# 

# Система стратегий речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов

План работы

1 Агональность как семиотическая константа политического дискурса

2 Базовый уровень. Интродуктивная стратегия

3 Взаимодействие в агональном диалоге. Варьирующая и аддитивная стратегии

Библиография

# 1 Агональность как семиотическая константа политического дискурса

Агональность является, по мнению Е.И. Шейгал, одной из составляющих функциональной триады политического дискурса, включающей, кроме того, ориентацию и интеграцию. «Эта функциональная триада проецируется на базовую семиотическую оппозицию политического дискурса «свои - чужие»: ориентация есть не что иное, как идентификация агентов политики (кто есть кто? где свои и где чужие?), интеграция – сплочение «своих» против «чужих», агональность – борьба против «чужих» и за «своих» (Шейгал 2000: 121). Е. И. Шейгал предлагает структурировать жанровое пространство политического дискурса в соответствии с данной функциональной триадой, классифицируя жанры «по характеру ведущей интенции». Так, к ориентационным жанрам относятся партийная программа, конституция, указ, соглашение и др. Фатика ориентации признается ведущей в таких ритуальных жанрах как инаугурационная речь, юбилейная речь, традиционное радиообращение. Агональными жанрами считаются жанры лозунга, рекламной речи, предвыборных теледебатов и парламентских дебатов (Шейгал 2000: 270).

Речевое взаимодействие в таком агональном жанре политического дискурса, как предвыборные теледебаты, организовано вокруг конфликта целей участников. Коммуникация в рамках данного жанра направлена на разрешение этого конфликта, однако речь при этом не идет о компромиссе. Говоря о разрешении конфликта целей участников диалога, мы имеем в виду, что каждый из них стремится к достижению своей цели – убедить избирателей в том, что именно он является идеальным кандидатом на пост президента. Жанр парламентских дебатов включает агональность как один из составляющих компонентов своей функциональной структуры, однако обсуждение вопросов в парламенте не всегда характеризуется острой полемикой. Однако, мы также считаем этот жанр одним из прототипных агональных жанров политического дискурса в силу того, что парламентские дебаты отражают столкновение различных мнений по поводу важнейших вопросов в жизни страны. Оба жанра являются, по нашему мнению, жанрами стратегической коммуникации, поскольку они не только организованы вокруг конфликта целей своих участников, но и представляют собой игровые формы: взаимодействие в рамках этих коммуникативных форм ограничено в пространстве и времени, характеризуется наличием заранее установленных и добровольно принимаемых участниками правил и возможностью победы. Кроме того, взаимодействие в рамках данного жанра предполагает использование коммуникантами речевого воздействия в качестве орудия достижения своих целей.

Анализ текстов двух названных жанров дал нам возможность убедиться в том, что изначальная агональность данных жанров поддерживается системой стратегий речевого воздействия, реализуемой коммуникантами. В этой системе мы в самом общем виде выделяем базовый стратегический уровень, характерный как для воздействия в диалогических, так и в монологических текстах, и второй и третий стратегические уровни, наличие которых обусловлено свойствами агонального диалога: взаимодействием в борьбе. Обратимся к свойствам уровневой системы стратегий речевого воздействия более подробно.

Анализ речевого воздействия проводился в двух плоскостях. С одной стороны, нас интересовал операциональный аспект реализации стратегий и тактик в дискурсе, и для достижения этой цели применялись методы, требующие рассмотрения языковых единиц в статике: анализ словарных дефиниций, семантическое моделирование. С другой стороны, тема исследования предполагала также описание особенностей взаимодействия коммуникантов в диалоге, что потребовало обращения к динамическому аспекту реализации стратегий воздействия.

В агональных жанрах политического дискурса параметры деятельности речевого воздействия определяются темпоральной структурой диалога. С одной стороны, говоря о речевом воздействии в деятельностном аспекте, мы предполагаем его системность, то есть, внутреннюю корреляцию составляющих его компонентов. С другой стороны, диалог разворачивается линейно, что создает необходимость для коммуникантов совершать действия, направленные не только на модификацию фрагментов знания аудитории, но и на нейтрализацию эффекта воздействия речи оппонента.

Модификация знания аудитории, представляющая собой основную цель речевого воздействия, организует стратегию базового уровня. Ее планируемый результат – встраивание определенных пропозиций в структуру знания реципиента. Встраиваемые пропозиции таким образом модифицируют структуру концептов, чтобы обеспечить нужные изменения в поведении реципиента. Выбор модифицируемых концептов осуществляется субъектом воздействия по признаку релевантности: он стремится изменять те фрагменты знания реципиента, на которые тот опирается при определении своих будущих действий.

Стратегия базового уровня реализуется в трех тактиках, выделяемых на основании того, какая из составляющих концепта – понятийная, образная или ценностная – подвергается модификации. Эта стратегия получает в данной работе название интродуктивной стратегии по следующей причине. Исследование показало, что данная стратегия используется коммуникантами для первичного ввода информации: она оказывается достаточной для того, кто говорит первым в диалогическом единстве или после смены темы. Коммуникант, говорящий вторым (третьим и т. д.), должен не только вводить информацию, но и нейтрализовать эффект воздействия речи своего оппонента. Для этого он может использовать одну из стратегий более высокого уровня. Интродуктивная стратегия реализуется говорящим в трех тактиках: тактике понятийной категоризации, тактике образной категоризации и тактике ценностной ориентации, используемыми для модификации, соответственно, понятийной, образной и ценностной составляющей концептов.

Стратегия второго уровня, помимо основной цели речевого воздействия (объединяющей ее с интродуктивной стратегией), то есть, модификации определенных фрагментов знания реципиентов, преследует также особую цель, определяющуюся ситуацией агонального диалога, и состоящую в минимизации эффекта воздействия, оказанного речью оппонента говорящего. Эта стратегия получила в нашей работе название варьирующей стратегии. В самом общем виде ее назначение можно описать как контроль над качеством подаваемой оппонентом информации. Этот контроль осуществляется посредством двух тактик: тактики верификации и тактики метаязыкового комментирования.

Наконец, третий (высший) уровень образует аддитивная стратегия, имеющая три цели. Первая из этих целей - модификация определенных фрагментов знания реципиентов - объединяет ее со стратегией базового уровня, то есть, с интродуктивной стратегией. Первая (см. выше) и вторая из целей (минимизация эффекта воздействия речи оппонента) присущи также стратегии второго уровня, то есть, варьирующей стратегии. Однако, существует и третья цель, специфическая для стратегии третьего уровня, заключающаяся в замене компонентов знания реципиента новым знанием. Достижение этой цели оказывается возможным в силу того, что, нейтрализуя эффект воздействия речи своего оппонента, говорящий убирает встроенное этой речью знание, что создает возможность заполнения «опустевшего» пространства.

Стратегия третьего уровня реализуется двумя типами тактик, отражающими два возможные пути приращения информации в диалоге. Первую тактику, состоящую в сообщении новых фактов, относящихся к ситуации, мы назвали тактикой введения новых фактов. Вторая тактика в составе данной стратегии, получившая название тактики введения нового аспекта, заключается в том, что фактам и явлениям, информация о которых сообщается в речи оппонента, придается новый смысл путем введения нового угла рассмотрения проблемы.

Таким образом, стратегия каждого последующего уровня имеет свою собственную цель, но одновременно достигает и целей, характеризующих стратегии более низких уровней. Иными словами, и нейтрализация воздействия речи оппонента, и информационный контроль предполагают изменение знания объекта воздействия о вещах и ситуациях, а информационный контроль всегда направлен также и на нейтрализацию эффекта воздействия слов оппонента.

Таблица 1

Система стратегий речевого воздействия в жанре президентских предвыборных теледебатов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Уровень | Стратегия | Цели |
| Первый | Интродуктивная | * сообщение информации (1) |
| Второй | Варьирующая | * сообщение информации; * разрушение установленных речью оппонента смысловых связей (2) |
| Третий | Аддитивная | * сообщение информации; * разрушение установленных речью оппонента смысловых связей; * встраивание новых смысловых связей на место разрушенных (3) |

Приведенная система отражает агональный характер коммуникации в анализируемых жанрах: оппоненты не просто сообщают некоторую информацию аудитории с целью воздействовать на нее, но и – также посредством сообщения информации – стремятся разрушить установленные речью оппонента смысловые связи, осуществить «разрыв семантических сетей» - по терминологии О. С. Иссерс. Кроме того, говорящие стремятся к тому, чтобы на месте разрушенных смысловых связей установить новые – что также делается в целях оказания воздействия на аудиторию. Здесь мы видим аналогию с борьбой (agon –греческое слово, означающее борьбу, состязание) в самом широком смысле: оппоненты наносят друг другу «информационные удары», причем каждый из них стремится произвести на аудиторию впечатление, что он интеллектуально сильнее своего противника, демонстрируя уровень осведомленности, профессионализм, умение отстаивать собственную точку зрения, умение отреагировать на выпад противника и т. д.

В целом, можно говорить о том, что речевое воздействие в таких жанрах осуществляется говорящими по законам, сформулированным в психологии для деятельности. Оно представляет собой систему действий, организованную определенной мотивацией, а именно: произвести на избирателей впечатление лучшего кандидата на пост президента страны. Поскольку же убедить аудиторию голосовать за одного кандидата (при наличии нескольких других, не менее достойных – и так же стремящихся к данной цели) не является задачей, выполняемой непосредственно, то есть, в одно действие, то возникает необходимость в том, чтобы кандидаты боролись за голоса избирателей. Исключение насильственных методов борьбы предполагает борьбу «в игровом формате», то есть, наличие в культуре некоторой игровой формы (по Й. Хёйзинге), позволяющую кандидатам на пост президента «состязаться в премудрости» на глазах у избирателей, которые и определят победителя. Наличие таких параметров ситуации как конфликт целей, игровая форма разрешения этого конфликта, а также ограниченность средств его разрешения средствами речевого воздействия являются, как уже говорилось, конституирующими признаками стратегического дискурса. Соответственно, такие агональные жанры политического дискурса как предвыборные теледебаты и парламентские дебаты можно признать прототипными жанрами стратегического дискурса в политике.

Обратимся к более подробному описанию структуры деятельности речевого воздействия, то есть, системы стратегий и тактик речевого воздействия, применяемых говорящими в агональных жанрах политического дискурса.

## 2 Базовый уровень. Интродуктивная стратегия

Стратегия воздействия представляет собой особый образ оперирования единицами языка с тем, чтобы создать предпосылку для изменения знания реципиента. Если принять за исходное предположение о том, что информационными единицами, составляющими концепт, являются пропозиции (З. Д. Попова, И. А. Стернин), то модификация концепта, соответственно, происходит за счет встраивания новых пропозиций в структуру знания реципиента.

Анализ структуры номинаций в текстах парламентских дебатов позволяет говорить о трех направлениях стратегического воздействия на концепты: воздействие на понятийную, образную и ценностную составляющие. Соответственно, выделяются три тактики в составе данной стратегии: тактика понятийной категоризации, тактика образной категоризации и тактика ценностной ориентации.

### Тактика понятийной категоризации.

Тактика понятийной категоризации направлена на модифицирование понятийной составляющей релевантных для ситуации воздействия концептов. Эта тактика включает как предицирование, либо противопоставление, определенных признаков структуре вещей и ситуаций, так и отождествление (противопоставление) объектов одного уровня (вещи с вещью, ситуации с ситуацией), - и собственно категоризацию, то есть, отнесение объекта к определенной группе сущностей, объединенных по некоторому признаку, либо отрицание такой отнесенности.

Пример 1

Во время обсуждения статей обвинения, предъявленных Б. Клинтону по «делу Левински» члены парламентского комитета, принадлежащие к той же (Демократической) партии, что и сам президент, использовали следующие дефиниции для категоризации понятия импичмента:

«a peaceful procedure…

… for protecting the nation …

… by providing a constitutional means…

… for removing a president…

… who would misuse his presidential power to make himself a tyrant… »;

«the political equivalent of the death penalty…

… with grave consequences for the nation…»,

«… overturning a national election…»,

«…a constitutional crisis…»

В данных дефинициях актуализируются следующие составляющие понятийного содержания концепта «импичмент»:

1. сущность: «политический эквивалент смертной казни», «аннулирование национальных выборов»,

2. функция: «защита нации от тиранов»,

3. процедура: «обеспечение конституционного механизма снятия президента», «мирная процедура защиты»,

4. последствия: «серьезные последствия для нации», «конституционный кризис».

Для определения этого понятия демократы также используют операцию противопоставления, не только ограничивая понятийное содержание концепта «импичмент», но автоматически приписывая своим оппонентам, представителям республиканской партии, определенное понимание этого концепта.

Пример 2

Понятие «импичмент» описывается следующими отрицательными дефинициями:

«… not a means to punish a president for personal wrongdoing…»,

«… not a punishment for crimes…»,

«… not a crafty way for Congress to be able to remove a president… »,

«… not some routine punishment for presidents who fall short of our expectations…»

Приведенные примеры позволяют сделать вывод о том, что в речи представителей Демократической партии активируются (посредством вербализации) отдельные слоты фрейма «импичмент», причем активации подвергаются именно те слоты, которые содержат информацию о свойствах процедуры импичмента, противоречащих компонентам реальной ситуации. Так, в слоте «функция» активируется компоненты «защита» и «тиран» как достаточная причина для импичмента. Слоты «сущность» и «последствия» содержат информацию о таких свойствах процедуры импичмента («аннулирование национальных выборов», «политический эквивалент смертной казни»), которые явно не соответствуют серьезности обвинений, предъявляемых Б. Клинтону.

Итак, представители Демократической партии, реализуя тактику понятийной категоризации в своих высказываниях, таким образом представляют понятийное содержание концепта импичмент, что сопоставление с ним имеющихся против Б. Клинтона обвинений предполагает вывод о недостаточности последних.

Примечательно, что представители Республиканской партии избегают каким-либо образом касаться содержания концепта «импичмент», либо вступать в стратегическое взаимодействие с Демократами по этому поводу.

### Тактика образной категоризации

Воздействующая сила метафоры сравнительно давно и успешно используется в психотерапии. (Мегентесов 1997: 32). Э. Р. Лассан, вслед за Дж. Лакоффом, определяет нахождение базовой метафоры как один из этапов порождения публицистического текста (Лассан 1995). Анализ жанров парламентских дебатов и предвыборных теледебатов дает основания говорить о тактике образной категоризации как об одной из тактик в структуре интродуктивной стратегии речевого воздействия. Эта тактика направлена на модификацию образных составляющих отдельных концептов в сознании реципиента при помощи присвоения им метафорических номинаций, а также построения развернутых метафор.

Пример 3

Во время обсуждения статей обвинения, предъявленных Б. Клинтону по «делу Левински» члены парламентского комитета, принадлежащие к той же (Демократической) партии, что и сам президент, использовали следующие метафорические описания процедуры импичмента:

«We stand poised on the edge of a constitutional cliff staring into the void below into which we have jumped only twice before in our history. Some encourage us to take this fateful leap, but I fear that we are about to inflict irreparable damage on our nation if we do…»,

«…this political game of chicken…», -

и ситуации вокруг этого дела об импичменте:

«There is something Alice-in-Wonderland-like, watching someone so smart and so skilled, so admired by the American people for his intellect and his talents, digging himself deeper and deeper and deeper into a rabbit hole, and us along with him…»

Метафоры, используемые Демократами для модификации (или создания) образной составляющей концепта «импичмент», содержат указание на движение вниз (jumped + into…the void below, leap, digging deeper and deeper…) и в неизвестность (void, rabbit hole), сопряженное с серьезной опасностью (game of chicken). Как первая, так и вторая составная метафора содержат указание на то, что эта ситуация касается всей нации (we, our nation, and us along with him).

Пример 4

В предвыборных теледебатах (3) 1992 года (19.10.92) независимый кандидат Росс Перо, являвшийся противником действующего президента Дж. Буша и губернатора штата Арканзас Билла Клинтона, использует следующую метафору для определения финансового положения в стране:

«Our challenge is to stop the financial bleeding. If you take a patient into the hospital that’s bleeding arterially, step one is to stop the bleeding. And we are bleeding arterially».

Данный пример демонстрирует применение тактики образной категоризации для обвинения действующей власти в неграмотной финансовой политике. США в данном высказывании сравнивается с пациентом, у которого открылось «артериальное финансовое кровотечение», причем Росс Перо рассуждает о способах «лечения» как профессиональный врач, создавая в сознании аудитории образ тяжело больного человека (США), которого врач (сам Р. Перо) советует срочно отправить в больницу (выбрать Р. Перо президентом США).

### Тактика ценностной ориентации

Тактика ценностной ориентации является средством модификации ценностной составляющей концептов. При ее реализации говорящие ориентируются на общие для их культуры ценности, соотнося, либо противопоставляя объекты реальности тем или иным ценностным доминантам культуры.

Пример 5

Высказывания представителей Демократической партии о сущности импичмента содержат следующие ценностные характеристики этого явления:

Impeachment …

«… is overturning the will of the American people…»,

«… could seriously weaken the office of the presidency…»,

«… is a means to protect our constitutional system…»,

«… the people's will … overridden and the government overthrown…»

Таким образом, процедура импичмента связывается Демократами с нарушением некоторых ценностных установок культуры, таких как демократия (the people’s will overridden) и сильная Америка (could seriously weaken the office of presidency).

В целом, можно говорить о том, что представителям Демократической партии удалось в своих высказываниях таким образом представить все составляющие концепта «импичмент», чтобы достичь своей стратегической цели, а именно: убедить своих оппонентов в серьезности такого шага и в его неадекватности реальной ситуации. Примечательно, что представители Республиканской партии, которые, сообразуясь с собственными стратегическими целями, ни разу не обращались в своих речах к концепту «импичмент», характеризовали поведение президента, противопоставляя его американским ценностям вообще, а также – ценностной доминанте «truth».

Таким образом, можно говорить о регулярном и системном проявлении тактики ценностной ориентации в анализируемом тексте, где она становится одним из основных стратегических средств воздействия.

Пример 6

В предвыборных дебатах (1) 2000 года (03.10.00) ныне действующий президент Дж. Буш младший, говоря о различии между его собственной предполагаемой политикой и предполагаемой политикой его оппонента, А. Гора, действующего (на момент выборов) вице-президента, определяет, по сути, различие между ценностными установками и приоритетами, присущими политике двух партий, к которым принадлежат кандидаты:

A difference between big exploding federal government that wants to think on your behalf and a plan that meets priorities and liberates working people to be able to make decisions on your own.

Противопоставляя основные программные установки двух партий, Дж. Буш затрагивает такие доминантные ценности американской культуры как свобода и демократия. Он ассоциирует политику своей партии с этими ценностями: (plan that meets priorities and liberates working people to be able to make decisions on your own), противопоставляя им программу демократической партии: (big exploding federal government that wants to think on your behalf).

Пример 7

В предвыборных дебатах (2) 2000 года (11.10.00.) Дж. Буш, отвечая на вопрос о том, каким, по его мнению, должно быть отношение к США в других странах, в частности сказал:

If we’re an arrogant nation, they’ll resent us. If we’re a humble nation but strong they’ll welcome us. And …our stands alone right now in the world in terms of power and that’s why we have to be humble. And yet project strength in a way that promotes freedom.

В данном высказывании тактика ценностной ориентации опирается на ценности, взятые из различных сфер человеческой жизни: сила (strong), являющаяся ценностью с точки зрения государства, объединяется в данном высказывании с христианской ценностью смирения (humble). Буш также дистанцируется от высокомерия (arrogant), являющегося вариантом греха гордыни, противопоставленного в христианстве смирению. Наконец, Дж. Буш апеллирует к ценности свободы (freedom), которую можно отнести к категории гражданских ценностей. Свобода, по Дж. Бушу, вытекает из силы, что является, по нашему мнению, отражением его стремления примирить государственную ценностную ориентацию на власть и господство с религиозными и гражданскими ценностями. Данный пример демонстрирует стремление к соединению разнородных ценностей с тем, чтобы привлечь на свою сторону большее количество сторонников.

## 

## 3 Взаимодействие в агональном диалоге. Варьирующая и аддитивная стратегии

Здесь мы опишем стратегии и тактики, необходимые для речевого воздействия в ситуации говорения, в которой коммуниканты взаимодействуют друг с другом в диалоге. К основной цели говорящих (которой мы считаем модификацию фрагментов знания) в случае использования варьирующей информационной стратегии добавляется разрушение установленных речью оппонента смысловых связей, а в случае аддитивной стратегии – еще и встраивание новых связей на место разрушенных.

### Варьирующая стратегия: тактики верификации и метаязыкового комментирования.

В самом общем виде задача тактики верификации может быть определена как уличение оппонента во лжи. Эффект нейтрализации воздействия, оказанного на аудиторию речью оппонента, достигается здесь за счет разрушения доверия к словам уличаемого, что делает данную тактику весьма эффективным стратегическим орудием в коммуникации. Проанализированный материал дает возможность выделить две группы операций, относящихся к верификации как информационной тактике. В первом случае имеет место выделение некоторого эталона истинности (статистические данные, законы логики, исторические факты, общеизвестные истины и т. д.) и указание на несоответствие информации, подаваемой оппонентом, выделенному эталону. Во втором случае имеет место указание на внутреннюю противоречивость доводов оппонента, проводимое путем сличения некоторых его высказываний, сделанных в разное время. В данном случае мы имеем дело с реализацией тактики верификации через сопоставление высказываний.

Пример 8

В предвыборных теледебатах (1) 2000 года (03.10.00) между оппонентами (Дж. Буш младший и А. Гор) возникает полемика по поводу того, чья налоговая политика будет точнее соответствовать интересам американского народа. А. Гор использует следующие доводы для подтверждения идеи о том, что план Буша несправедлив по отношению к среднему классу американцев:

«The governor used the phrase phony numbers, but if you look at the plan and add the numbers up, these numbers are correct…»

Для подтверждения отрицательной оценки плана своего оппонента А. Гор отсылает аудиторию к самому документу как эталону истинности.

Пример 9

В предвыборных теледебатах (2) 1988 года (13.10.88.) кандидат в президенты от Демократической партии Майкл Дукакис, реагируя на речь своего оппонента Дж. Буша старшего, в частности, говорит:

«… we’ve just had another example of why Vice President’s mathematics just don’t add up…»

В данном примере видим противопоставление данных, приводимых вице-президентом, которые М. Дукакис называет «математикой вице-президента», то есть, неаккуратно (или недобросовестно) приводимой статистики, и математики как эталона истинности. Критерий разграничения этих двух сущностей следующий: «математика вице-президента», в отличие от математики вообще, «просто не сходится» (just don’t add up).

Пример 10

В предвыборных теледебатах (1) 1960 года (26.09.60) сенатор Джон Кеннеди, говоря об одном из законопроектов, таким образом определяет причину того, что он не был принят:

«It failed because the House did not pass it and the House failed by eleven votes» -

- , имплицируя при этом роль одной трети Республиканцев в Сенате, которые, вместе с президентом, представителем Республиканской партии (обладающим правом вето), по его словам, могут обеспечить непринятие любого законопроекта. Для того, чтобы показать несостоятельность этого объяснения, вице-президент Никсон сопоставляет его с математическими расчетами:

«I don't see how it's possible for a one-third of a body, such as the Republicans have in the House and the Senate to stop two-thirds, if the two-thirds are adequately led».

В данном случае имеем весьма интересный случай тактики верификации, используемой для того, чтобы ввести аудиторию в заблуждение. Доводу Д. Кеннеди о том, что одна треть Республиканцев в Парламенте обеспечивает президенту-Республиканцу возможность наложить вето практически на любой законопроект, Р. Никсон противопоставляет весьма разумное на вид утверждение о том, что одна треть не может пересилить две трети, - и добавляет: при условии, что две трети хорошо организованы, намекая на разрозненность Демократической партии. Однако, такое утверждение является софизмом, поскольку Р. Никсону известно – и Д. Кеннеди упоминает об этом, - что для наложения президентом вето достаточно одной трети голосов плюс один голос либо в Сенате, либо в Палате представителей. Тактика верификации, использующая здравый смысл как эталон истинности, является здесь примером средства введения аудитории в заблуждение.

Пример 11

В предвыборных теледебатах (2) 1988 (13. 10. 88.) кандидат от демократической партии М. Дукакис (губернатор штата Массачусетс) в ответ на слова своего оппонента, (тогда) действующего вице-президента Дж. Буша старшего, о том, что в штате Массачусетс деньги из фонда социальной защиты были потрачены на другие проекты, заявляет:

«(Margaret, may I go back and just say to the vice president that) I didn’t raid the pension fund in Massachusetts, you’re dead wrong, George, we didn’t do that. As a matter of fact I’m the first governor in the history of my state to fund that pension system and I’m very proud of that».

Из данного примера видно, что в качестве эталона применяется «истинное положение вещей», то есть, такое положение вещей, которое представляется говорящим как истинное. Самим фактом опровержения слов Дж. Буша М. Дукакис создает противопоставление того, что говорит Буш (план наличного), и того, что было «на самом деле» (план истинного). В качестве эталона истинности в данном случае применяется исторический факт (As a matter of fact I’m the first governor in the history of my state to fund that pension system…).

По тому факту, что Буш не возвращается к этой теме в дальнейшем в ходе дебатов, можно судить об эффективности тактики Дукакиса: он нейтрализовал действие слов своего оппонента и указал на неистинность его утверждения, что отдаляет представление аудитории о его оппоненте от прототипического представления об идеальном президенте.

Рассмотрим другую группу операций, входящих в тактику верификации, а именно – уличение оппонента во лжи путем сопоставления двух его высказываний. Потенциал воздействия подобных сопоставлений состоит в «раскрытии» некоторого несоответствия между тем, что говорится (план наличного), и тем, что имеет общепризнанный статус истинного, например, математические расчеты, исторические факты или логические законы (план истинного). Факт сопоставления ведет аудиторию к «самостоятельному» заключению о том, что сказанным словам не стоит верить, что влечет за собой разрушение смысловых связей, установленных ранее речью оппонента субъекта воздействия. При достаточной частотности применения данной тактики, возможно достижение эффекта обобщения: аудитория может сделать вывод о том, что словам этого человека вообще не стоит верить.

Пример 12

В предвыборных теледебатах (3) 1992 (91. 10. 92.) действующий президент Дж. Буш старший таким образом реагирует на слова губернатора штата Арканзас Б. Клинтона:

«… he doesn’t like trickle down government but I think he’s talking about the Reagan-Bush years where we created 15 million jobs…

…Governor Clinton keeps talking about trickle down, trickle down, and he’s still talking about spending more and taxing more…»

В первой части реплики налицо использование тактики сопоставления с эталоном, в качестве которого на этот раз служат статистические данные. Но вторая часть содержит сопоставление иного рода: это сопоставление различных высказываний Б. Клинтона, противоречащих друг другу (в интерпретации Дж. Буша).

В качестве стратегического средства нейтрализации доводов оппонента участники предвыборных теледебатов нередко прибегают также к метаязыковому комментированию. Данный термин заимствован нами из работ И. Т. Вепревой. Суть тактики метаязыкового комментирования в том, что для разрушения смысловых связей, установленных речью оппонента, говорящий прибегает к рефлексии по поводу этой речи. Такие лексемы как «эвфемизм», «преувеличение», «софизм», «эмоциональный» (в отношении чьего-то высказывания), «наукообразный» и т. д. – то есть, термины языкознания или выражения с метаязыковой семантикой, используемые говорящими вне рамок научного дискурса для определения чьих-либо слов, маркируют данную тактику в речи.

Воздействующий потенциал метаязыкового комментирования состоит, по нашему мнению, прежде всего в том, что с его помощью вскрывается истинная или мнимая глубинная цель высказывания оппонента. Кроме того, он основан на свойствах того (то есть, научного) дискурса, из которого эти единицы заимствуются. Этими свойствами являются, в частности, стремление к (1) истинности утверждений и (2) объяснению причинности явлений. Именно поэтому научные термины (в прототипной ситуации) не имеют оценочной составляющей, например, «эвфемизм» - это ни хорошо, ни плохо, а особый вид переносного наименования и т. п.

Будучи же употребленными вне рамок научного дискурса, они приобретают отношение к ценностным установкам культуры. Так, например, в западных культурах, где честность (обыденная проекция истины) является одной из основополагающих культурных ценностей, такие понятия как «софизм», «эвфемизм», «преувеличение» могут, в определенном контексте, приобретать отрицательные оценочные коннотации, в силу своей соотнесенности с идеей искажения истины некоторым образом.

Несколько иные причины сообщают воздействующий потенциал таким единицам как «пейоративное выражение», «тавтология», «эмоциональный», «риторический» (со всеми производными) и т. д. Данные лексемы не содержат в структурах своих значений никаких прямых корреляций с ценностными установками западных культур. Однако, они указывают на технику, и – косвенно – на целевую установку говорящего, использующего в своей речи одно из перечисленных языковых явлений. Как известно, осознание реципиентом того, что он подвергается воздействию, минимизирует эффект последнего. Кроме того, данные лексемы также приобретают оттенок отрицательной оценочности, будучи употребленными вне профессионального дискурса. Действительно, если ученые, говоря о тавтологии, имеют в виду продуктивную (или непродуктивную) идею идентичности двух сущностей, то в обыденной речи говорящего обычно «обвиняют в тавтологии», предполагая либо его некомпетентность, либо намеренное введение в заблуждение путем различения идентичных вещей. Подобным же образом, лексема “pejorative”, употребленная кем-либо в отношении чужих слов, призвана «открыть глаза» аудитории на намерение сказавшего их выставить предмет высказывания в отрицательном свете, что предполагает возможность речевого воздействия, а значит, - необходимость включения сознательных фильтров при восприятии слов этого человека.

Пример 13

Далее (см. предыдущий пример) А. Гор таким образом определяет собственную речь и речь своего оппонента:

«Now, both of us are kind of, I guess, stating the other's position in a maximalist extreme way, but I think there is a difference here. This idea of nation building is kind of a pejorative phrase… »

Здесь А. Гор дважды реализует тактику метаязыкового комментирования, в первый раз указывая на преувеличение (in a maximalist extreme way), во второй раз – давая словам Буша метаязыковой комментарий (kind of a pejorative phrase). Таким образом, А. Гор достигает эффекта нейтрализации воздействия, имплицируя идею о том, что говоримое Бушем по этому вопросу -–преувеличение и «пейоратив», а не тот тип высказываний – безэмоциональных и непредвзятых – которых ожидают от политика и лидера страны.

Пример 14

В предвыборных теледебатах 1976 года стремящийся к власти кандидат от Демократической партии Дж. Картер таким образом определяет свою позицию по вопросу военного вторжения в Югославию в случае, если в эту страну будут введены Советские войска:

I have maintained from the very beginning of my campaign, and this was a standard answer that I made in response to the Yugoslavian question, that I would never uh - go to war or become militarily involved, in the internal affairs of another country unless our own security was directly threatened.

Его оппонент, кандидат от правящей Республиканской партии, действующий президент Дж. Форд следующим образом реагирует на приведенные слова:

I firmly believe, uh - Mr. Kraft, that it's unwise for a president to signal in advance what uh - options he might exercise if any uhh - international problem arose.

В данном обмене репликами Дж. Форд не только дает метаязыковой комментарий речевым действиям своего оппонента, но и категоризует их как «немудрые», имплицируя, таким образом, отсутствие необходимого президенту США качества мудрости у своего оппонента.

Пример 15

В предвыборных теледебатах (1) 2000 года (03.10.00.) действующий вице-президент, кандидат от демократической партии А. Гор использует тактику метаязыкового комментирования с отрицанием:

You haven’t heard the governor deny those numbers. He’s called them phony and fuzzy. The fact remains that almost 30% of his proposed tax cut goes to – only to Americans that make more than $1 million per year.

В данном высказывании А. Гор пытается нейтрализовать эффект многочисленных заявлений Дж. Буша о том, что А. Гор незаслуженно обвиняет его в финансовой политике, несправедливой по отношению к большинству американцев. Для этого он привлекает внимание аудитории к тому, что Дж. Буш комментирует его высказывания как неверные, несоответствующие истине (He’s called them phony and fuzzy), однако ни разу не подвергает их верификации (You haven’t heard the governor deny those numbers). Данное использование тактики метаязыкового комментирования в высказывании А. Гора интересно, прежде всего тем, что метаязыковому комментированию подвергаются высказывания его оппонента, также носящие метаязыковой характер. Думается, что здесь прослеживается аналогия с борьбой в широком смысле слова: необходимо адекватно отвечать на нанесенный удар.

### Аддитивная стратегия: тактики введения новых фактов и нового аспекта

В условиях взаимодействия коммуникантов в жанре предвыборных теледебатов особое значение для успешности речевого воздействия приобретает контроль над информационной структурой, приписываемой релевантным событиям, явлениям, ситуациям. Кроме того, выводы, которые может сделать аудитория из высказываний оппонентов, во многом зависят от наличия у них сведений о тех или иных фактах, относящихся к обсуждаемой ситуации, а также о возможных аспектах ее рассмотрения. Кандидаты в президенты США, участвующие в предвыборных теледебатах, стремятся использовать этот факт в целях воздействия на аудиторию, дозируя информацию, сообщаемую ими в своих высказываниях.

Так, при использовании интродуктивной информационной стратегии один из них может представить некоторую ситуацию таким образом, чтобы показать свое превосходство над противником. Это может быть достигнуто посредством приписывания им себе положительных свойств, через критику противника, а также через такое представление фактов, которое выгодно говорящему и невыгодно его оппоненту. Оппонент, находящийся в сильной коммуникативной позиции (говорящий вторым), может попытаться нейтрализовать воздействие, оказанное его словами на аудиторию, посредством применения тактики верификации или метаязыкового комментирования, но возможно использование и принципиально иных средств ответного воздействия. Не прибегая к рефлексии на слова своего оппонента, воздействующий субъект может в ответ на слова своего оппонента сообщить аудитории некоторые относящиеся к уже сказанному новые факты, которые полностью поменяют ее восприятие ситуации и выносимые суждения.

На основании этого мы выделяем аддитивную информационную стратегию, цель которой состоит в обеспечении говорящему возможности влиять на представление реципиентов о структуре и внешних связях относящихся к теме разговора ситуаций, явлений, событий посредством сообщения новых фактов или предложения иного аспекта рассмотрения реальной ситуации.

Эта стратегия образует третий уровень структуры речевого воздействия в данном жанре и реализуется в двух тактиках, выделяемых на основании характера сообщаемой новой информации. Тактика введения новых фактов состоит в сообщении аудитории некоторых фактических данных, касающихся обсуждаемой ситуации, которые могут быть выгодны для представления говорящего в глазах аудитории. Тактика введения нового аспекта состоит в предложении некоторого нового аспекта рассмотрения проблемы, который заставил бы аудиторию пересмотреть ранее вынесенные суждения.

Пример 16

В предвыборных теледебатах (1) 2000 года (03.10.00.) кандидаты на пост президента А. Гор (действующий вице-президент) и Дж. Буш (губернатор штата Техас) таким образом характеризуют планы Дж. Буша по налоговой политике:

Gore: «Under Governor Bush's tax cut proposal he would spend more money on tax cut for the wealthiest 1% than all of the new spending that he proposes for education, health care, prescription drug and national defense all combined. Now, I think those are the wrong priorities».

Bush: «People need to know that over the next ten years it is going to be $25 trillion of revenue that comes into our treasury and we anticipate spending $21 trillion. And my plan say why don’t we pass 1.3 trillion back to the people who pay the bills?»

Говоря о плане налоговой политики Дж. Буша, А. Гор дает ей резко отрицательную оценку при помощи тактики ценностной ориентации: the wrong priorities, представляя аудитории сведения, в соответствии с которыми важные, ценностно маркированные для многих американцев государственные и социальные программы имеют в этом плане меньшую значимость, чем сокращение налоговых ставок для представителей крупного капитала, составляющих 1% населения страны.

Сам Дж. Буш использует аддитивную информационную стратегию для разрушения невыгодной для него смысловой связи, ассоциирующей его образ с «1% самых богатых американцев», в противопоставление А. Гору, связывающему собственный образ с названными ценностно маркированными номинациями программ, важных для большинства американцев. Для этого он вводит новую информацию, не сообщенную ранее его оппонентом: People need to know that over the next ten years it is going to be $25 trillion of revenue that comes into our treasury and we anticipate spending $21 trillion, – и актуализирует в своей речи операциональную составляющую своих будущих действий, применяя, таким образом, тактику введения нового аспекта (pass 1.3 trillion back to the people). Факты, о которых говорил Гор, таким образом, не подвергаются верификации (что наталкивает на мысль о том, что они верны), однако, им сообщается новый аспект рассмотрения. Говоря о 1,3 триллиона долларов, которые, в соответствии с его планом по сокращению налогов будут отданы «обратно людям», «тем, кто платит по счетам», Дж. Буш не сообщает точного соотношения доходов этих людей, а также процентного соотношения расходов государства на такое сокращение налогов по сравнению с расходами на бюджетные программы.

В целом, такое представление о ситуации имплицирует противопоставление «приоритетов»: с одной стороны финансирование бюджетных программ (в том числе, социальных), с другой - содействие крупному капиталу. А. Гор, оперируя данной системой противопоставлений, идентифицирует себя с первой частью оппозиции, а своего противника - со второй, что достигается в том числе за счет существования в сознании аудитории базовой оппозиции «мы - они», составляющей, по нашему предположению, базовую семиотическую оппозицию , лежащую в основе текстоообразования (см. раздел 3. 2. 2) в данном жанре.

Рассмотрим ответный ход Дж. Буша, в котором он делает попытку переформировать представление аудитории об этой ситуации, используя тактику введения нового аспекта на фоне вербализации базовой семиотической оппозиции «мы - они».

Пример 17

Далее (см. предыдущий пример), в целях изменения представления о ситуации, Дж. Буш использует тактику введения нового аспекта:

«There is a difference of opinion. My opponent thinks … the surplus is the government’s money. That’s not what I think. I think it’s the hard working people of America’s money and I want to share some of that money with you so you have more money to build and save and dream for your families. It’s a difference of opinion. It’s a difference between government making decisions for you and you getting more of your money to make decisions for yourself».

При помощи введения нового компонента структуры реальной ситуации (активный субъект, выносящий решения о будущем) и операции противопоставления, Дж. Буш организует структуру данной ситуации таким образом: А. Гор ассоциируется с властью, решающей за народ, как потратить заработанные деньги. Дж. Буш ассоциирует себя с народом, который сам решает этот вопрос. Здесь также содержится отсылка к ценностной установке на свободу и демократию (народ сам решает за себя), ассоциируемая Дж. Бушем с собой и противопоставляемая, в его интерпретации, позиции А. Гора. Весьма важным компонентом стратегии Дж. Буша является здесь многократная вербализация базовой оппозиции «мы - они»: There is a difference of opinion, That’s not what I think. I think..., It’s a difference of opinion. It’s a difference between… – используемая Дж. Бушем для усиления эффекта противопоставлений, при помощи которых Дж. Буш пытается достигнуть интеграции с аудиторией, одновременно внушив ей идею о том, что правительство – и в том числе А. Гор противопоставлено народу.

Наконец, ответный ход А. Гора состоит в повторном использовании противопоставления: tax cut for the wealthiest 1% - spending proposals for health care, prescription drugs, education and national defense. Это противопоставление позволяет Гору идентифицировать Дж. Буша с меньшинством избирателей, представителями крупного бизнеса, на чье процветание направлены сокращения налогов, противопоставляя его, таким образом (- и идентифицируя себя -) с большинством, нуждающимся в поддержке правительства – от субсидий на развитие малого предприятия до социального пособия.

Результирующая cтруктура ситуации, задаваемая описанными стратегическими речевыми действиями Дж. Буша, представлена в таблице 2. А. Гор, актуализируя в своих высказываниях, иные компоненты данной ситуации, создает структуру, представленную в таблице 3.

Таблица 2

|  |  |
| --- | --- |
| А. Гор (Демократическая партия) | Дж. Буш (Республиканская партия) |
| Правительство забирает все доходы и  распределяет их по своему усмотрению | Правительство «делится» доходами с трудовым народом,  который распределяет их по своему усмотрению |

Таблица 3

|  |  |
| --- | --- |
| А. Гор (демократическая партия)  Образование,  Оборона  Социальные программы  Здравоохранение | Дж. Буш (Республиканская партия) |
| Снижение налогов, направленное на улучшения материального положения 1% самых состоятельных американцев |
| Правительство заботится о тех, кто в этом больше нуждается | Правительство забирает доходы трудового народа и отдает половину 1% (самому состоятельному) населения |

Данный пример демонстрирует комплексное использование тактик третьего стратегического уровня в динамике диалогического единства. Показан обмен репликами между говорящими, противопоставляющими (при помощи дозированного введения новой информации) две модели одной и той же ситуации.

# Библиография

1. Вепрева И.Т. Метаязыковой комментарий в современной публицистике: типология и причины вербализации языкового сознания // Известия РАН. Серия Литературы и Языка, том 61, 2007. – С. 12 –21.
2. Залевская А.А. Текст и его понимание: Монография. – Тверь: Тверской государственный университет, 2009. – 177 с.
3. Костецкая О.Н. О некоторых способах иносказательной передачи информации // Речевые акты в лингвистике и методике. Межвуз. сб. науч. тр.: ПГПИИЯ, 2008. – С. 221 – 223.
4. Мартемьянов Ю.С. Метаязык предложения-высказывания: от эксплицитной глубины к имплицитной поверхности // Имплицитность в языке и речи / Отв. ред. Е.Г. Борисова, Ю. С. Мартемьянов. – М.: «Языки русской культуры», 2008. – С. 58 – 75.
5. Мегентесов С.А. Лингвистические аспекты психического воздействия и приемов манипуляции. – Краснодар, 2006. – 111 с.