тем і мовленнєвих засобів, жести й міміка, спеціально створюваний імідж, що обов'язково включає елементи зовнішності, певні риси голосу політиків і залучення мовленнєвих тактик, становлять далеко не повний перелік чинників, пов'язаних із фактором мультимодальності під час вивчення політичної особистості [3; 10].

Наступний конститuent політичного дискурсу – повідомлення/текст, разом із процесом його генерації також має характеристики мультимодальності, й модуси мультимодальності повідомлення часто (якщо не завжди) взаємно накладаються на модуси мультимодальності стартового конститuentу політичного дискурсу (тобто політичної особистості), підсилюючи так маніпулятивний ефект обох дискурсивних конститuentів [1, с. 27–28]. Як приклад такого взаємного накладання модусів варто виділити використання ЗМІ, які становлять надзвичайно важливий модус як для стартового конститuentа політичного дискурсу (політичної особистості), так і для другого конститuentа (власне повідомлення); для обох конститuentів ЗМІ є широко вживаним засобом, що виявляється дуже ефективним для того, щоб, власне, дістатися до адресата (третього конститuentа) й учинити на нього необхідний вплив. Сьогодні роль ЗМІ в політичному дискурсі настільки значна, що науковці обґрунтовано говорять про медіазовану політику [22; 23], а також про те, що для більшості людей (тобто для адресата) ЗМІ є єдиним засобом, який дає їм змогу залучитися до політики загалом [11]. Наведені вище спостереження переконливо свідчать про те, що ЗМІ є таким фактором мультимодальності

(модусом), який актуалізує взаємне накладання й взаємопроникнення названих конститuentів політичного дискурсу. Іншими модусами мультимодальності, що також характерні й для стартового, й для другого конститuentу політичного дискурсу, є чинники, що лежать за межами власне мовознавства. Це різноманітні візуальні й мовленнєві характеристики політичної особистості, зокрема харизма (у випадку усної форми дискурсу), які іноді створюють більш помітний ефект на адресата (який є колективним адресатом), ніж сама промова політичної особистості [4, с. 205; 19, с. 105]. Так, за даними Г.Г. Почепцова, якщо дослідити ступінь впливу факторів, що впливають на формування точки зору про людину-оратора (в тому числі й політичну особистість) протягом перших 10–20 секунд промови, виявляється, що чинники змісту, які здавалося б мали відігравати найважливішу роль у цьому процесі, просто не встигають задіятися за цей короткий час. У результаті під час формування названої точки зору зміст повідомлення має 7% впливу, голос – 38% впливу і зовнішність – 55% впливу [5, с. 116; 21, с. 39]. Однак дискурсивні характеристики текстового конститuenta політичного дискурсу натепер ще всебічно й ґрунтовно не досліджені й тому становлять широке поле для наукового аналізу.

Взаємодію й взаємне перетинання модусів мультимодальності для двох конститuentів політичного дискурсу можна представити у вигляді схеми 1.

Мультимодальний аспект третього конститuentу політичного дискурсу – адресата разом із результатом сприймання ним повідомлення – сьогодні практично не вивчений. Саме в цій сфері виникає багато питань, що потребують дослідження й відповіді. Дослідники погоджуються в тому, що адресат політичного дискурсу – це колективний або множинний адресат [19, с. 211; 20], який зазнає маніпулятивного впливу переконання з боку першого й другого конститuentів політичного дискурсу. Саме через те, що адресат зазнає впливу переконання (дуже часто маніпулятивного впливу), можна припустити, що цей третій конститuent також поділяє модуси з першими двома конститuentами: сам зміст повідомлення (лінгвістичний модус), візуальні й звукові характеристики політичної особистості, такі як харизма, зовнішня привабливість/непривабливість, особливості голосу (нелінгвістичні модуси) й, можливо, ще низка інших. При цьому названі модуси становлять, на наш погляд, цікавий об'єкт дослідження.

Як ефективна зв'язна ланка між лінгвістичним і лінгво-культурологічним модусом мультимодальності можна назвати вивчення інтендованого вживання так званого змістового або когнітивного гачка, що базується на прийнятих і соціально поділених стереотипних поняттях, які використовує й експлуатує політична особистість у своїх промовах; у теорії комунікації це явище має назву **якоря** (термін Г.Г. Почепцова [5, с. 328]), вплив таких якорів має стосунок до сфери нейро-



Схема 1. Модуси мультимодальності



лінгвістичного програмування. Лінгвістичні й лінгво-культурологічні чинники таких якорів становлять практично невивчений об'єкт дослідження, тому становлять неабиякий інтерес в аспекті мовознавчого й не тільки мовознавчого пошуку.

Можна дослідити використання певних таких якорів, що мають потенційну маніпулятивну силу, у конкретних прикладах політичного дискурсу, зокрема на матеріалі передвиборних дебатів 2016 року між кандидатами на посаду президента США Гіларі Клінтон і Доналда Трампа. Ми виходимо з гіпотези про те, що вищеназвані якорі близько співвідносяться із соціально-культурними стереотипами, які мають національну специфіку й утілюються в політичному дискурсі в певним чином вербалізованих типових концептах. За даними Л.Л. Славової, на теперішній час для соціуму США такими концептами є AMERICAN(S), NATION, CHILDREN, TIME [6, с. 286], вербалізовані відповідними ключовими словами в промовах політичних особистостей.

Так, у третіх дебатах, коли темою розмови був Верховний суд США, спостерігаємо частотне вживання концептів AMERICAN(S) і NATION у мовленні Держсекретаря США Клінтон, що створює вищеназвані якорі, здатні впливати на аудиторію:

I have major disagreements with my opponent about these issues and others that will be before the Supreme Court. But I feel that at this point in our country's history, it is important that we not reverse marriage equality, that we not reverse Roe v. Wade, that we stand up against Citizens United, we stand up for the rights of people in the workplace, that we stand up and basically say: The Supreme Court should represent all of us.

That's how I see the court, and the kind of people that I would be looking to nominate to the court would be in the great tradition of standing up to the powerful, standing up on behalf of our rights as Americans.

У цьому невеликому фрагменті спостерігаємо вербалізацію концепту NATION шляхом уживання таких висловлень, як *our country, people in the workplace, all of us*, а також концепту AMERICAN(S), що актуалізується безпосереднім іменем цього концепту, а також висловом *our country*, який потенційно може актуалізувати й концепт AMERICAN(S), і концепт NATION.

Висловлюючи свою думку з того самого приводу, Доналд Трамп також удається до експлуатації названих концептів, однак частотність їх вербалізації є нижчою, наприклад:

Well, first of all, it's great to be with you, and thank you, everybody. The Supreme Court: It's what it's all about. Our country is so, so -- it's just so imperative that we have the right justices.

Something happened recently where Justice Ginsburg made some very, very inappropriate statements toward me and toward a tremendous number of people, many, many millions of people that I represent. And she was forced to apologize. And apologize she did. But these were statements that should never, ever have been made.

Тут виділені вислови можуть актуалізувати обидва концепти, і концепт NATION, і концепт AMERICAN(S), однак аналіз усього тексту скрипту третіх дебатів доводить, що частотність вищезазначених концептів, які реалізують суспільно-культурні стереотипи США, у мовленні Д. Трампа є майже удвічі нижчою, ніж у мовленні Г. Клінтон.

Нами наведено лише один невеликий приклад використання суспільно-культурологічного якоря в мовленні політичних особистостей, що становить повідомленнєвий/текстовий конституент політичного дискурсу. Такий якорі також виконує функцію модусу мультимодальності, реалізуючи зв'язок між повідомленнєвим/текстовим конституентом та адресатом політичного дискурсу. Видається, що представлений приклад свідчить про перспективність дослідження модусів мультимодальності окремих конституентів політичного дискурсу й цього типу дискурсу загалом, а також виявлення специфіки модусів мультимодальності стосовно окремих жанрів названого типу дискурсу.

Висновки з проведеного дослідження. Викладене вище дає змогу стверджувати, що політичний дискурс як лінгвокультурний феномен дає підстави відзначити специфічний характер його мультимодальності, яку можна уявити як багатощаровий набір характеристик-модусів, що взаємно перетинаються, взаємодіють й, очевидно, підсилюють одна одну, утворюючи таким чином складну соціально-когнітивну та лінгво-культурологічну єдність, яка покликана впливати, вражати, переконувати й маніпулювати.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Егорченкова Н.Б. Стратегический потенциал мультимодальной интеракции в медиа-политическом дискурсе. Вестник Томского государственного университета. Серия «Филология». 2014. № 5 (31). С. 25–37.
2. Макарук Л. Специфіка сучасного англомовного мультимодального дискурсу. East European Journal of Psycholinguistics. 2014. Том 1. № 2.
3. Маслова В.А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? 2009. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/maslova-08.htm>.
4. Маслоу А. Дальние пределы человеческой психики. Санкт-Петербург: Евразия, 432 с.
5. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Москва: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 2006. 656 с.
6. Славова Л.Л. Мовна особистість лідера у дзеркалі політичної лінгвоперсоналогії: США – Україна: монографія. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2012. 360 с.
7. Славова Л.Л. Языковая личность в современном американском и украинском политическом дискурсе: автореф. дис. ... докт. филол. наук: спец. 10.02.17 «Сравнительно-историческое и типологическое языкознание». Киев, 2015. 36 с.
8. Слободенюк Е.А. Создание образа британского и немецкого политика в современном медиадискурсе Великобритании в аспекте оппозиции «свой – чужой»: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки». Нижний Новгород, 2016. 24 с.
9. Cap P. Legitimation in Political Discourse: A Cross-Disciplinary Perspective on the Modern US War Rhetoric. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2011. 170 p.
10. Chilton P. Analyzing Political Discourse: Theory and Practice. L.: Routledge, 2004. 226 p.
11. Fetzer A., Lauerbach G. Political Discourse in the Media. Amsterdam: Benjamins, 2007. 379 p.
12. Forceville C. (1994). Pictorial metaphor in advertisements. Metaphor and symbolic activity. 1994. № 9 (1). P. 1–29.
13. Forceville C. & Urios-Aparisi E. Multimodal Metaphor. Berlin: Mouton de Gruyter, 2009.
14. Forker D. Multimodality in Discourse Analysis. 2012. URL: <https://prezi.com/w8toaztdn2aj/multimodality-in-discourse-analysis/>.
15. Jewitt C. Multimodality, “Reading”, and “Writing” for the 21st Century. Discourse: studies in the cultural politics of education. 2005. Vol. 26. No. 3.
16. Kress, G. and Leeuwen T. Van. Multimodal Discourse. Bloomsbury: Academic, 2001.
17. Kress G. and Van Leeuwen, T. Reading Images: The Grammar of Visual Design. London: Routledge, 2006.
18. Kress G. Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication. London: Routledge, 2010.
19. Landert D. Personalization in Mass Media Communication. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2014. – 294 p.
20. Nikishina E. Properties of the Addressee in the Speech Genre 'Reader's Letter to the Newspaper'. 2013. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2372025.
21. Sampson E. The image factor. L., 1994.
22. Tenscher J. Politik für das Fernsehen – Politik im Fernsehen – Theorien, Trends und Perspektiven. Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1998. P. 184–208.
23. Triandafyllidou A. The European Public Sphere and the Media. Europe in Crisis. Houndmills: Palgrave Macmillan, 2009. 210 p.