

Секция «Лингвистика: Текст и дискурс: проблемы анализа и интерпретации»

Реализация стратегий и тактик речевого воздействия в политическом дискурсе (на материале выступлений президента США Дональда Трампа после инаугурации)

Научный руководитель – Масгутова Марина Фаритовна

Тляумбетова Лилия Хусаиновна

Студент (бакалавр)

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

E-mail: liliatlyumbetova@gmail.com

Политика всегда притягивала к себе внимание общественности. Имидж государства, его взаимоотношения с другими странами и роль в мировом сообществе напрямую зависят от публичных выступлений, посредством которых политики обращаются к гражданам своей страны и к международному сообществу в целом. Для реализации этих задач политические деятели используют различные стратегии и тактики речевого воздействия, анализируя которые можно сделать прогнозы относительно дальнейших действий и намерений лидеров и выявить наиболее эффективные приемы воздействия на аудиторию.

Политический дискурс направлен на захват и удержание политической власти и предназначен для описания, убеждения и пробуждения в адресате определенных намерений посредством языка, который позволяет политику войти в личностную сферу реципиента с помощью приемов речевого воздействия.

Под речевым воздействием понимается влияние на индивидуальное или коллективное сознание [1]. Для его реализации используются различные коммуникативные стратегии и тактики.

Рассмотрим стратегии и тактики прямого речевого воздействия на примере выступлений президента США Дональда Трампа, а именно стратегию внушения и манипулятивную стратегию.

Под **внушением** понимается воздействие на подсознание и чувства человека, обеспечивающее косвенное воздействие на его волю и поведение. В рамках данной стратегии мы выделили тактику аргументирования, тактику навязывания мнения, тактику единения.

Тактика аргументирования выражается с помощью использования статистических данных, а также апелляции к мнению авторитетов, что делает информацию более убедительной и правдоподобной:

“had a 66-percent increase, and the governor of Minnesota said, Obamacare - the Affordable Care Act - is no longer affordable. . .” (... был отмечен 66-процентный рост, и губернатор Миннесоты. . . подтвердит, что. . .)

Помимо этого, американский президент использует в своей речи нарративы и прямое обращение к аудитории в целях повышения уровня доверия к себе, демонстрации соучастия.

Тактика навязывания мнения нацелена на внушение адресату определенной точки зрения, на изменение системы взглядов и ценностных ориентиров в сознании адресата, побуждению его к форме поведения, которую бы тот считал проявлением собственной воли. Эта тактика реализуется с помощью:

· **адъективных сочетаний и слов-интенсификаторов:**

“We were unbelievably successful in the election.” (... невероятно успешны...)

· **синонимов:**

“It’s the bad ones, we’re getting some very-very bad players out of this country: (drug) lords, gang members, heads of gangs, killers, murders. . .” (... Они - «плохие парни», а мы

выдворяем... «плохих парней» - наркоторговцев, убийц, бандитов и их главарей - из нашей страны...)

· лексических повторов:

“Together we will make America strong again, we will make America wealthy again, we will make America proud again, we will make America safe again - and yeah - we will make America great again.” (Вместе мы сделаем Америку снова сильной, ... богатой, ... уважаемой, ... безопасной, и да — мы сделаем Америку снова великой.)

Тактика единения используется для выражения единства взглядов и идей, сплоченности говорящего с аудиторией, поднятия духа и чувства национальной гордости. Эта тактика реализуется такими средствами, как:

· употребление личного местоимения *we*, притяжательного местоимения *our* и слов с положительной коннотацией:

“This is our chance to achieve great and lasting change for our beloved nation.” (Это наш шанс - добиться великих коренных преобразований для нашей горячо любимой нации.)

· использование лексического повтора:

“We share one heart, one home and one glorious destiny.” (Мы разделяем одно сердце, один дом и одну славную судьбу.)

В рамках **манипулятивной стратегии** используются приемы, направленные на убеждение человека в совершении незапланированных действий и принятии каких-либо решений, невыгодных и противоречащих его образу или недопустимых для него как личности [2]. В данной стратегии мы рассмотрим тактику обещания и тактику критики.

Тактика обещания реализуется с помощью промиссивных конструкций, выражающих намерение предпринять решительные действия по какому-либо насущному вопросу. Для этой тактики также характерно использование слов-интенсификаторов, усиливающих воздействие на адресата:

“I promise that our administration will always have your back. We will always be with you!” (Я обещаю, что наша администрация будет всегда на вашей стороне. Мы всегда будем с вами!)

С помощью **тактики критики** политик может умалить авторитет или значение заслуг и действий своих предшественников и соперников. Данная тактика реализуется посредством употребления адъективных сочетаний с негативной окраской и лексических повторов:

“Obamacare is a disaster, Obamacare is a failed disaster’s a disaster, dems would come begging to do something with it.” (Реформа здравоохранения Обамы - катастрофа, это настоящая катастрофа... это катастрофа...)

В дополнение к вышесказанному, выявлено употребление антонимов, сравнения и прямой, деструктивной критики:

“The leaks are real, but the news is fake.” («Утечки» правдивы, а новости - выдуманы.)

“[V. Putin] has been a leader, far more than our president has been.” (... он повел себя как лидер, в отличие от нашего президента.)

“I’m just telling you, you’re dishonest people.” (... вы - нечестные люди.)

Таким образом, в выступлениях Дональда Трампа доминантными являются стратегии внушения и манипуляции. Наиболее частыми способами их реализации являются промиссивные конструкции, слова-интенсификаторы и лексические повторы, которые делают высказывания президента США более яркими и запоминающимися.

Источники и литература

- 1) Паршин П.Б. Речевое воздействие и манипулирование в рекламе // Рекламный текст: семиотика и лингвистика. М., 2000. С. 123–127.

- 2) Шелестюк Е.В. Речевое воздействие : онтология и методология исследования. Дисс. ... д-ра филол. наук. Челябинск, 2009.