

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

В настоящей статье рассматривается стратегический аспект англоязычного политического дискурса. В основе коммуникативных актов политического дискурса лежит стремление воздействовать на аудиторию и побуждение ее к действиям, соответствующим целям и намерениям отправителя сообщения. Для политического дискурса, главной целью которого является оказание воздействия на адресата, основным в структуре речевого действия является перлокутивный акт, представляющий собой целенаправленное воздействие на мысли и чувства реципиента, провоцирующее изменение в сознании собеседника и определенную реакцию (изумление, недовольство, боязнь, гнев и т.д.). Модель «друг – враг» /«свой – чужой» является базовой семантической оппозицией политического дискурса с соответствующими положительными и отрицательными оценочными импликациями и коннотациями и лежит в основе построения его лингво-прагматических стратегий и тактик. Соответственно для политического дискурса характерны две противоположные функции: с одной стороны, он обеспечивает преемственность общественного развития посредством стратегии кооперации, направленной на консолидацию общественно-политических сил, достижение согласия и компромиссов, с другой стороны, он, исходя из групповых интересов, противопоставляет и разделяет общество на друзей и врагов, применяя стратегии конфронтации и конфликта. Современный политический дискурс, который становится менее толерантным и более агрессивным, не только отражает указанные социальные практики, но и влияет на них. Тем не менее, хотя стратегии и тактики речевого воздействия в эксплицитной или имплицитной форме представляют собой разновидность принудительного воздействия на реципиента, что

противоречит принципам и правилам эффективной коммуникации, повседневная коммуникативная практика является единственным способом избегания принуждения, достижения взаимопонимания и компромисса.

Ключевые слова: политический дискурс, стратегии и тактики, речевое воздействие, речевые акты, перлокутивный эффект, социальные практики.

UDC 81.42

<https://doi.org/10.25076/vpl.31.32.01>

S.A.Abrahamyan

Yervan State University

STRATEGIC ASPECT OF ENGLISH POLITICAL DISCOURSE

The article discusses a strategic aspect of English political discourse. The aim of communicative acts of political discourse is to influence the audience and to induce it to some actions which correspond to the aims and intentions of the sender of the message. For political discourse, the main goal of which is to influence the addressee, the perlocutive act is the main one in the structure of the speech act. It represents a purposeful influence on the thoughts and actions of the recipient and provokes the change in the interlocutor's consciousness and certain reaction (amazement, discontent, fear, anger, etc.). The model "friend - enemy" / "we - they" is the basic semantic opposition in political discourse with corresponding positive and negative value implications and connotations and lies in the basis of its linguopragmatic strategies and tactics. Correspondingly, political discourse is characterized by two opposing function: on the one hand, it secures continuity of social development by means of cooperation strategy directed towards consolidation of social and political forces and reaching consent and compromises, and, on the other hand, it opposes and divides the society on "friends" and "foes" implementing the strategies of confrontation and conflict. Modern political discourse, which is becoming less tolerant and more aggressive, not only reflects mentioned social practices, but also influences them. Nevertheless, though strategies and tactics of speech influence explicitly or implicitly

represent varieties of coercive influence on the recipient, which contradicts the cooperation principle and maxims of effective communication, everyday communicative practice is the only way to avoid coercion, reach mutual understanding and compromise.

Key words: political discourse, strategies and tactics, speech influence, speech acts, perlocutive effect, social practice.

Введение

Коммуникативные стратегии и тактики, посредством которых осуществляется речевое воздействие, представляют собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели. От целевой установки адресанта зависит выбор его речевой стратегии, например, принцип сотрудничества или кооперации предполагает использование речевых правил (максим) Г.П. Грайса (Грайс, 1985), а также принципа вежливости, которая в зависимости от социокультурных факторов может быть позитивной или негативной. Если установкой намерения является не сотрудничество, а конфронтация, что часто встречается в политической коммуникации, то основными речевыми стратегиями становятся не стратегии сотрудничества, а доминирования, речевой агрессии и дискредитации с соответствующими тактиками их осуществления.

Стремление воздействовать на собеседника, навязать ему свою точку зрения и спровоцировать желаемую реакцию, соответствующую интересам и целям отправителя сообщения, противоречит как Принципу Кооперации и поддерживающим его коммуникативным правилам Г.П. Грайса, так и теории коммуникативных действий Ю. Хабермаса (Хабермас, 2001). В настоящей статье рассмотрены некоторые лингвистические тактико-стратегические средства, применяемые в англоязычном политическом дискурсе, посредством которых обеспечивается как эксплицитное так и имплицитное воздействие на аудиторию, достижение стратегической цели и перлокутивного эффекта сообщения.

Материалы и методы

В настоящем исследовании на основе выступлений американских политических деятелей и, в частности, Д. Трампа, рассмотрены характерные для англоязычного политического

дискурса лингвистические стратегии и тактики речевого воздействия. В ходе работы применялись лингво-когнитивный, структурный, количественный, контекстуальный и дискурсивный анализы.

Результаты и обсуждение

В основе стратегий и тактик политического дискурса лежит базовая семантическая оппозиция свой /чужой, которая обуславливает наличие двух противоположных функций политического дискурса – обеспечения преемственности общественного развития посредством достижения компромисса между общественно-политическими силами, с одной стороны, и исходящего из групповых интересов противопоставления и разделения общества на друзей и врагов, с другой. Исследователи, занимающиеся проблемами политического дискурса, используют разные подходы к классификации стратегий и тактик построения политического дискурса. Некоторые исследователи выделяют следующие три основные стратегии политического дискурса – стратегию на понижение с соответствующими тактиками анализ-«минус», обвинения, обличения, оскорбления, угрозы; стратегию на повышение с поддерживающими тактиками анализ-«плюс», презентации, отвода критики: стратегию театральности с тактиками побуждения, размежевания, обещания и др. Выбор лексических единиц для реализации указанных стратегий определяется, главным образом, их прагматической направленностью на оказание воздействия на адресата с целью его убеждения, создания положительного образа «своих» и отрицательного образа «чужих» (Михалева, 2009).

Не трудно заметить, что указанные стратегии и тактики их реализации входят в противоречие с Принципом Кооперации и правилами речевого общения Г.П. Грайса, в том числе с правилом количества (quantity), требующим передачи оптимального количества информации, качества (quality) информации, требующим сообщать только то, что считаешь истинным и для чего у тебя есть достаточные основания; отношения (relevance), требующим быть определенным и не отвлекаться от темы (сообщаемое должно быть релевантным, т.е. как минимум иметь отношение к обсуждаемой проблеме); способа (manner), согласно которому высказывание должно быть ясным, недвусмысленным,

кратким по форме и последовательным. Между тем не все указанные принципы и правила, в том числе принцип вежливости, действуют в политическом дискурсе, который зачастую характеризуется конфликтностью и речевой агрессией, двусмысленностью высказываний и манипулятивностью.

Стратегический подход к использованию языка, который предполагает в первую очередь учет стратегических целей и интересов отправителя сообщения, по мнению некоторых ученых, препятствует взаимопониманию и согласию, достигаемых посредством свободной коммуникативной практики (Хабермас, 2001; Chilton, 2004).

П. Чилтон выделяет следующие три стратегические функции использования языка, которые преследуют цель оказания давления на собеседника и по сути препятствуют равноправному общению. Первая из них – это функция принуждения (coercion), которая включает в себя как языковые, так и неязыковые факторы и зависит от властных ресурсов отправителя сообщения (например, речевые акты, поддержанные санкциями, в том числе правовыми, например, приказы, законы, указы и т.д.; установление повестки дня собраний, определение тем выступлений, позиционирование себя и других в рамках определенных властных отношений, выдвижение предположений касательно реальных событий или ситуаций, которые слушающие хотя бы временно вынуждены принять для поддержания разговора или чтения текста; установление контроля за печатью и средствами массовой информации и т.д.). Важным средством использования языка в контексте принуждения собеседника к определенному ответу является «стратегическое стимулирование аффекта», в соответствии с которым определенные языковые структуры способны вызвать у адресата прогнозируемую реакцию.

Другой лингвистической стратегией речевого воздействия является стратегия легитимизации (legitimization), а также стратегия делегитимизации (delegitimization). Обе указанные стратегии носят принудительный характер, так как посредством языковых средств адресату навязываются представления о легитимности или нелегитимности того или иного объекта, действия или понятия. Т. ван Левен выделяет четыре основные дискурсивные стратегии легитимации социальных практик, в том

числе стратегию апелляции к авторитету (authorization), стратегию моральной оценки (moral evaluation), стратегию рационализации (rationalization) и мифопоэтическую стратегию (mythopoesis), причем каждая из них включает несколько субстратегий. Говоря о роли языка в легитимизации тех или иных действий, в том числе посредством локализации объекта легитимации на шкале «хорошо – плохо», Т. ван Левен приводит пример того, как выражение “axis of evil”, использованное Дж.У. Бушем в отношении своих врагов, фактически легитимизировало его агрессивную политику (Van Leeuwen, 2008, с. 110). Стратегия делегитимизации является противоположной стратегии легитимизации и предполагает представление «других» (иностранцев, внешних и внутренних врагов, институциональную оппозицию, неофициальную оппозицию и т.д.) в отрицательном свете. В качестве лингвистических средств реализации данной стратегии выступают слова и выражения, имеющие отрицательную коннотацию, а также речевые акты обвинения, осуждения, оскорбления и т.д.

Наконец, стратегии репрезентации (representation) и мисрепрезентации (misrepresentation) выполняют функцию контроля над информацией и в конечном счете над дискурсом. Такой контроль может быть количественным (quantitative) и качественным (qualitative). Первый представляет собой отказ от предоставления информации или ее предоставление в усеченном виде. Второй – может включать ложь и обман в качестве наиболее крайних проявлений, а также различного рода недомолвки, пропуски, отрицания, уклонения от называния вещей своими именами. Эвфемизмы не только заменяют слова, считающиеся неpolitкорректными, но и дают расплывчатую картину нежелательных с точки зрения адресанта событий, действий и явлений. Между тем, как отмечают исследователи, объективное представление реальности, в том числе социальных практик, является одной из основных функций дискурса и языка, требующей тщательного изучения (Chilton, 2004; VanLeeuwen, 2008).

Многие из указанных стратегий нашли отражение уже в первой речи Д. Трампа, произнесенной им в Нью-Йорке 16 июня 2015 г. по поводу своего выдвижения в качестве кандидата на пост президента страны. Причем языковая реализация использованных

стратегий была направлена в первую очередь на достижение их перлокутивного эффекта, провоцирования определенной реакции аудитории. Например, нижеприведенный отрывок из его речи преследует цель вызвать у избирателей чувство недоверия к политике демократов в вопросе иммиграции, а также чувство недоверия и даже страха по отношению к самим иммигрантам: “When Mexico sends its people, **they're not sending their best. They're not sending you. They're not sending you. They're sending people that have lots of problems, and they're bringing those problems with us. They're bringing drugs. They're bringing crime. They're rapists.** And some, I assume, are good people. But I speak to border guards and they tell us what we're getting. And it only makes common sense. It only makes common sense. **They're sending us not the right people. It's coming from more than Mexico. It's coming from all over South and Latin America, and it's coming probably – probably– from the Middle East.** But we don't know. Because we have no protection and we have no competence, we don't know what's happening. And it's got to stop and it's got to stop fast”.

Следующий отрывок из его речи также преследует цель вызвать у избирателей чувство недоверия к политике демократов на этот раз в экономической сфере, также как и чувство незащищенности, страха, недовольства и даже гнева: “And our real unemployment is anywhere from 18 to 20 percent. **Don't believe the 5.6. Don't believe it.** That's right. **A lot of people up there can't get jobs. They can't get jobs, because there are no jobs, because China has our jobs and Mexico has our jobs. They all have jobs.** But the real number, the real number is anywhere from 18 to 19 and maybe even 21 percent, and **nobody talks about it, because it's a statistic that's full of nonsense. /.../ Our country is in serious trouble. We don't have victories anymore. We used to have victories, but we don't have them. When was the last time anybody saw us beating, let's say, China in a trade deal? They kill us. I beat China all the time. All the time. When did we beat Japan at anything? They send their cars over by the millions, and what do we do? When was the last time you saw a Chevrolet in Tokyo? It doesn't exist, folks. **They beat us all the time. When do we beat Mexico at the border? They're laughing at us, at our stupidity. And now they are beating us economically. They are not our friend, believe me. But they're****

killing us economically. The U.S. has become a dumping ground for everybody else's problems. /.../ Our enemies are getting stronger and stronger by the way, and we as a country are getting weaker. Even our nuclear arsenal doesn't work”.

В противовес стратегии на понижение, которую Д. Трамп использовал в отношении своих оппонентов, по отношению к себе он активно использовал стратегию на повышение и тактику самопрезентации, выставляя себя в наиболее выгодном свете и позиционируя себя в качестве единственного кандидата, способного решить стоящие перед страной проблемы: “I would build a great wall, and **nobody builds walls better than me**, believe me, and I'll build them very inexpensively, I will build a great, great wall on our southern border. And I will have Mexico pay for that wall. /.../ Now, our country needs – **our country needs a truly great leader**, and we need a truly great leader now. **We need a leader that wrote "The Art of the Deal"**”.

Прагматический аспект политической коммуникации проявляется в выборе политиком такого стиля речи, который мог бы оказывать наибольшее воздействие на избирателя. Так, потенциальный электорат Д. Трампа состоял из простых, средних американцев, поэтому его речи отличались простотой изложения, использованием неформальной лексики, простых, кратких предложений, характерных для твиттеровского стиля, лексических и синтаксических повторов, параллельных синтаксических конструкций, способствующих запоминанию основных идей, всевозможных парцелляций, представляющих собой намеренное членение связной мысли на составляющие её части, что обеспечивало ее большее эмоциональное воздействие, облегчало ее восприятие и запоминание. Широкое использование таких лингвостилистических средств, как эпитет, часто используемый в контексте противопоставления «своих» и «чужих» (*smart - stupid*), гипербола (*I will be the greatest jobs president that God ever created*), краткие оценочные суждения (*Not good*), выражения и обороты, характерные для разговорного стиля, позволяло обеспечивать необходимый пафос и динамичность речи, уменьшало дистанцию между оратором и аудиторией, делало речь Д. Трампа понятной рядовому избирателю.

Одной из характерных особенностей стратегий современного политического дискурса является частое использование социальных сетей как способа прямого контакта с избирателями. Г. Энли, анализируя стратегии, используемые Д. Трампом и Х. Клинтон в социальных сетях и, в частности, в Твиттере, в ходе предвыборной кампании 2016 г. пришла к выводу, что в то время как стратегии, используемые Х. Клинтон, подтверждают мнения о профессионализации предвыборных кампаний, превращении их в технологии, стратегии, используемые Д. Трампом в ходе предвыборной кампании и характеризующиеся более любительским, но в тоже время более аутентичным, неподдельным и естественным стилем коммуникации указывают на депрофессионализацию и даже дилетантизм в качестве новой тенденции в политической коммуникации в противовес профессионализму (Enli, 2017).

Дж Лакофф, анализируя сообщения Д. Трампа в Твиттере, выявил следующие основные стратегии, используемые им в ходе президентской избирательной кампании: стратегия превентивного фрейминга (pre-emptive framing), стратегия отвлечения (diversion), стратегия отклонения (deflection), стратегия пробного шара (trial balloon) (<https://www.wnyc.org/story/taxonomy-trump-tweets/>).

А. Росс и Д. Риверс, проанализировав твиты Д. Трампа, выявили ряд примеров, соответствующих данным стратегиям:

Pre-emptive framing (цель – первым сконструировать фрейм относительно конкретной идеи): @realDonaldTrump – Only reason the hacking of the poorly defended DNC is discussed is that the loss by the Dems was so big that they are totally embarrassed!

Diversion (цель – отвлечь внимание от реальных вопросов): @realDonaldTrump – Meryl Streep, one of the most over-rated actresses in Hollywood, doesn't know me but attacked last night at the Golden Globes. She is a . . .

Deflection (цель – атаковать источник сообщения, изменение направления): @realDonaldTrump – Intelligence agencies should never have allowed this fake news to “leak” into the public. One last shot at me. Are we living in Nazi Germany?

Trial Balloon (цель – проверить реакцию общественности): @realDonaldTrump – The United States must greatly strengthen and

expand its nuclear capability until such time as the world comes to its senses regarding nukes.

Посредством анализа ключевых слов указанные авторы пришли к выводу, что наиболее часто Д. Трамп использовал стратегию отклонения (deflection), одной из целью которой являлась атака на средства массовой информации, их дискредитация в глазах общественности и представление себя в качестве единственного заслуживающего доверия источника информации. Ключевым словом в этой стратегии являлось слово “fake”, используемое главным образом в контексте новостей и средств массовой информации (Ross, & Rivers, 2018).

Стратегию отклонения (deflection), как и другие стратегии, указанные Дж Лакоффом, Д. Трамп использовал не только в своих твитах, но и в публичных выступлениях. Примером данной стратегии может служить следующий отрывок из его выступления в штате Монтана 5 июля 2018 г.: “And guess what you have now? Eight months, no nuclear testing, no missiles, no anything. Mike Pompeo is over there right now. And they – they – they say, “He” – meaning me, these guys, **the crooked press**, they are so **dishonest. They are so dishonest. Fake news. They're fake news media. /.../ Fake news. Bad people. /.../** And you really do, you really – and I tell you what. Because I see it. I see the way they write. **They're so damn dishonest.** And I don't mean all of them, because some of the finest people I know are journalists. Really. Hard to believe when I say that. I hate to say it, but I have to say. **But 75 percent of those people are downright dishonest. Downright dishonest. /.../**No, no, when you see **the Times, how dishonest they are**, when you see **the Washington Post, how totally dishonest** – when we leave – and I actually say this: they are all doing numbers that they've, like, never done”.

Как видим, стиль данной речи Д. Трампа мало чем отличается от его твитов. Согласно Б. Отту, стиль речей Д. Трампа как нельзя лучше совпадает со стилем Твиттера и характеризуется простотой, импульсивностью и невежливостью. Он часто использует риторические вопросы и восклицательные предложения в качестве персуазивных средств и нередко прибегает к оскорблениям и запугиванию. Он говорит простым, естественным языком, часто использует повторы, короткие предложения и односложные слова типа “good”, “bad”, “sad”, что делает его речь более доступной для

среднего избирателя. Таким образом, эра Твиттера и других социальных сетей не только отражает социальные практики, но и влияет на них, в данном случае на политический дискурс, который становится менее политкорректным и все более конфронтационным и нетолерантным.

Выводы

Проведенное исследование показало, что для политического дискурса внутри данного лингвокультурного сообщества характерны две противоположные функции: с одной стороны, он обеспечивает преемственность общественного развития посредством достижения компромиссов между общественно-политическими силами, с другой стороны, он, исходя из групповых интересов, противопоставляет и разделяет общество на друзей и врагов. Модель «друг – враг» / «свой – чужой» является базовой семантической оппозицией политического дискурса с соответствующими положительными и отрицательными оценочными импликациями и коннотациями и лежит в основе построения стратегий и тактик политического дискурса внутри отдельно взятого лингвокультурного сообщества.

Стратегический характер политического дискурса, для которого характерен прагматический подход, превалирование групповых интересов, речевая агрессия, использование конфронтационной риторики и разных манипулятивных практик, входит в противоречие с разработанной Ю. Хабермасом теорией коммуникативных действий. Вышеуказанные характеристики политического дискурса противоречат также принципу кооперации и коммуникативным правилам, сформулированным Г.П. Грайсом. Тем не менее, как отмечает Ю. Хабермас, «повседневная коммуникативная практика позволяет достичь взаимопонимания с учетом притязания на значимость – и это единственная альтернатива более или менее насильственному воздействию людей друг на друга» (Хабермас, 2001, с. 33).

Литература

1. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып.16. – Лингвистическая прагматика. – М., 1985. – С.217-237.
2. Михалева О.Л. Политический дискурс: Специфика

- манипулятивного воздействия. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.
3. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – Санкт-Петербург: Изд-во «Наука», 2001.
 4. Ross A.S., Rivers D.J. Discursive Deflection: Accusation of “Fake News” and the Spread of Mis- and Disinformation in the Tweets of President Trump // *Social Media + Society*. – 2018. – №4(2). – Pp. 1-12
 5. Chilton P. *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. – London: Routledge, 2004.
 6. Enli G. Twitter as arena for the authentic outsider: Exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election // *European Journal of Communication*. – 2017. – №32. – Pp. 50–61. doi:10.1177/0267323116682802
 7. Ott B. L. The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*. – 2017. – 34. – Pp. 59–68. doi:10.1080/15295036.2016.1266686
 8. Van Leeuwen T. *Discourse and Practice: New tools for critical discourse analysis*. – Oxford: Oxford University Press, 2008.

References

- Grice, H.P. (1985). Logika i rechevoe obschenie [Logics and speech communication]. In *Novoje v zarubezhnoj lingistike. Vol. 16. Lingvisticheskaya pragmatika* (pp. 217-237). Moscow.
- Mikhaleva, O.L. (2009). *Politicheskij diskurs: Spetsifika manipulativnogo vozdejstviya* [Political discourse: Specificity of manipulative influence]. Moscow: Knizhnyj dom «LIBROKOM».
- Habermas, J. (2001). *Moral'noe soznanie i kommunikativnoe dejstvie* [Moral consciousness and communicative action]. Saint Petersburg: Nauka.
- Ross, A.S., & Rivers, D.J. (2018). Discursive Deflection: Accusation of “Fake News” and the Spread of Mis- and Disinformation in the Tweets of President Trump. *Social Media + Society*, 4(2), 1-12.
- Chilton, P. (2004). *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. London: Routledge.
- Enli, G. (2017). Twitter as arena for the authentic outsider: Exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US

- presidential election. *European Journal of Communication*, 32, 50–61. doi:10.1177/0267323116682802
- Ott, B.L. (2017). The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*, 34, 59–68. doi:10.1080/15295036.2016.1266686
- Van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and Practice: New tools for critical discourse analysis*. Oxford: Oxford University Press.

УДК 372.881.111.1

<https://doi.org/10.25076/vpl.31.32.02>

А.П. Авраменко, В.Н. Шевченко

**Московский государственный университет имени М.В.
Ломоносова**

ИНСТАГРАМ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

В данной статье подробно рассматривается вопрос интеграции учебного профиля социальной сети Инстаграм в образование. Дидактический потенциал сервиса позволяет внедрять его для преподавания различных дисциплин. В работе проведен глубокий анализ образовательного потенциала социальной сети Инстаграм как одной из составляющих технологии Веб 2.0., приведены ее дидактические свойства и функции. Так, интерактивность, мультимедийность, доступность, многоязыкие и другие характеристики Инстаграм делают его удобным инструментом для всех участников учебного процесса. В первую очередь авторами отмечены возможности, предоставляемые сервисами Веб 2.0. для преподавания иностранных языков. На примере курса по подготовке к олимпиадам приводятся возможные форматы заданий на развитие языковых навыков и речевых умений. Далее в статье представлено описание эксперимента по внедрению Инстаграм в обучение английскому языку, проведенного среди учеников 10-11 классов, а также на основе анализа результатов эксперимента сделаны выводы об эффективности данного сервиса для развития коммуникативной и социокультурной компетенций школьников старших классов.

Ключевые слова: ИКТ в образовании, Инстаграм, Веб 2.0,