

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ АМЕРИКАНСКОГО ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА

Е.В. Даньшина

В современной лингвистике укрепилось понимание коммуникации как речевой реализации интенций ее участников: интенций самопредставления, привлечения внимания, анализа ситуации и под. Это дает возможность реконструировать интенции по речевому вкладу говорящего. Несмотря на бурное развитие исследований дискурса в языкознании, еще не достигнуто общепринятое понимание сущности интенций, не выработаны четкие методики их проведения. Будучи когнитивно-коммуникативным феноменом, оязыковленной социальной практикой индивидов и групп, дискурс с необходимостью привлекает для своего анализа междисциплинарные методы, среди которых заслуживает внимания интент-анализ – относительно новое направление в дискурсивных исследованиях, обоснованное в работах социальных психологов и философов и применяемое в социологии массовой коммуникации, и его сочетание с анализом стратегий и тактик дискурса. **Цель** данной статьи – рассмотрение вербальных стратегий электорального дискурса с точки зрения кластера интенций политиков-республиканцев, претендентов на высшие государственные посты США, а ее **объектом** является система стратегического и тактического репертуара республиканцев **по материалам** их публичных выступлений.

Интент-анализ дискурсивной деятельности фокусируется на интенциях, реализуемых в дискурсе. Если в психологии под интенцией понимается активность сознания субъекта, ее направленность на некий объект, то в философском плане [7] интенция выступает инструментом соотнесения субъекта с внешним миром. В коммуникативных интенциях присутствуют два компонента: объект интенции и отношение говорящего субъекта к объекту. Непосредственный интерес для лингвистического анализа представляет отношение говорящего к объекту, выраженное в акте речи (в данном случае коллективным адресатом служат аудитория, электорат).

Интенциональная направленность дискурса находится в центре внимания прагмалингвистики, когнитивистики, психолингвистики. Интенциональные состояния характеризуются, по Дж. Серлю, как фундаментальные и целостные свойства сознания, неразложимые на более простые элементы [7: 123]. Воплощенные вербально, интенции реализуются через определенные стратегии и тактики дискурса. В последнее время они находятся под пристальным вниманием исследователей речевых актов [3; 4], близких к ним речевых жанров [5; 10], коммуникативных тактик и т.п. Однако речевые стратегии и тактики до сих пор не получили исчерпывающего освещения; а их система в американском электоральном дискурсе республиканцев, победивших на двух последних выборах в США, заслуживает пристального внимания.

Теоретической и методологической основой проводимой работы является развиваемый в современной когнитивной и психологической лингвистике тезис о том, что при продуцировании и понимании текста у коммуниканта формируется ментальная модель обсуждаемой ситуации. Такая модель содержит в себе информацию о текущей действительности, событиях, участниках, а также долговременные знания о мире, образующие общий контекст. Эта информация выражается в тексте и входит в необходимую апперцепционную базу для его понимания слушателем. Модель может быть как статичной, основанной на прошлом опыте, и соответствовать известным фактам и политическим событиям, так и динамичной и складываться в соответствии с текущей ситуацией [8: 69]. Обычно это смешанная модель, когда прошлый опыт включается в понимание и осмысливание

текущих событий. Важную роль в модели играет интенция, мотивирующая речевое поведение. Использование понятия модели позволяет в теоретическом плане концептуализировать связь между ментальным представлением действительности и передачей этого представления в дискурсе. В частности, дает возможность представить текущий момент интенционального состояния коммуниканта, которое находит свое отражение в его дискурсе в устной и письменной формах.

При анализе публичных политических выступлений учитываем, что каждый из участников ситуации имеет свою ментальную модель – «систему представлений о конфликте и политическом контексте, в котором он происходит» [там же, с. 69], основанную на конкретных интенциях. Понятие интернациональности определяется Дж. Серлем: «интенциональность есть то свойство многих ментальных состояний и событий, посредством которых они направлены на объекты и положение дел внешнего мира» [7: 96]. Развивая это определение, Серль отмечает, что интенциональные состояния являются инструментом соотнесения субъекта с внешним миром и представляют собой фундаментальное и целостное свойство сознания, которое нельзя разложить на более простые элементы [7: 123]. Серль отводит им основополагающее место в структуре психики и решающую роль в функционировании языка. Способ выражения интенциональных состояний, стремление сделать их дискурсивную реализацию эффективной, «узнаваемой» во многом определяет выбор формы речевого акта, ср.: в концепции Серля отмечается наличие определенных параллелей и связи типов интенциональных состояний и типов речевых актов: «...интенциональные состояния представляют объекты и положение дел в том же самом смысле, в котором их представляют речевые акты» [7: 100], «...понятие интенциональности в равной мере применимо как к ментальным состояниям, так и к лингвистическим сущностям, таким, как речевые акты и предложения» [там же: 123]. Его положение о том, что «язык выводим из интенциональности», свидетельствует о первичности когнитивного по отношению к языковому, дискурсивному.

Проведенный анализ публичных выступлений участников президентской избирательной кампании США показывает, что такого рода выступления нередко бывают развернутыми, содержат не всегда существенные подробности и детали, то есть реализуют не только магистральные для политика-претендента интенции, но и ряд сопутствующих, обусловленных, как правило, эмоциональным компонентом, метакоммуникативными (риторическими) потребностями оратора. Тем самым образуется кластер интенций, объединенных в многомерном построении, которое имеет различные оси. В кластере сосуществуют:

- «ведущие» и «сопутствующие» интенции (разделяемые по степени силы и активности), например, самопрезентация, разоблачение, анализ ситуации, заигрывание с аудиторией и т.п.;
- «негативные» и «позитивные» интенции (выделяемые по характеру планируемого воздействия), например, запугать аудиторию, показать силу террористов и т.п., с одной стороны, а также продемонстрировать свою человечность, заботу о простом избирателе и под. – с другой;
- метакоммуникативные интенции, направленные на обеспечение бесперебойной и эффективной работы «канала связи», достижение максимальной воздействующей силы коммуникации.

Анализ содержания публичных выступлений Дж. Буша и его сторонников дает представление о ментальной модели дискурса и позволяет выделить ряд ведущих интенций (наличие сопутствующих и метакоммуникативных интенций зависит от ведущих интенций и жанров дискурса). Наглядное и обобщенное представление ментальной модели дискурса достигается применением разработанной Т.Н. Ушаковой и др. [8] специальной процедуры «свертывания» анализируемых текстов, позволяющей в достаточно компактной форме представить ментальную карту дискурса как последовательности следующих основных интенций

(количественные данные для республиканского электорального дискурса приведены округленно):

- самопрезентация (до 30% выборки);
- анализ ситуации (до 20 %);
- критика и дискредитация соперника (до 20%);
- предупреждение и разоблачение (10%);
- побуждение и воздействие на аудиторию (15%);
- самооправдание (5%).

По полученным данным, интенции коммуниканта-субъекта электорального дискурса формируют стратегии его речевого поведения, которые, в свою очередь, реализуются определенными дискурсивными тактиками. Традиционно стратегия и тактика соотносятся как общее и частное, планы и их воплощение, цели и средства, стержень и наполнение. В современной теории игр стратегия определяется как исчерпывающий план, как «возможный в соответствии с правилами игры способ действия игрока или коалиции» [2: 547]. В анализе дискурса как когнитивно-коммуникативного феномена стратегию справедливо считать характеристикой когнитивного плана общения, которая «контролирует оптимальное решение системы задач гибким и локально управляемым способом» [4: 274]. О.С. Иссерс выделяет основные стратегии – семантические (когнитивные), а также вспомогательные стратегии – прагматические, диалоговые и риторические [6: 109]. Исследуемый материал обусловил отказ от резкого разделения речевых стратегий на вспомогательные и основные и позволил выделить преимущественно когнитивно-информативных и прагмаманипулятивных стратегий.

В электоральном дискурсе прослеживаются стратегии, характерные для политического дискурса в целом, частью которого он является, однако их количественная конфигурация специфична, как и репертуар наиболее употребительных речевых тактик. Наиболее важной чертой, специфицирующей электоральный дискурс по отношению к политическому, является, во-первых, высокая степень агональности (соревновательности) и театральности первого, отражающаяся в тактическом репертуаре дискурса республиканцев. Во-вторых, цель всякой избирательной кампании – победа на выборах – достигается воздействием на аудиторию-электорат, в ходе которого ранее имевшаяся у аудитории когнитивная информация заменяется на интендируемую, желательную для претендента. Поэтому важнейшим отличительным свойством электорального дискурса служит высокая степень манипулятивности, воздействия, позволяющая достичь желаемого эффекта – побудить электорат выбрать и проголосовать за нужного кандидата.

По нашим данным, среди стратегий электорального дискурса республиканцев наиболее заметны следующие ведущие стратегии:

- (1) стратегия самопрезентации - создания собственного позитивного имиджа;
- (2) стратегия дискредитации оппонента;
- (3) стратегия содержательного анализа и оценки ситуации;
- (4) стратегия самозащиты;
- (5) стратегия побуждения и манипулирования.

Среди них стратегии (1) – (4) являются преимущественно когнитивно-информативными, а стратегия (5) – преимущественно прагмаманипулятивной, хотя такое разделение условно в силу взаимного проникновения и наложения интенций, лежащих в их основе. Тактики, которыми непосредственно реализуются эти стратегии, многообразны и зависят как от жанра дискурса, так и от конфигурации интенций, наличествующих у конкретного субъекта дискурса в определенной ситуации.

В частности, когнитивно-информативные стратегии самопрезентации нередко реализуются тактиками (1a) самовосхваления, (1b) конструирования надцели, (1c) позитивного позиционирования и использования прежних заслуг - тактика «от

достигнутого результата» (здесь и далее примеры приводятся из [The First Bush-Kerry Presidential Debate, 09. 30. 2004]):

(1a) *“BUSH: I believe I'm going to win, because the American people know **I know how to lead**”*;

(1b) *“BUSH: We will continue to stay on the offense. We will **fight the terrorists around the world** so we do not have to face them here at home.....And we'll continue to **spread freedom.**”*

(1c) *“BUSH: **I've shown the American people I know how to lead**....*

*If America shows uncertainty or weakness in this decade, the world will drift toward tragedy. That's not going to happen, **so long as I'm your president.**”*

Отмеченные тактики отличаются от более мягкой формы самовосхваления сенатора Керри, называющего лучшим не себя, а иные объекты (косвенное самовосхваление): *“I can make American **safer than President Bush has made us... I have a better plan for homeland security... I can do a better job in Iraq**”*).

Излюбленными приемами реализации стратегии дискредитации оппонента в дискурсе республиканцев являются тактики прогнозирования будущих ошибок конкурента – создание «отрицательных меток» путем предупреждения электората о таких просчетах. Маркерами этой тактики в дискурсе служат глаголы настоящего и будущего времени, модальные конструкции: например, Буш обвиняет Керри в смене позиции по поводу войны в Ираке:

(2) *“BUSH: You cannot lead the war on terror if you **keep changing positions on the war on terror and say things like, "Well, this is just a grand diversion."***

Для реализации стратегии содержательного анализа и оценки ситуации характерны тактики генерализации (3b) либо детализации (3a):

(3a) *“BUSH: **And when Iraq is free, (3b) America will be more secure**”*.

Стратегия самозащиты нередко вербализуется (4a) тактикой переадресации удара либо тактикой превентивного нападения и др., например, в ответ на обвинение Керри в развязывании войны в Ираке Буш напоминает конкуренту о его собственной позиции:

(4a) *“BUSH: First of all, what my opponent wants you to forget is that **he voted to authorize the use of force and now says it's the wrong war at the wrong time at the wrong place**”*.

Среди наиболее частотных тактик, реализующих прагмаманипулятивную стратегию – тактика усиления мотивации голосования избирателей путем их объединения против общего врага (5a) (ср.: «дружить против кого-то», «если врага нет – его нужно придумать» [9: 24]). Маркерами этой тактики в дискурсе служат прямые номинации общего врага и местоимения первого лица множественного числа, местоимения типа *everyone, everybody*:

(5a) *“BUSH: There are 100,000 **troops trained, police, guard, special units, border patrol**. There's going to be 125,000 trained by the end of this year. Yes, **we're getting the job done. It's hard work. Everybody** knows it's hard work, because there's **a determined enemy that's trying to defeat us**”*

Манипулятивно-воздействующей является и тактика «немедленного результата» (5b), направленная на усиление мотивации голосования путем использования стремления избирателей получить результат сразу после выборов. Маркером этой тактики служат дейктики времени и места *now, soon, here*, выражения типа *as soon as, in your native city etc.*:

(5b) *“BUSH: But, again, I want to tell the American people, we're doing everything we can at home, but you better have a president who chases these terrorists down and bring them to justice **before they hurt us again.**”*

Выделенные стратегии и тактики электорального дискурса служат целям воплощения различных базовых интенций говорящего, которые способны реализоваться не обособленно, а в виде кластера: самопрезентация + оборона, самопрезентация + запугивание и т.п. Как показывает приводимая система тактик и

реализуемых ими стратегий дискурса, «любая таксономия будет по необходимости выборочным и отчасти произвольным членением множества возможностей» [1: 371].

Подводя итоги, следует отметить, что интенции лежат в основе ментальной модели дискурса, в частности, электоральный дискурс демонстрирует наличие нежестких параллелей и связей типов интенциональных состояний и типов речевых стратегий и тактик их вербализации в дискурсе, причем интенции имеют тенденцию реализоваться в виде кластера. Предпринятый интент-анализ электорального дискурса представляется перспективным продолжить в направлении контент-анализа дискурса республиканцев.

SUMMARY

The article focuses on the American political discourse and investigates the system of verbal strategies of electoral discourse in connection with the cluster of intention of politicians – republicans claiming at the highest state positions in the USA on the material of their public presentations.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абельсон Р. Структуры убеждения//Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987.
2. Большая советская энциклопедия. — М., 1978. – Т. 24.
3. Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Оценочные речевые жанры извне и изнутри//Логический анализ языка: Язык речевых действий. – М., 1994.
4. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
5. Дементьев В.В. Фатические и информативные коммуникативные замыслы и коммуникативные интенции: проблемы коммуникативной компетенции и типологии речевых жанров//Жанры речи. – Саратов, 1997. – С.34-43.
6. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: УРСС, 2002. – 284с.
7. Серль Дж. Природа интенциональных состояний//Философия, логика, язык/Под ред. Д.П. Горского и В.В. Петрова.– М., 1987. – С.96-126.
8. Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса/Под ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д.Павловой. – СПб, 2000. – 316 с.
9. Фаер С. Приемы, стратегии и тактики предвыборной борьбы: PR-секреты общественных отношений.- К.: Ин Юре, 2001. – 136 с.
10. Федосюк М.Ю. Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи// Жанры речи. – Саратов, 1997. – С.66-87.

Поступила в редакцию 19 февраля 2007 г.