

Черепахина Юлия Сергеевна

магистрант

Пищкова Елена Юрьевна

канд. филол. наук, доцент, преподаватель

Институт филологии, журналистики

и межкультурной коммуникации

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

СКРЫТЫЕ СТРАТЕГИИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕЧЕЙ Д. ТРАМПА ВО ВРЕМЯ ПРЕДВЫБОРНЫХ ДЕБАТОВ 2020 ГОДА)

Аннотация: в статье в рамках скрытой прагмалингвистики осуществляется попытка исследовать скрытые стратегии речевого воздействия в политическом дискурсе Д. Трампа и составить фрагменты его речевого портрета.

Ключевые слова: стратегия, прагматическая лингвистика, политический дискурс, США, Трамп, предвыборные дебаты.

В связи с недавно завершившимися президентскими выборами в США, в которых Д. Трамп потерпел поражение, анализ его предвыборных речей становится как никогда актуальным, поскольку именно он, возможно, поможет понять, почему на этих выборах политику не удалось одержать победу.

Объектом данной работы является изучение скрытых стратегий речевого воздействия в политическом предвыборном дискурсе Д. Трампа 2020 года. Основными материалами для этой статьи послужили транскрипты предвыборных речей американского политика.

Методом исследования послужил количественный подсчет (мы подсчитали частоту использования Дональдом Трампом в своей речи определенных лексем), а также сплошная выборка (из перечня высказываний Дональда Трампа во время предвыборных дебатов мы выбрали те, где лучше всего реализуются стратегии скрытой прагмалингвистики).

Объектом исследования скрытой прагмалингвистики выступает речь говорящего субъекта с индивидуальным набором социально-психологических характеристик, с определенным жизненным опытом и стереотипами поведения (в т.ч. речевого). В рамках данного направления прагмалингвистики диагностируются личностные черты говорящего по его речи [1, с. 4]. Скрытая прагмалингвистика изучает ту часть речевой системы, которая реализуется в виде «тонких нюансов смысла», проявляющихся в составе неосознаваемого речевого поведения, в виде речевых привычек [1, с. 10].

В скрытой прагмалингвистике существует 2 вида стратегий: эмотивно- и конативно-ориентированные стратегии речевого воздействия [1, с. 24].

Эмотивно-ориентированные представляют собой стратегии, имеющие отношение к отправителю текста. При актуализации данных стратегий в качестве отбора ряда речевых планов, адресант выражает свою позицию, используя неосознанные речевые стратегии. Данные стратегии подразделяются на следующие подвиды:

- 1) стратегия участия или неучастия коммуникантов в речевой ситуации;
- 2) стратегия уверенного или неуверенного речевого поведения адресанта в речевой ситуации;
- 3) стратегия вероятностного анализа автором речевой ситуации (реальная или нереальная).

Конативно-ориентированные стратегии имеют отношение к адресату. Во время их актуализации адресант бессознательно воздействует на психическое состояние и вербальное или невербальное поведение адресата. Данные стратегии подразделяются на следующие подвиды:

- 1) стратегия развития автором отношения адресата текста к речевой ситуации;
- 2) стратегия удовлетворения или неудовлетворения адресантом прагматических ожиданий адресата;
- 3) стратегия акцентирования адресантом составляющих высказывания [1, с. 27].

2 <https://phsreda.com>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

В данной работе изучается речевое поведение бывшего президента США Дональда Трампа на основе четырех скрытых стратегий речевого воздействия адресанта на адресата. Мы выбрали две эмотивно-ориентированные стратегии и две конативно-ориентированные стратегии. Для анализа были выбраны следующие речевые стратегии:

- 1) участия или неучастия коммуникантов в речевой ситуации;
- 2) уверенного или неуверенного речевого поведения адресанта в речевой ситуации;
- 3) развития автором отношения адресата текста к речевой ситуации;
- 4) удовлетворения или неудовлетворения адресантом pragматических ожиданий адресата.

Выбор именно данных четырех речевых стратегий объясняется тем, что осуществление исследования речевого поведения Д. Трампа по четырем из приведенных шести стратегий даст возможность сформировать фрагмент речевого портрета американского политика.

Начнем с конативно-ориентированных стратегий. Первая стратегия – участия или неучастия коммуникантов в речевой ситуации. Она обычно представлена тремя речевыми планами [3, с. 84]:

1) личным – выражается желанием убедить аудиторию в своей правоте, власти и т.д; в речи спикера доминируют эксклюзивные личные местоимения «*I, you, we*», а также соответствующие им притяжательные, объектные и возвратные местоимения, вводные члены предложения с модально-оценочным значением, усложнители сказуемого – сочетания *to be sure, to be likely + Infinitive*, глаголы *to seem – казаться, to appear – оказаться*, формы глаголов в побудительных предложениях, обращения, метатекстовые выражения, или дискурсивные коннекторы [2, с. 138] (*as if, as though, rather, nearly, however, firstly, secondly, at last*), междометия, слова *yes* и *no* и пустые лексемы (*well, well now, so, you know, so to say* и т. д.);

2) социальным – выражается желанием подарить получателю чувство со-причастности с событием, о котором говорится в речевой ситуации; в речи

спикера доминирует следующие языковые формы: инклюзивные местоимения «*we, you*», а также соответствующие им притяжательные и объектные формы, неопределенно-личные местоимения «*one, you*», неопределенные местоимения «*any, anyone, every, everyone, each, all, nobody*», безличные предложения, а также предложения с модальными глаголами, лексемы *people, generation, country*, намекающие на совместное участие в речевой ситуации, слова с семой антропонима (*user*); прилагательные с суффиксами *-able, -ible*, инфинитив цели, а также инклюзивная форма императива (*let's think*);

3) предметным – выражается желанием автора указать на объективность предметного содержания речевой ситуации; здесь используются следующие языковые формы: существительные или местоимения 3-го л. в форме подлежащего, финитные формы глаголов активного и пассивного залогов, перфектный пассив, а также причастие II.

Рассмотрим примеры использования данной стратегии с разными речевыми планами. На материале первых предвыборных дебатов Д.Трампа и Д.Байдена, мы обнаружили следующее [5].

«*I will tell you very simply*». «*We won the election*».

В данных двух случаях можно отметить использование личного и социального плана, поскольку применяются местоимения «*you*» и «*we*»

«*In fact, some of her biggest endorsers are very liberal people from Notre Dame and other places*».

Здесь можно отметить использование личного (*in fact*), социального (*people*) речевого плана.

«*So I think she's going to be fantastic. We have plenty of time*».

В данных двух высказываниях применяется личный, социальный и предметный (*she*) план.

«*I have a lot of time after the election, as you know*».

Тут можно отметить использование личного плана.

«*We have a professor at Notre Dame, highly respected by all, said she's the single greatest student he's ever had*».

В данном примере в равной степени используется и социальный, и предметный план.

«And we won the election and therefore we have the right to choose her, and very few people knowingly would say otherwise».

В этом примере используется в основном социальный речевой план.

Уже на этом этапе стоит отметить, что в высказываниях Дональда Трампа имеется множество языковых средств, используемых для воздействия на аудиторию.

«Well, first of all, I guess I'm debating you, not him, but that's okay».

В данном примере можно отметить использование личного и социального плана.

Таким образом, мы проанализировали 806 фраз Дональда Трампа длиной в одно предложение. У американского политика в речи практически в равной степени используется личный и социальный план, и меньше всего используется предметный план. Так, на личный план у него пришлось 334 высказывания, на социальный план – 329 высказываний. Можно заметить доминирование личного плана, но разница в количестве высказываний личного и социального плана незначительная. На предметный план у Трампа пришлось 143 высказывания. Эти данные говорят о том, что он одновременно старается убедить аудиторию в своей правоте, и одновременно хочет, чтобы его слушатели почувствовали сопричастность к событию, о котором он повествует.

Теперь рассмотрим стратегию уверенного или неуверенного речевого поведения адресанта в речевой ситуации. Данная стратегия имеет два плана: план категоричного высказывания и план некатегоричного высказывания. При использовании категоричного высказывания автор уверен и решителен в своих словах, а при использовании некатегоричного высказывания автор осторожен и сдержан в своих выражениях [4, с. 150].

В категоричном высказывании используются следующие языковые средства: глаголы настоящего и будущего времени, инфинитив, императив, причастие совершенного вида, пассив и перфект, модальные глаголы и

существительные с модальными смысловыми оттенками (*requirement – требование, necessity – необходимость*), модальные слова, наречия, частицы, придаточные предложения времени и места, превосходная степень, конструкция *to be+прил.*, отрицательные маркеры, слова-предложения согласия и несогласия, а также вводные слова уверенности).

В некатегоричном высказывании используется сослагательное и условное наклонение, прошедшее время, модальные глаголы возможности и предположения, модальные слова и фразы, выражающие сомнение, глаголы *to think, to believe*, а также *to seem, to look, to appear* и *to my mind, in my opinion*, причастия несовершенного вида, формы глаголов Present Perfect, Present Simple Passive и Present Continuous Passive, придаточные предложения с союзами *if, unless, provided, supposing, once*, а также *in case*, конструкция *to be likely + Infinitive*, существительные, означающие возможность, а также общий вопрос.

Для обнаружения данной стратегии мы проанализировали последние предвыборные дебаты Д. Трампа и Д. Байдена [6].

«*We closed up the greatest economy in the world in order to fight this horrible disease that came from China*».

В данном примере можно отметить использование простого прошедшего времени, превосходной степени прилагательного, а также инфинитива.

«*If you take a look at what we've done in terms of goggles and masks and gowns and everything else, and in particular ventilators we're now making ventilators all over the world, thousands and thousands a month distributing them all over the world*».

Данный пример можно отметить тем, что здесь одновременно используются как индикаторы уверенности, так и индикатор неуверенности (*If*).

«*He'll close down the country if one person in our massive bureaucracy says we should close it down*».

В этом примере доминирует стратегия уверенного речевого поведения, однако также можно отметить присутствие союза «*If*», который является индикатором неуверенного речевого поведения.

«*They both want you to lose because there has been nobody tougher to Russia between the sanctions, nobody tougher than me on Russia, between the sanctions, between all of what I've done with NATO*».

В данном примере в равном количестве используются как индикаторы категоричности, так и индикаторы некатегоричности высказывания.

«*Why is it, somebody just had a news conference a little while ago who was essentially supposed to work with you and your family, but what he said was damning*».

Здесь можно отметить использование маркеров неуверенности.

«*I prepaid my tax, over the last number of years, tens of millions of dollars, I prepaid, because at some point, they think it's an estimate*».

В этом примере можно увидеть больше неуверенности, чем уверенности. Это можно заметить, например, по выражениям «*the last number of years*» и «*tens of millions of dollars*», «*at some point*», которые обозначают приблизительное, расплывчатое и неточное количество, что свидетельствует о неуверенности.

«*They left us a mess, and Obama would be, I think, the first to say it, was the single biggest problem he thought that our country*»

В данном примере можно снова отметить превалирование показателей некатегоричности высказывания.

Таким образом, на основе приведенных примеров можно сделать вывод, что в речи Д. Трампа доминируют некатегоричные высказывания, что говорит о неуверенном речевом поведении. Можно предположить, что это помешало ему привлечь на свою сторону большую аудиторию и победить на президентских выборах. Всего мы проанализировали 781 фразу Д. Трампа длиной в одно предложение.

Следующая стратегия – стратегия развития автором отношения адресата текста к речевой ситуации. Всего существует 3 плана реализации данной стратегии: план развития автором позитивного отношения получателя к речевой ситуации, план развития адресантом негативного отношения адресата к речевой ситуации и плана развития адресантом нейтрального отношения адресата к речевой ситуации.

Позитивное отношение у получателя сообщения может сформироваться за счет лексических единиц с позитивной оценкой (*to improve – улучшать*), а негативное – посредством лексических единиц с негативной оценкой (*depleted – ис-тощенный*). Сюда относят и эмоционально окрашенные существительные, прилагательные, наречия (*successfully – удачно*), вводные слова (*unfortunately – к со-жалению*) и т. д.

Нейтральная позиция формируется за счет нейтральных лексических средств.

Приведем примеры использования данной стратегии в высказываниях Д. Трампа во время предвыборных дебатов 2020 года.

Для начала приведем примеры формирования у адресата позитивного отношения к речевой ситуации.

«*In fact, some of her biggest endorsers are very liberal people from Notre Dame and other places*».

В данном случае можно отметить использование лексических единиц с положительной окраской.

«*We have a professor at Notre Dame, highly respected by all, said she's the single greatest student he's ever had*».

В данном случае также совершенно очевидна положительная окраска высказывания.

«*There's 118 page or so report that says everything I have, every bank I have, I'm totally under leveraged because the assets are extremely good, and I built a great company*».

В этом примере также используется позитивно окрашенная лексика.

Перейдем к примерам с негативной окраской.

«*And if you look at the people, we were paying people hundreds of thousands of dollars to teach very bad ideas and frankly, very sick ideas*».

В данном примере можно увидеть использование негативно окрашенных прилагательных.

«The numbers are going up a 100%, 150%, 200% crime, it is crazy what's going on and he doesn't want to say law and order because he can't because he'll lose his radical left supporters and once he does that, it's over with».

В этом примере можно заметить просто изобилие негативно окрашенной лексики.

Последний пример негативно окрашенного высказывания:

«The bill that was passed in the House was a bailout of badly run, high crime, Democrat, all run by Democrat cities and states».

А теперь приведем примеры формирования нейтрального отношения к речевой ситуации.

«The American people have a right to have a say in who the Supreme Court nominee is and that say occurs when they vote for United States Senators and when they vote for the President of United States».

В данном примере действительно невозможно найти эмоционально-окрашенную лексику. Поэтому это высказывание является абсолютно нейтральным.

Еще один пример формирования нейтрального отношения у адресата:

«We should wait and see what the outcome of this election is because that's the only way the American people get to express their view is by who they elect as President and who they elect as Vice President».

В данном случае также отсутствует какая-либо эмоционально окрашенная лексика.

И последний пример нейтрального высказывания:

«If you look at Pennsylvania, if you look at certain states that have been shut down, they have Democrat governors, all, one of the reasons they shut down is because they want to keep it shut down until after the election on November 3rd».

В данном случае приводится лишь фактическая информация без какой-либо эмоциональной окрашенности.

Таким образом, проанализировав высказывания Дональда Трампа во время президентских предвыборных дебатов 2020, мы обнаружили, что американский политик чаще всего использует в своей речи эмоционально-окрашенную

лексику, нежели нейтральную. Всего нами было проанализировано 1587 фраз Д. Трампа длиной в одно предложение.

Последняя стратегия речевого воздействия – стратегия удовлетворения или неудовлетворения адресантом прагматических ожиданий адресата.

Данная стратегия имеет три плана: достаточной информации, избыточной информации, а также недостаточной информации.

Степень недостаточности информации можно определить по следующим особенностям: сложноподчиненные предложения, указательные местоимения, предложения-мнения, вопросительные слова и предложения, отсутствие подлежащего и(или) сказуемого, отсутствие второстепенных членов предложения.

Степень избыточности информации определяется по следующим признакам: излишние пояснения, дополнения, уточнения, инфинитивные группы и обороты в конце фразы, повторы, перефразирование, избыточная синонимия.

Приведем примеры недостаточности информации.

«*How are you helping your small businesses when you're forcing wages?*»

Здесь можно отметить, что одновременно используется и вопрос, и сложная конструкция (сложноподчиненное предложение).

«*But we don't have to worry about it, because they terminated it.*»

В данном случае мы видим сложноподчиненное предложение и указательные местоимения.

«*If this stuff is true about Russia, Ukraine, China, other countries, Iraq.*»

Это пример явно незаконченного предложения, в котором присутствует причина, но отсутствует следствие.

«*See, it's all talk, no action with these politicians, why didn't he get it?*»

В данном случае во второй части сложного предложения отсутствует сказуемое.

Приведем примеры избыточности информации.

«*And if you look, with the exception of Abraham Lincoln, possible exception, but the exception of Abraham Lincoln, nobody has done what I've done.*»

В данном примере присутствует явная информационная избыточность, поскольку мы видим множество повторов.

«*You keep talking about all these things you're going to do, and you're going to do this, but you were there just a short time ago and you guys did nothing*».

Здесь также можно отметить наличие повторов, которых можно было бы избежать.

«*As far as my relationships with all people, I think I have great relationships with all people*».

В данном случае повтора также можно было избежать, используя синоним.

«*I don't know what to say, they can say anything, I mean, they can say anything*».

Стоит отметить, что анализ высказываний Д. Трампа во время предвыборных дебатов 2020 года говорит о том, что в его речи присутствует очень много информационной избыточности.

Таким образом, проанализировав скрытые стратегии речевого воздействия в политическом дискурсе Д. Трампа во время предвыборных дебатов 2020 года, мы можем сделать ряд выводов:

1) в рамках стратегии участия или неучастия коммуникантов в речевой ситуации у Д. Трампа превалирует присутствие личного и социального плана; личный план немного перевешивает – 334 высказывания, на социальный план пришлось 329 высказывания (всего было проанализировано 806 высказываний); эта статистика говорит о том, что американский политик немного более часто оказывает воздействие на аудиторию, пытаясь убедить ее в своей правоте, чем формирует у избирателей чувство сопричастности к описываемым событиям; поэтому, поскольку большая часть политиков обычно чаще использует социальный план, возможно, частое использование Трампом личного плана могло помешать ему выиграть на выборах 2020 года;

2) в рамках стратегии уверенного или неуверенного речевого поведения адресанта в речевой ситуации у Д. Трампа превалируют высказывания, выражющие неуверенность (562 высказывания из 781 высказывания), что, вероятно, объясняет проигрыш политика на президентских выборах 2020 года;

3) в рамках стратегии развития автором отношения адресата к речевой ситуации у Д. Трампа чаще всего в речи появляется эмоционально-окрашенная лексика, нежели нейтральная, что позволяет ему привлекать внимание аудитории, заставлять аудиторию испытать те же чувства и эмоции, что испытывает сам политик; таким образом, Трамп сближается со своими слушателями. Однако наличие этой положительной особенности все равно не помогло ему одержать победу на выборах, поскольку в его дискурсе превалировали другие особенности, мешающие ему получить большую поддержку избирателей, чем получил Байден;

4) в рамках стратегии удовлетворения или неудовлетворения адресантом pragmatischen ожиданий адресата у Д. Трампа превалирует информационная избыточность и это вредит политику следующим образом: его речь кажется аудитории нелогичной и непоследовательной, таким образом, не приходит ясного осознания позиции американского политика; более того, информационная избыточность, включая различные неоправданные повторения, заставляет его аудиторию откровенно скучать во время его выступлений и с нетерпением ожидать окончания его выступлений и момента, когда Трамп, наконец, перейдет к сути; с другой стороны, возможно, сам Д. Трамп использовал повторения для другой цели: он таким образом хотел акцентировать внимание на вещах, которые являются для него особенно значимыми; но, к сожалению, аудитория отнеслась к этому по-другому, и это лишь навредило Трампу.

Список литературы

1. Матвеева Г.Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего: дис. ... д-ра филол. наук / Г.Г. Матвеева. – СПб., 1993. – 332 с.
2. Молчанова С.Е. Типы дискурсивных слов в современном английском языке / С.Е. Молчанова // Язык. Текст. Дискурс: Междунар. научн. конф. – Ростов н/Д: РГПУ, 2004. Ч. 2. – С. 138–140.
3. Пишкова Е.Ю. Прагмалингвистическое диагностирование речевого поведения кандидатов в президенты США (на материале предвыборного дискурса): дис. ... канд. филол. наук / Е.Ю. Пишкова. – Ростов н/Д, 2007. – 196 с.

4. Сонич Т.П. Некатегоричное высказывание с точки зрения автора и адресата речи / Т.П. Сонич // Реализация грамматических категорий в тексте: сб. научн. тр. Вып. 231. – М.: Изд-во МГПИИЯ, 1984. – С. 150–162.
5. Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020>
6. Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020>