

СУМІЖНІСТЬ ТАКТИК САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ТА ДИСКРЕДИТАЦІЇ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Король А. П., студ. гр. ПР-11,
Попова О. В., викл. СумДУ

Політичні дебати завжди цікавлять велику кількість людей, а особливо, коли це дебати кандидатів на посаду Президента. Матеріал таких дебатів дає змогу краще вивчити претендентів на таку важливу посаду, адже переможець стане главою країни і від його рішень залежатиме майбутнє нації.

Зважаючи на поширеність та значущість політичного дискурсу у сучасному суспільстві, у ньому відпрацьовано певні конвекційні лінгвальні та екстралінгвальні конструкції та правила поведінки. Такі правила поведінки (якщо вести розмову про формації екстралінгвального порядку) та конструкції (у разі вербальних форм) зводяться до обрання адресантом тієї чи іншої стратегії та тактики її реалізації. Стратегії та тактики політичного дискурсу можна звести до самопрезентації політиків та дискредитації їх опонентів.

Тактика самопрезентації спрямована на висвітлення мовцем самого себе у кращому світлі. Здебільшого мовець намагається прилаштуватись до ідеалів та переконань слухачів. Якщо ж розглядати президентські дебати, то учасники, використовуючи цю тактику, обіцяють покращити слабкі місця у політиці старої влади.

Під час другого туру дебатів між кандидатами на пост президента США сенатор Міт Ромні згадав про існуючу проблему безробіття серед молоді та пообіцяв слухачам, що зробить усе, щоб студенти після випуску не залишались без роботи.

А під час першого туру, сенатор обіцяв відмінити реформу системи охорони здоров'я, яку президент Обама провів з великими труднощами.

Якщо ж кандидат перебуває на посту глави держави, то він намагається нагадати аудиторії про усі вдалі проекти та реформи під час свого правління.

Відповідаючи вже на перше питання другого туру дебатів, президент Барак Обама згадав, що за останні 30 місяців йому вдалося створити базу для гарантування 5 мільйонів робочих місць.

Іноді такий кандидат може, задля заохочення виборців, згадати і свої невдачі, та лише задля того, щоб пообіцяти неповторення таких помилок або їх виправлення.

Хоча за другий тур дебатів Обама лише раз згадав провали колишньої адміністрації як причину своїх невдач, він пообіцяв, що не допустить більше подібних помилок.

Тактика дискредитації полягає у висвітленні суперника у поганому світлі. Мовець намагається сфокусувати увагу на помилках, неточностях та недоліках опонента. Його мета – підірвати імідж, авторитет та довіру політичного суперника.

Під час вже третього туру дебатів, що був присвячений зовнішній політиці, президент Обама назвав сенатора Ромні «новачком» у цьому. Також Барак Обама досить часто згадував неточності у словах свого опонента та його помилковість у визначенні головного геополітичного ворога.

Використання цієї тактики означає утримання агресивної стратегії протягом усіх дебатів. Але дискредитація може привести і до негативних наслідків для самого мовця. Глядачі та виборці можуть вирішити, що кандидат є дуже агресивним і здатний лише до критики.

Дуже близьким до цього був сенатор Ромні під час другого туру дебатів, а от на третьому турі цілком очевидно, що на роль агресора претендував президент Обама.

Якщо загалом проаналізувати дебати Барака Обама та Мітта Ромні на посаду президента США у 2012 році, то помітний поступовий перехід обох кандидатів від тактики самопрезентації до дискредитації. Іноді цей перехід відбувається досить стрімко, тож можна сказати, що більшою мірою панує друга тактика. Бо саме агресія є сильнішою емоцією і до неї легше звернутись. І сенатор Мітт Ромні і президент Барак Обама починали з нейтральних відповідей і згодом починали переходити до агресивної тактики, іноді звинувачуючи один одного.

Тим не менш, кандидати на посаду Президента працюють в межах конвекційних форм, тому, у будь-якому разі, прагнуть зберегти власне обличчя: в кінцевому рахунку повертаються до тактики самопрезентації. Разом з тим, тактику дискредитації політичного опонента можна також розглядати в рамках стратегії самопрезентації, оскільки, руйнуючи імідж, обличчя політичного суперника, адресант вибудовує власне. Відповідно, суміжність, взаємозамінюваність тактик самопрезентації та дискредитації, їх переформування у політичні стратегії потребує подальшого вивчення.

Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства : матеріали Всеукраїнської наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів факультету іноземної філології та соціальних комунікацій, м. Суми, 19-20 квітня 2013 р. / Відп. за вип. В.В. Опанасюк. — Суми : СумДУ, 2013. — Ч.1. — С. 43-44.