



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

Коммуникативная стратегия самопрезентации в предвыборном дискурсе

Выпускная квалификационная работа
по направлению 44.03.05. Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Направленность программы бакалавриата

«Английский язык. Французский язык»

Проверка на объем заимствований

82,6 % авторского текста

Работа *рекомендована* защите

рекомендована/не
рекомендована

Выполнила:

Студентка группы ОФ-503/091-5-2

Пинясова Ольга Викторовна

Работа допущена к защите

«25» июля 2018

зав. кафедрой английской филологии

Афанасьева Ольга Юрьевна

Научный руководитель:

ассистент кафедры английской

филологии

Астахова Ксения Александровна

Челябинск

2018 год

Оглавление

Введение.....	4
ГЛАВА I. ПОНЯТИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА.....	8
1.1 Понятие дискурса в лингвистике.....	8
1.2 Политический дискурс.....	10
1.3 Функции политического дискурса.....	13
Выводы по I главе.....	18
ГЛАВА II. ПОНЯТИЕ ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА.....	20
2.1 Предвыборный дискурс.....	20
2.2 Признаки предвыборного дискурса.....	22
2.3 Функции предвыборного дискурса.....	24
2.4 Жанры предвыборного дискурса.....	26
2.5 Речевые стратегии и тактики.....	28
Выводы по II главе.....	33
ГЛАВА III. КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ.....	35
3.1 Формы речевого воздействия стратегии самопрезентации в предвыборном политическом дискурсе.....	35
3.2 Воплощение тактик стратегии самопрезентации в предвыборном дискурсе.....	41
3.2.1 Тактика отождествления.....	42
3.2.2 Тактика солидаризации.....	44
3.2.3 Тактика оппозиционирования.....	47
3.2.4 Тактика дискредитации и нападения.....	50

3.2.5	Манипулятивная тактика.....	53
3.2.6	Тактика самозащиты	55
3.2.7	Тактика признания существования проблемы	57
3.2.8	Тактика акцентирования положительной информации	59
3.2.9	Тактика обещания.....	61
3.2.10	Тактика призыва к действиям	63
	Выводы по III главе.....	66
	Заключение	69
	Библиографический список	71
	Приложение	81

Введение

Политическая деятельность всегда имела особое значение в жизни общества. Определенная политическая позиция или ситуация обуславливает место страны на мировой арене, ее взаимоотношения с другими государствами, ее роль в деятельности международного сообщества. Однако значительную роль в установлении имиджа страны играет способ ее презентации политическими лидерами данного государства. При помощи выступлений политикам предоставляется возможность обратиться как к международному сообществу, так и к гражданам своей страны. Язык представляет собой мощный инструмент коммуникативного воздействия, который позволяет не просто описывать какие-либо объекты или ситуации окружающего мира, но и объяснять их, позволяя адресанту задавать адресату свое представление о мире, управлять его восприятием объектов и ситуаций, навязывая их положительную или отрицательную оценку.

Предвыборный дискурс является разновидностью политического дискурса и характеризуется ярко-выраженной борьбой за власть в строго определённый законодательством того или иного государства период. Выступление политика является хорошо спланированной акцией, которая требует долгой и тщательной подготовки. Обращаясь к гражданам своей страны, политики пытаются заручиться поддержкой аудитории, снискать расположения со стороны слушателей, убедить их в необходимости поддержать нужную позицию. Речевое поведение политиков, претендующих на пост президента, представляет интересный материал для лингвистического исследования на предмет эффективных стратегий и тактик манипулирования общественным сознанием. Политический деятель должен эмоционально воздействовать на «нужную струну» в общественном сознании, поскольку от используемых стратегий, тактик и речевых приёмов зависит успех того или иного выступления.

Проанализировав выступления политических деятелей, можно обнаружить различные стратегии и тактики аргументации, применяемые ими с целью агитации слушателей. Анализ речей позволяет, с одной стороны, сделать прогноз дальнейших действий и намерений политика, а с другой – установить наиболее эффективные способы воздействия на аудиторию.

Объект исследования - стратегия самопрезентации, используемая в предвыборном политическом дискурсе.

Предмет исследования - особенности языкового воплощения речевых тактик, которыми представлена стратегия самопрезентации предвыборного дискурса.

Цель работы - выявление конститuentов коммуникативной стратегии, в частности речевых тактик и коммуникативных ходов.

Актуальность данной работы заключается в том, что стратегии предвыборного политического дискурса являются малоизученным явлением современной политической жизни, в то время как данная область имеет важное значение для современного общества.

Теоретическая значимость заключается в углубленном изучении понятия предвыборного политического дискурса и обосновании использования коммуникативных стратегий самопрезентации.

Практическая значимость состоит в том, что результаты данной работы могут быть использованы при анализе политических текстов, при проведении занятий по углубленному изучению языка, а также в общем курсе социолингвистики и языкознания.

В работе были поставлены следующие задачи:

1. уточнить понятия “дискурс” в целом и “предвыборный политический дискурс” в частности;
2. установить характерные признаки предвыборного дискурса;
3. рассмотреть специфику отбора речевых тактик, использованных субъектом предвыборного дискурса;

4. исследовать языковое своеобразие текстов предвыборных выступлений политика в соответствии с коммуникативной целью, жанром, речевыми стратегиями и тактиками.

Для того чтобы выполнить поставленные задачи в работе мы используем описательный метод и метод дискурс-анализа.

Теоретической базой исследования являются работы отечественных и зарубежных лингвистов в области семиотики, дискурс-анализа и описательного анализа. В частности, в нашем исследовании мы опирались на труды в сфере политической лингвистики таких ученых, как Т. ван Дейк, О.С.Иссерс, О.Н.Паршина, А.В. Чудинов, Н.Б. Руженцева, О.В. Гайкова.

Материалом практического исследования послужили тексты предвыборной кампании Хиллари Клинтон, кандидата от Демократической партии на пост президента США в 2016 г. Были проанализированы 50 отрывков агитационных обращений данного кандидата в период с июня 2015 года по ноябрь 2016 года.

Структура работы. Данная выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав с выводами по каждой из них, заключения, списка используемых источников и приложения.

Во введении обосновывается актуальность работы, определяются объект, предмет, цель, задачи, методы, теоретическая и практическая база исследования.

В первой и второй главах определяются теоретические предпосылки исследования, дается определение понятиям «дискурс», «политический дискурс», «предвыборный дискурс», «манипуляция», «дискурс-анализ», «коммуникативная стратегия», «коммуникативная тактика», «коммуникативный ход». На основании представленных научных подходов был сформирован собственный понятийно-категориальный аппарат.

В третьей главе представлено исследование коммуникативной стратегии самопрезентации. На основе анализа предвыборных речей кандидата в президенты США Хиллари Клинтон были выделены

коммуникативные тактики, заложенные в основу агитационных выступлений. Каждая тактика была исследована на предмет использования различных языковых средств с помощью описательного анализа и интерпретирована с помощью дискурс-анализа.

В заключении приводятся основные выводы и результаты исследования.

Библиографический список содержит 83 наименования используемых источников.

В приложении отображено методическое применение данного исследования.

На защиту выносятся следующие положения:

1. В предвыборном дискурсе коммуникативная стратегия самопрезентации выражена ярче, чем другие стратегии в силу того, что данная стратегия направлена, прежде всего, на построение собственного имиджа и на самовосхваление.

2. В коммуникативной стратегии самопрезентации преобладают тактики отождествления, солидаризации, оппозиционирования, дискредитации, призыва к действиям и обещания. Они позволяют создать весомое впечатление о кандидате и помогают достичь желаемого прагматического эффекта в отношении целевой аудитории.

3. Эффективность предвыборного дискурса зависит от умения политических деятелей ориентировать избирателей в информационном пространстве дискурса, убеждать в превосходстве собственной политической позиции и стимулировать их на выполнение определенных действий, дискредитировать политических оппонентов и объединять сторонников.

3. Каждое выступление имеет свои языковые особенности, которые используются для влияния на избирателей и отвечают основной функции предвыборного дискурса.

ГЛАВА I. ПОНЯТИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

1.1 Понятие дискурса в лингвистике

Различные словари придерживаются совершенно разных определений. Так, одно из определений гласит, что дискурс – это связный текст в совокупности с различными жизненными, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст в событийном аспекте [Жеребило 2010: 115]. По мнению Арутюновой Н.Д. понятие «дискурс» довольно близко по смыслу к термину «текст», однако подчеркивает динамический характер и «погруженность в жизнь» [Арутюнова 1999: 137]; в то время как, текст мыслится преимущественно как статический объект, «словесная запись вербального представления» [Михальская 1998:68]. И действительно, эту идею можно проследить в терминологическом словаре, который описывает дискурс как речь в условиях реальной коммуникативной практики, живого общения. Однако некоторые лингвисты считают, что дискурс представляет собой комплексное понятие, которое нельзя ограничить только текстом или устной речью. Согласно Е.И. Шейгал дискурс представляет собой довольно широкое понятие, включающее языковую систему, речевую деятельность и текст. То есть в данном определении рассматривается и динамический процесс языковой деятельности, и ее результат (т.е. текст); именно такое понимание является предпочтительным [Шейгал 2005:18].

Понятие «диалог» также довольно близко к термину «дискурс». Дискурс, как и любой акт коммуникации, подразумевает наличие двух основных ролей – говорящего (автора) и адресата. При этом роли говорящего и адресата могут чередоваться; в этом случае говорят о диалоге. В том случае, если на протяжении дискурса роль адресанта закреплена за одним и тем же лицом, такой дискурс называют монологом.

Так как структура дискурса предусматривает наличие двух совершенно противоположных ролей – говорящего и адресата, поэтому сам процесс коммуникации может рассматриваться в этих двух направлениях. Моделирование процессов построения (порождения, синтеза) дискурса – не то же самое, что моделирование процессов понимания (анализа) дискурса. В науке о дискурсе выделяются две различные группы исследований – те, которые изучают построение дискурса (например, выбор лексического средства при назывании некоторого объекта), и те, которые анализируют восприятие дискурса адресатом (например, вопрос о том, как слушающий понимает редуцированные лексические средства типа местоимений и соотносит их с теми или иными объектами). Более того, есть еще третье направление – рассмотрение процесса коммуникации с точки зрения самого текста, возникающего в процессе дискурса (например, местоимения в тексте можно рассматривать безотносительно к процессам их порождения говорящим и понимания адресатом, просто как структурные сущности, находящиеся в некоторых отношениях с другими частями текста).

Междисциплинарное направление, которое исследует дискурс, а также соответствующий раздел лингвистики имеет название – дискурсивный анализ (*discourse analysis*) или дискурсивное исследование (*discourse studies*). Несмотря на то, что языковое взаимодействие на протяжении столетий было содержанием таких дисциплин, как риторика и ораторское искусство, а затем – стилистики и литературоведения, как собственное научное направление дискурсивный анализ зародился лишь в последние десятилетия. Это произошло в условиях доминирующей в лингвистике на протяжении большей части 20 века противоположно направленной тенденции – борьбы за «очищение» науки о языке от изучения речи. Ф. де Соссюр считал, что «истинный объект лингвистики – языковая система (в противоположность речи)», Н.Хомский призвал лингвистов «изучать языковую компетенцию и абстрагироваться от вопросов употребления языка». В последнее время, однако, когнитивные установки в науке о языке начинают меняться, и

начинает преобладать точка зрения, что никакие языковые явления не могут быть адекватно поняты и описаны вне их употребления, без учета их дискурсивных аспектов. Благодаря этому дискурсивный анализ занимает один из центральных разделов лингвистики [Дейк 2000:111].

1.2 Политический дискурс

Политический дискурс является ключевым понятием политической лингвистики, который представляет собой особую разновидность дискурса и имеет своей целью завоевание и удержание политической власти. Согласно таким лингвистам как Баранов А.Н., Казакевич О.А., политический дискурс - это совокупность "всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом" [Баранов, Казакевич 1991: 6]. Данное определение представляет широкий подход к содержанию понятия "политический дискурс".

С точки зрения Е. И. Шейгал политический дискурс имеет два измерения: реальное и виртуальное. Под реальным измерением понимается текущая речевая деятельность в определенном социальном пространстве, а также возникающие в результате данной деятельности речевые произведения (тексты), взятые во взаимодействии лингвистических, паралингвистических и экстралингвистических факторов.

Виртуальное измерение дискурса, по мнению Е. И. Шейгал, - это семиотическое пространство, включающее вербальные и невербальные знаки, совокупным денотатом которых является мир политики, тезаурус высказываний, набор моделей речевых действий и жанров, специфических для общения в данной сфере [Шейгал 2005: 27].

Ю. А. Сорокин определяет политический дискурс через его соотношение с идеологическим дискурсом: "Политический дискурс есть видовая разновидность идеологического дискурса. Различие состоит в том,

что политический дискурс эксплицитно прагматичен, а идеологический - имплицитно прагматичен. Первый вид дискурса - субдискурс, второй вид дискурса - метадискурс" [Сорокин 2007: 57].

Итак, в лингвистической литературе термин "политический дискурс" употребляется в двух смыслах: узком и широком. В широком смысле он включает такие формы общения, в которых к сфере политики относится хотя бы одна из составляющих: субъект, адресат либо содержание сообщения. В узком смысле политический дискурс - это разновидность дискурса, целью которого является завоевание, сохранение и осуществление политической власти.

Проанализировав лингвистическую литературу, затрагивающую проблему политического дискурса можно сделать вывод: Общепринятого определения политического дискурса на сегодняшний день не существует, однако его можно представить как многоаспектное и многоплановое явление, как комплекс элементов, образующих единое целое в определенном социально-психологическом контексте, в котором отправитель и адресат наделяются определенными социальными ролями согласно их участию в политической жизни, которая и является предметом коммуникации. Политический дискурс как вид институционального общения располагает системой конститутивных признаков и наделяется рядом функций.

Предназначение политического дискурса - не просто "описать, а убедить, пробудив в адресате намерения, дать почву для убеждения и побудить к действию" [Демьянков 2002:15]. Поэтому эффективность политического дискурса следует определять относительно этой цели.

Политическая власть в большей степени осуществляется с помощью языка, который помогает политику войти в личностную сферу реципиента как с помощью простых приемов (частое употребление местоимения "мы" (вместо "я"), выбор языка (в условиях билингвизма), так и более сложных приемов манипуляции (языковая игра и др.). Говоря о манипуляции, приведем определение психолога Роберта Чалдини. Под манипуляцией

понимается коммуникативное воздействие, которое приводит к актуализации у реципиентов определенных чувств, взглядов, мнений, способов действий, побуждающих их к определенному поведению, выгодному для адресанта. Причем власть языка используется в любых обществах. Так, в условиях диктатуры язык является даже более необходимым средством абсолютного контроля над обществом, чем, например, спецслужбы. В демократическом обществе искусное владение языком эффективно формирует требуемое власти общественное мнение, т.е. также является важным средством завоевания и удержания власти [Чалдини 2014:31].

При исследовании функционирования языка в политическом дискурсе с неизбежностью встают две проблемы - язык власти и власть языка. Различаются они, как нам кажется, следующим: язык власти – это использование различных языковых средств, которые исследуются общей лингвистикой. А власть языка – это воздействие на массовое сознание с помощью данных языковых средств, что является предметом изучения политической лингвистики.

Речь политика должна уметь затронуть нужную струну в общественном сознании, его высказывания должны укладываться во "вселенную" мнений и оценок (то есть, во все множество внутренних миров) реципиентов политического дискурса. Поэтому умелый политик оперирует символами, архетипами и ритуалами, созвучными массовому сознанию.

Речь политика не всегда аргументирована и логически связна, и это неслучайно. Иногда достаточно просто дать понять, что позиция, в пользу которой выступает политик, находится в интересах адресата. Защищая эти интересы, можно еще воздействовать на эмоции, играть на чувстве долга, на других моральных установках.

Успех внушения во многом зависит от качеств личности того, к кому обращена речь, например, от степени его доверчивости (так, существует патологическая доверчивость на одном полюсе и патологическая подозрительность на другом). Изменить установки адресата в нужную

сторону можно, в частности, манипулируя ее композицией, например, поместив защищаемое положение в нужное место дискурса.

Власть языка противоречива. С одной стороны, она, казалось бы, должна быть очевидна любому мыслящему человеку. Но с другой стороны, для того, чтобы политики могли влиять на общество посредством языка, большинство населения не должно осознавать роль языка в полной мере. При этом даже сами политики не всегда признают главнейшую роль языка в политическом дискурсе.

1.3 Функции политического дискурса

В отличие от конститутивных функций языка в целом, более частный характер имеют функции, выполняемые отдельными единицами языка, а также связанные с употреблением языка в определенных ситуациях общения. Типовые ситуации коммуникации в той или иной сфере общественной жизни выявляются в рамках сформировавшихся в социуме социальных институтов и предполагают типовые статусно-ролевые характеристики участников общения и прототипное место общения. Отличительные черты каждого вида дискурса выявляются не только через специфичность сферы и участников общения, но также и через его интенциональность. Так, например, целью педагогического дискурса является социализация подрастающего члена общества, передача ему накопленных знаний, социальных ценностей и норм; цель военного дискурса определяется как управление для упорядочивания действий по решению боевых, учебно-боевых и служебных задач.

Основной функцией политического дискурса является его использование в качестве инструмента политической власти (борьба за власть, овладение властью, ее сохранение, осуществление, стабилизация или перераспределение). Однако данная функция является глобальной по отношению к языку политики, следовательно, необходимо говорить об аспектах проявления инструментальной функции в данной сфере.

Р. Дентон и Г. Вудвард подчеркивают противоречивость функций, свойственных политической коммуникации: «Политическая коммуникация выполняет функцию посредника, нередко замещающего собственно прямого физического воздействия, и делает возможным изменения в обществе в сторону упорядочивания, прокладывает путь к компромиссам, делая факты и аргументы достоянием общественности. В то же время это язык фракционности (разделения), противопоставления общества на друзей и врагов. Он может обострить различия до степени непоправимости или, наоборот, сгладить их. Его способность трансформировать общество в лучшую сторону внушает оптимизм, но широко распространенное злоупотребление им вызывает отчаяние. Итак, политическая риторика многолика: она может информировать, воодушевлять, успокаивать, разделять и сеять вражду» [Denton, 1990:39].

Е.И. Шейгал выделяет следующие функции политического дискурса:

1. социального контроля (создание предпосылок для унификации поведения, мыслей, чувств и желаний большого числа индивидуумов, т. е. манипуляция общественным сознанием);
2. легитимизации власти (объяснение и оправдание решений относительно распределения власти и общественных ресурсов);
3. воспроизводства власти (укрепление приверженности системе, в частности, через ритуальное использование символов);
4. ориентации (через формулирование целей и проблем, формирование картины политической реальности в сознании социума);
5. социальной солидарности (интеграция в рамках всего социума или отдельных социальных групп);
6. социальной дифференциации (отчуждение социальных групп);
7. агональную (инициирование и разрешение социального конфликта, выражение несогласия и протеста против действий властей);
8. акциональную (проведение политики через мобилизацию или «наркотизацию» населения: мобилизация состоит в активизации и

организации сторонников, тогда как под наркотизацией понимается процесс умиротворения и отвлечения внимания, усыпления бдительности).

Мобилизация к действию является одной из наиболее значимых проявлений инструментальной функции языка политики, так как данная функция стимулирует реципиентов к выполнению нужных действий. Стимулирование может осуществляться в форме прямого обращения – в жанрах лозунгов, призывов и прокламаций, а также в законодательных актах. Другим каналом стимулирования к действию является создание соответствующего эмоционального настроения (надежда, страх, гордость за страну, уверенность, чувство единения, циничность, враждебность, ненависть). И, наконец, стимулировать ответные действия могут речевые акты, являющиеся заместителями действий – угроза, обещание, обвинение. Например, угроза применения силы может привести к окончанию забастовки, обещание поддержки в международном союзническом договоре будет сдерживать потенциального агрессора, боязнь обвинений в нарушении прав человека удержит правительство от преследования диссидентов. Важным стимулом к политическим действиям служат такие речевые акты, как выражение поддержки и доверия [Шейгал 2005:46].

К приведенным выше функциям следует добавить еще некоторые функции языка политики, на которые сделал акцент в своей работе Д. Грейбер: распространение информации (information dissemination), «определение повестки дня» (agenda setting), проекция в будущее и прошлое (projection to future and past) [Graber 1981:196].

Распространение информации о положении дел в политической сфере – одна из наиболее важных функций политического дискурса по отношению к народным массам. Это обусловлено тем, что люди преимущественно напрямую не соприкасаются с миром политики, и база их знаний в этой области складывается главным образом на основе предлагаемых им вербальных «картинок», а не на основе собственного опыта политического участия. Сведения о положении дел могут быть реализованы в форме

описаний, мнений, сравнений, выводов и обобщений; они могут быть осуществляться в самых разнообразных формах – неформальная беседа, интервью, пресс-конференция, послание конгрессу и т.д.

Помимо явной, эксплицитной информации, эти сообщения могут содержать скрытый, имплицитно-коннотативный слой информации, (эмотивно-окрашенные ключевые слова, выражающие базовые политические ориентации и ценности, патриотические символы, эвфемизмы и пр.). Имплицитная информация может быть также получена выводным путем, «чтением между строк»: значимым может оказаться то, где и когда, при каких обстоятельствах сообщается информация, манера изложения, использование невербальных средств (интонация, мимика, жесты). Аудитория может сделать вывод об уровне культуры и интеллекта оратора, о его политических предпочтениях (хотя сам он об этом прямо заявлять не будет), о его открытости и искренности, агрессивности или способности к компромиссам.

Функция «определение повестки дня» подразумевает вынесение определенных вопросов в центр общественного внимания. Ведется контроль над распространением информации: в зависимости от того, изберут ли политические деятели ту или иную тему для публичного обсуждения, она будет находиться в центре или на периферии общественного внимания. В свою очередь, вопросы, попавшие в центр внимания, обуславливают характер действий, предпринимаемых общественностью. Анализируя воплощение данной функции, Д. Грейбер отмечает действие «эффекта гало» (*гало* – светящееся кольцо вокруг источника света): значимость фигуры политика вызывает дополнительный интерес к выдвигаемой проблеме [Graber 1981:198]. Политики, как правило, стараются исключить из повестки дня темы, обсуждение которых может представить их в невыгодном свете; особенно ярко это проявляется в период предвыборных кампаний.

Функция проекции в будущее и прошлое посвящена прогнозированию будущего и размышлениям о прошлом (воссозданию прошлого). Прошлое

предоставляет примеры и доказательства положительного или отрицательного опыта, обращение к которым используется как аргументативный прием. Проекция в будущее содержит прогнозирование результатов выбора той или иной альтернативы (светлое будущее или конец света), идеализированный образ будущего и всеобщего процветания в случае проведения политики того или иного кандидата. В связи с этим ведущим коммуникативным ходом при проведении избирательных кампаний является обещание. Существуют и другие официальные жанры политического дискурса, планы которых главным образом ориентированы на будущее – партийная программа, инаугурационное обращение, политическая реклама.

Выводы по I главе

В первой главе нашего исследования мы ознакомились с теоретическими основами изучения дискурса и политического дискурса.

Дискурс представляет собой комплексное и неоднозначное понятие. До сих пор не существует единого определения дискурса, но многие лингвисты выявляют присущие ему черты такие как диалогичность, согласованность, контекстуальность, логическая организованность. Следовательно, можно сделать вывод, что дискурс является коммуникативным явлением, которое может быть выражено как устно, так и письменно. Дискурс состоит из предложений, связанных между собой логически и по смыслу. Коммуникация реализуется при конкретных обстоятельствах, которые характеризуются временными, пространственными и различными внутренними и внешними факторами, и включает в себя вербальное и невербальное поведение.

Дискурс является одним из инструментов политики благодаря своей воздействующей способности. Мы заключили, что политический дискурс является разновидностью дискурса, который применяется в социально-политической сфере коммуникации, и который характеризуется присущими ему чертами, такими как использование собственной символики, определенной организации текстов, использовании конкретных выражений и терминологии, и наделяется рядом функций. Политический дискурс выражает отношения между институтом власти и социумом, при этом значимое место в этой системе отводится самому политику.

Основной целью политического дискурса является его использование в качестве инструмента политической власти. Другие цели проявляются в информировании, в воздействии на аудиторию (на граждан страны), навязывании им определенных установок и мотивации к совершению каких-либо действий.

Среди функций можно выделить функции социального контроля, воспроизводства власти и её легитимизации, социальной солидарности, ориентации и дифференциации, агональности и акциональности.

Жанровое разнообразие политического дискурса включает такие виды, как предвыборный дискурс, пресс-конференции, интервью, саммиты, выступления на митингах и другие.

Для анализа политических текстов (устных и письменных) используется метод дискурс-анализа, при котором исследуются скрытые значения, дается интерпретация данного текста, выявляется реакция аудитории. Кроме того, используется дескриптивный анализ, целью которого является исследование всех риторических средств воздействия.

ГЛАВА II. ПОНЯТИЕ ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА

2.1 Предвыборный дискурс

Реализация таких критериев, как набор выполняемых функций, наличие цели и событийности, то есть коммуникативной ситуации, позволяет определять предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации. Жанр предвыборного дискурса исследуется не только политической лингвистикой, но также находится в сфере интересов таких наук, как лингвистика текста, прагмалингвистика, социолингвистика, политология, социология, теория аргументации, риторика и ряда смежных наук. В зарубежной политической лингвистике предвыборный дискурс является предметом изучения политической риторики.

Согласно Гайковой О.В. предвыборный политический дискурс — это речевой жанр, который является сложным коммуникативным событием и одновременно — вербальным оформлением этого коммуникативного события, и имеет определенный состав участников, отличается публичностью и официальностью, например, публичное выступление кандидата на пост президента по случаю его выдвижения одной из партий. Такая речь содержит в себе побуждения и призывы к действиям, отражает убедительную позицию адресанта и отличается особым эмоциональным настроением [Гайкова 2004: 6].

Для предвыборного дискурса, как и для политического, центральными концептами являются «власть» и «политик», но при этом центр тяжести концепта «власть» смещается на такой его составляющий, как «борьба за власть» [Шейгал 2005: 57].

Еще одним отличительным аспектом предвыборного дискурса является его диалогичность. Известно, что политический дискурс существует в письменной и устной формах, а в рамках последней выделяют такие разновидности, как диалог и монолог.

Монологическим выступлениям предвыборного дискурса характерна диалогичность, так как в своем обращении политический деятель не только объясняет свою политическую позицию, аргументирует и отстаивает свое право на власть, но также ведет заочную полемику с оппонентами, пытается убедить в своей правоте сторонников других кандидатов и сохранить доверие своих сторонников, чтобы получить большую поддержку на выборах.

Предвыборный дискурс обладает всеми признаками политического дискурса и выполняет все характерные для него функции, однако существует значительная особенность, которая позволяет выделять его как самостоятельный дискурс в рамках (более широкого) политического — это тот факт, что предвыборный дискурс относится к строго определенной коммуникативной ситуации и имеет четкие временные рамки, называемые агитационным периодом и регламентированные законом. Именно это обуславливает специфику предвыборного дискурса и лишает его смысла вне установленных временных рамок.

Исследователи политического дискурса, такие как Паршина О.Н, Чудинов А.П., Шейгал Е.И. и Руженцева Н.Б., выделяют еще одну его важную особенность — тематическую направленность. Если в других жанрах политического дискурса количество и содержание практически ничем не ограничено, то в рамках предвыборного дискурса они неизбежно концентрируются на деятельности тех или иных кандидатов или политических объединений — участников предвыборной кампании.

Основной задачей предвыборного политического дискурса является внушение адресатам (избирателям, гражданам общества) необходимости реализации «политически правильных» действий и/или оценок. Воздействие на сознание реципиента может оказываться различными способами, и ориентировано на изменение изначально существующей у индивида картины политического мира с помощью внедрения в сознание адресата определенных мнений, отношений и/или установок.

Чаще всего это происходит не прямо (например, особым речевым формулированием) и необязательно связано с ложью и искажением фактов [Сорокин 2007: 15].

Таким образом, принимая во внимание характерные черты предвыборной агитации, можно определить предвыборный дискурс как особый жанр политического дискурса, представленный в виде совокупности устных и письменных текстов, содержащих материалы агитационного характера, имеющих определенную тематику и распространяемых в строго регламентированные временные промежутки. Основной функцией этих текстов является воздействие на сознание адресата коммуникации (потенциального избирателя) для того, чтобы подтолкнуть его к выполнению действий или навязать установки, которые могут не совпадать с его собственными интересами, но будут выгодны адресанту.

2.2 Признаки предвыборного дискурса

Предвыборный дискурс обладает рядом конститутивных признаков.

1) Институциональность. Предвыборный дискурс относится к социальному институту политики. Политический институт представляет собой совокупность общественных отношений и норм, которые регулируют политическое функционирование общества. Одним из составляющих политического института выступает институт выборов. Коммуникация, которая складывается внутри данного института среди его участников, рассматривается как предвыборный дискурс, то есть общение коммуникантов с точки зрения их институциональной принадлежности.

2) Ритуальность. Ритуальность предвыборного дискурса выражается в его предписывающем характере, сценарности; в его цикличности и повторяемости; определенном наборе участников, которые реализуют установленный ритуалом порядок действий. Так, любая избирательная кампания представляет собой давно сформировавшийся ритуал с

устоявшимся сценарием: каждые четыре года избиратели приходят на избирательный участок, чтобы проголосовать за того или иного кандидата. При этом и участие политических деятелей, и участие избирателей воспринимается как своеобразная ритуальная игра, в которой «действующим лицам» предлагается «надеть маски» и выступить в различных ролях. Именно поэтому политическую арену нередко отождествляют с театральными постановками, основными действующими лицами в которых являются «актеры-политики» и «зрители-избиратели» [Баталов 1990: 218-224].

3) Театральность. Предвыборная кампания может быть рассмотрена как театральное действие со своими «актерами» и «зрителями», чьи роли исполняют кандидаты на пост президента и их электорат [Гайкова 2004:7];

4) Символичность. Семиотическое пространство предвыборного дискурса образует вербальная и невербальная система знаков. В семантике этих знаков отражается реальность мира политики, которая трактуется тем или иным лингвокультурным сообществом [Шапочкин 2014: 104]. К вербальным знакам относят слова и устойчивые словосочетания, к невербальным – флаги, эмблемы, здания, памятники, т.е. своеобразные артефакты.

5) Конвенциональность. От латинского *conventio* – «соглашение». Данный признак представляет собой один из способов привлечения избирателей на свою сторону посредством заключения с ними соглашения в результате «торга», в котором кандидаты выступают «продавцами», а избиратели – «покупателями».

6) Дистанцированность характеризует политический дискурс в целом; заключается в разделении политиков и народа физически, психологически, коммуникативно. В предвыборном дискурсе пропасть между кандидатами и избирателями зачастую преодолевается для того, чтобы расположить к себе реципиентов и способствовать формированию доверительных связей.

7) Агитационность обусловлена направленностью предвыборного дискурса на воздействие на целевую аудиторию.

8) Публичность и масс-медийность. Средства массовой информации играют ключевую роль в создании информационного пространства предвыборной коммуникации, но не в формировании электорального решения.

9) Прогностичность прослеживается в попытках населения, самих кандидатов, всего международного сообщества предугадать результат предстоящих выборов.

Помимо конститутивных признаков О.В. Гайкова рассматривает несколько аспектов риторического воздействия предвыборного дискурса: пафос, логос и этос.

Пафос предполагает обращение к чувствам и эмоциям электората; детерминируется таким свойством предвыборного дискурса как манипулятивность.

Логос ссылается на апелляцию к разуму адресата, что подразумевает наличие аргументативности.

Обращение к этосу трактуется как апелляция к морально-этическим устоям и принципам нации и раскрывается в риторических топосах, выражающих универсальные, национальные и групповые ценности [Гайкова 2004:7].

2.3 Функции предвыборного дискурса

Предвыборный дискурс обладает определённым набором функций. В силу того, что предвыборное выступление – это, прежде всего, устная публичная речь, ведущей функцией будет выступать убеждающее воздействие при подчиненной роли информирования [Неверов 1985: 55].

Что касается ораторского искусства в целом (и предвыборного дискурса в частности), то, согласно Н.Н. Кохтеву, для него характерны следующие функции:

- 1) информативная функция;
- 2) функция разъяснения;
- 3) функция убеждения;
- 4) функция призыва или побуждения к действию;
- 5) императивная функция;
- 6) волюнтативно-личностная функция.

Информативная функция и функция разъяснения обеспечивают распространение информации о политических деятелях, их программных установках, профессиональном опыте и достижениях, и предоставляют избирателям свободный доступ к этим сведениям.

Функция убеждения используется политиками для того, чтобы убедить аудиторию в чем-либо. В том случае, если политик воздействует на эмоции и чувства реципиентов, стимулируя их на выполнение какого-то действия, то вступает в силу функция призыва или побуждения к действию.

Императивная функция подразумевает постановку конкретных задач аудитории и демонстрацию их обязательной реализации.

Волюнтативно-личностная функция сопряжена с ролью авторитета оратора среди слушателей, так как выполняет задачу воздействия на волю и разум реципиентов для достижения определенной цели [Кохтев 1992: 111].

Также выделяют общеязыковые функции – коммуникативная, когнитивная и эмоциональная, которые в предвыборном дискурсе актуализируются особым образом. Они прослеживаются в рамках специфических, присущих только этому жанру, функциях, таких как:

- 1) воздействующая;
- 2) инспиративная;
- 3) агитационно-пропагандистская [Гайкова 2004:8].

Воздействующая функция связана со стремлением политического деятеля убедить электорат выполнить определенные действия (в данном случае проголосовать) и реализуется посредством апелляции к чувствам и эмоциям избирателей.

Инспиративная функция воодушевляет нацию на предстоящие свершения и прославляет традиционные ценности. Реализация данной функции происходит за счет использования ссылок на историческое прошлое и традиции, использования эмоционально-экспрессивных средств и обращений к великому будущему. Инспиративная функция предвыборного дискурса тесно связана с воздействующей функцией. Согласно Е.И. Шейгал инспиратив доказывает свою эффективность именно в сфере идеологического воздействия в целях агитации и пропаганды [Шейгал 2005:274], что также подтверждает прямую связь инспиративной и агитационно-пропагандистской функций.

Использование агитационно-пропагандистской функции способствует популяризации и внедрению в сознание электората идей и мировоззрения партии, представителем которой является кандидат.

2.4 Жанры предвыборного дискурса

Проблеме жанровой организации предвыборного дискурса в лингвистической науке уделяется немало внимания со стороны исследователей. Классификация, систематизация жанрового репертуара проводится по разным критериям, а перечень жанров, характерных для предвыборного дискурса, постоянно пополняется, что можно объяснить масштабностью пространства бытования предвыборного дискурса: теле - радиоэфир, газеты, сеть Интернет и т.д.

Коммуникативная компетенция политика, которая заключается в умении пользоваться различными речевыми жанрами, играет немаловажную роль в успехе предвыборной коммуникации. Учитывая тот факт, что

предвыборный дискурс включается в дискурс политический, можно воспользоваться классификацией жанров политического дискурса, предложенной Р. Водак.

Учёный выделяет группы жанров, которые относятся к сфере действия (fieldsofaction) и к сфере контроля (fieldsofcontrol).

Жанры предвыборного дискурса, относящиеся к сфере действия, выполняют, согласно автору, функцию «формирования общественного мнения и саморепрезентации политика» [Водак 2000:286-291]. В эту группу можно отнести такие жанры как: теледебаты, пресс-релизы, выступления на митинге, пресс-конференции, интервью, ток-шоу, лекции, статьи и т.д.

Вторая группа жанров, определяемая как сфера контроля, обозначена автором как «политическая реклама, пропаганда и маркетинг» и включает жанры предвыборной программы партии, листовки, лозунга, объявления, плаката, почтовой рассылки и т.д. Очевидно, что такая классификация является условной, так как функции предвыборного жанра, направленные на конструирование образа политика и рекламу его политических кампаний, тесно переплетаются и взаимно дополняют друг друга. Например, предвыборная программа партии одновременно и создает определенный имидж политиков, и выполняет функцию «рекламы, пропаганды и маркетинга» [там же:58].

Политическая реклама представляет неотъемлемую часть политической коммуникации, входя в коммуникативный комплекс политического маркетинга. Она подразумевает в краткой, легко запоминающейся и оригинальной форме целенаправленное воздействие на многочисленные электоральные группы [Ольшанский 2003: 256-272].

К видам политической рекламы относят предвыборные видео-радиоролики, газетную и журнальную публикацию; активно используют и различного рода полиграфическую продукцию. В частности, к жанрам политической полиграфии можно отнести: плакаты, афиши, буклеты, брошюры, листовки, агитационные газеты и многое другое.

Суть политической рекламы как гипержанра заключается в том, чтобы пропагандировать материалы политического характера с целью ее влияния на общественное сознание и поведение потенциальных избирателей. Вследствие этого, в процессе маркетинга осуществляются социологические исследования политического рынка с целью информационного, программного и личностного воздействия на электорат. Разная по форме, содержанию, характеру представления информации политическая реклама способна в короткий срок (напр. период избирательной кампании) воздействовать на электоральное поведение широких масс населения, дополняя стратегический арсенал политик – кандидата.

2.5 Речевые стратегии и тактики

Коммуникативная роль, социальный статус, ситуации общения и другие факторы обуславливают речевое поведение политического деятеля. Более того, чтобы добиться определённой цели коммуникации адресант планирует свое речевое поведение, используя стратегические и тактические принципы.

Стратегия заключается в планировании процесса речевого общения в зависимости от реальных условий коммуникации и личностей участников коммуникации. Согласно О.С. Иссерс, речевая стратегия представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели [Иссерс 2008:54]. Речевая стратегия может складываться из одной главной коммуникативной цели или нескольких целей адресанта. Успешность общения определяется по достижении максимального количества целей [Дементьев 2010: 34-43].

С.И. Виноградов различает кооперативные и некооперативные речевые стратегии. К кооперативным стратегиям исследователь относит разные виды информативных и интерпретативных диалогов (например, диалог-сообщение, спор, обмен мнениями, признание и др.). К некооперативным

стратегиям относятся диалоги, основой которых является несоблюдение правил речевого общения, которые имеют форму конфликтов, ссор, обвинений, угроз, и выражают агрессию, злобу, насмешку и т.д. [Виноградов 2015:315].

Для реализации стратегии могут использоваться разнообразные тактики, которые могут видоизменяться в зависимости от ситуации коммуникации. В процессе общения говорящий регулирует линию своего речевого поведения в зависимости от поведения собеседника. В политическом предвыборном дискурсе одерживает победу тот, кто лучше владеет коммуникативными тактиками, и способен повлиять на мировоззрение и поведение реципиента [Чудинов 2012: 77].

Как отмечает С.И. Виноградов, кооперативные стратегии обладают большим диапазоном тактик для установления связи между участниками коммуникации, для удержания интереса собеседников, для стимуляции внимания и пробуждения заинтересованности к участникам общения. В таком случае часто употребляются слова-символы и клишированные конструкции. В ситуациях общения, где присутствуют элементы информативной стратегии или стратегии побуждения к действию широко применяются тактики скрытого выражения смысла или способа информирования и внезапной смены предмета обсуждения. Молчание является важным приемом реализации целого ряда тактик при кооперативной и некооперативной стратегии. Молчание может заменять реплики утверждения, одобрения, обещания, просьбы, недовольства, согласия, ожидания, запинки, оценки или завершения разговора. Функция молчания в структуре диалога раскрывается исходя из речевой ситуации [Виноградов 2009:320].

В условиях политического дискурса наблюдается активное использование конфронтационных стратегий и тактик таких как: угрозы, шантаж, игнорирование, дискредитирование, клевета, наклеивание ярлыков, оскорбления, саботаж. Коммуникативный саботаж определяется как способ

речевого воздействия, при котором происходит игнорирование реплики собеседника, уход от ответа, уклонение от темы, смена тематики разговора, навязывание своей темы разговора или нежелание продолжать беседу (отказ, возражение, возмущение и отрицание) [Андреева 2007:61-72].

Коммуникативный саботаж в политическом дискурсе подобен демагогии как пространному размышлению, он менее экспрессивен, отличается использованием уже известной информации, соскальзыванием на знакомые темы, в рамках которых человек чувствует себя более свободно. В политическом дискурсе саботаж часто подразумевает использование стандартных, шаблонных выражений, а также уклонение от темы и манипулирование уже известными данными. Коммуникативное саботирование часто становится переломным моментом в развитии диалога исходя из точки зрения кооперации / некооперации общения. С одной стороны, саботаж может стать источником конфликта, с другой – являться инструментом нейтрализации конфликта. Коммуникативное саботирование является указателем незаинтересованности саботирующего в дальнейшем общении и провоцирует прекращение коммуникации. Настойчивые переспросы, настаивание на своем часто обуславливают повторное использование коммуникативного саботажа. Наиболее частым путем развития диалога после использования коммуникативного саботирования в политическом дискурсе является смена темы, затем с большим отрывом следует повторный коммуникативный саботаж.

Представленные стратегии и тактики сопоставляются определённым образом с функциями сообщений, выделенные В.Л. Бенуа в предвыборном политическом дискурсе. Исследуя предвыборный дискурс, В.Л. Бенуа раскрывает три функции сообщений кандидатов, принимающих участие в избирательной кампании. Прежде всего, сообщения кандидата должны восхвалять его самого [Бенуа 2009: 92-119], демонстрируя нужные качества или взгляды кандидата, которые являются привлекательными для избирателей. Однако избыточное восхваление может привести к

противоположному эффекту. Второй функцией сообщений является нападение, критика или дискредитация оппонента. Определение слабых сторон, компрометирующих фактов, недостатков оппонента способно сделать его менее привлекательным для избирателей, положительно воспринимающих тактику нападения. Некоторые исследования демонстрируют, что электорат более расположен положительно воспринимать нападки на представляемые кандидатом программные установки, чем на личность, поэтому некоторые нападения могут спровоцировать противоположный результат, при котором избиратели предпочтут нападающему объект нападения. С другой стороны, грамотно оперируя методом нападения, кандидат может вызвать сомнения и подозрение у избирателей по отношению к своему оппоненту. Анализ политических телепередач накануне президентских выборов выявил, что метод нападения чаще использовали кандидаты с минимальными шансами на победу [Бенуа 2009: 92-119].

Третьей функцией сообщений в рамках предвыборной кампании является защита, которая делает возможным предотвращение дальнейшего поражения от нападков оппонентов и позволяет вернуть шансы кандидата, частично утраченные вследствие нападений. Однако защита обладает рядом недостатков: (1) реакция кандидата на нападение может поставить его в защитную позицию на продолжительный период времени; (2) предметом нападков в большинстве случаев являются слабые положения кандидата, вследствие чего ответная реакция способна выявить его некомпетентность; (3) кандидат должен быть способен выявить тему, в рамках которой его критикуют, и лишь затем принимать ответные меры.

Исследования В.Л. Бенуа продемонстрировали, что победившие на президентских выборах кандидаты в своих предвыборных выступлениях в большей степени касались тем относительно своих политических предложений, нежели своих личных качеств. Согласно учёному, при

функциональном подходе у тактики восхваления нет недостатков, у тактики нападения - один недостаток, у тактики защиты – три.

Функциональный подход В.Л. Бенуа комбинирует в себе анализ функций (восхваление, нападение, защита) и тем («политика», «личность»). Что касается темы «политика» предвыборного дискурса, то исследователь выделяет здесь три компонента: поступки, планы и общие цели. Относительно темы политической «личности», то в ней акцентируются такие составляющие как личные качества, лидерские качества и идеалы, которые должны быть чётко выражены в предвыборных речах [Бенуа 2009: 92-119]. Например, анализируя президентскую кампанию 2016г. можно пронаблюдать, что кампании Хиллари Клинтон и Дональда Трампа были четко спланированы. Оба кандидата представляли свои планы, критиковали своего оппонента и объясняли свои действия. Однако в данной кампании критика касалась личности с множеством обвинений и компрометирующих фактов, что заметно сместило фокус с их политических программ.

Таким образом, в предвыборном политическом дискурсе могут быть реализованы как коммуникативные, так и некоммуникативные (конфронтационные) стратегии и тактики, связанные с нападением на оппонента, защитой от нападения противника и самовосхвалением.

Выводы по II главе

Во второй главе настоящего исследования мы изучили предвыборный дискурс, его основные признаки и функции, а также рассмотрели определение речевой стратегии и коммуникативной тактики.

Предвыборный дискурс представляет собой стандартизированный образец коммуникативно-когнитивного поведения кандидатов на пост президента страны, обусловленный определенными стандартами организации и проведения агитационной кампании и устоявшимися стереотипами составления и интерпретации предвыборных текстов. Предвыборный дискурс является частной разновидностью политического дискурса, структурные составляющие которого соответствуют структурным составляющим политического дискурса, но характеризуются собственными отличительными чертами, которые выражают респонсивные изменения коммуникативных интенций политиков и способов их реализации при проведении избирательных кампаний.

Эффективность предвыборного дискурса напрямую зависит от способности кандидатов задавать правильное направление для избирателей в информационном пространстве дискурса, манипулировать ими, уверяя в превосходстве собственных политических взглядов и стимулировать их на выполнение определенных действий, политически выгодных кандидату, компрометировать своих политических оппонентов и объединять сторонников. Потребность в правильной организации предвыборной коммуникации в указанных направлениях обуславливает формирование в предвыборном дискурсе коммуникативных стратегий и тактик. Специфический отбор политическими деятелями речевых тактик, манифестирующих предвыборные стратегии, продиктован основной целью коммуникации и особенностями каждого отдельного жанра предвыборного дискурса.

Языковое своеобразие текстов представлено на морфологическом, лексическом и синтаксическом уровнях. Политики активно оперируют стилистическими тропами и фигурами речи, которые способствуют реализации коммуникативных намерений оратора.

В предвыборном дискурсе оперирование стратегиями и тактиками направлено, прежде всего, на построение имиджа, затем на дискредитацию оппонента и самозащиту. Очевидно, что кандидаты, используя функции восхваления, нападения и защиты в своих сообщениях, способны формировать предпочтения избирателей. Реализации ключевой цели предвыборного дискурса – построению имиджа – служит использование стратегии самопрезентации.

ГЛАВА III. КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ

Предвыборный политический дискурс отличается тем, что воздействие на аудиторию превалирует над информативностью. Кандидаты на пост президента пытаются агитировать различные электоральные группы отдать свой голос их кандидатуре и оперируют в своей речи всеми доступными средствами воздействия на потенциальных избирателей.

Предвыборный политический дискурс – это напряжённая борьба за власть, в которой победителем обычно становится тот, кто лучше владеет речью, кто способен создать в сознании адресата необходимую манипулятору картину мира [Чудинов 2012:71].

В настоящей главе рассматриваются различные лингвистические средства (лексические, стилистические и синтаксические) воздействия, речевые ходы и тактики, используемые в предвыборной кампании кандидата в президенты США от Демократической партии Хиллари Клинтон, проходившие в период с июня 2015 года по ноябрь 2016 года. Дескриптивный анализ предвыборного политического дискурса на материале индивидуального предоставит конкретный практический материал для последующего моделирования предвыборного политического дискурса, выдвинутого в качестве основной цели данного исследования.

3.1 Формы речевого воздействия стратегии самопрезентации в предвыборном политическом дискурсе

Речевое воздействие определяется как своеобразная организация деятельности реципиента, которая может привести к изменению политических взглядов не только самого адресата, но и целой группы людей, на которых реципиент может оказать влияние, таким образом, изменяя систему политической ситуации в целом. Согласно А.П. Чудинову, речевое воздействие в предвыборном дискурсе является, с одной стороны, средством

побуждения потенциального электората к определенным действиям (выборам конкретного кандидата), с другой стороны, средством борьбы со своим оппонентом [Чудинов 2006:32].

Рассмотрим реализацию речевого воздействия в предвыборном дискурсе, которое может быть передано прямо (эксплицитно) и косвенно (имплицитно).

В эксплицитном речевом воздействии можно обнаружить прямой призыв к действиям. Эксплицитное воздействие характеризуется использованием модальных глаголов, выражающих долженствование и необходимость выполнения действия, и глаголов повелительного наклонения для демонстрации прямого призыва к действию.

(1) *«We are builders and we need to get back to building! So we're making progress, none of us can be satisfied until the economic revitalization we're seeing in some parts of Michigan reaches every community»* [1]. Мы строители и нам нужно вернуться к строительству. Таким образом, мы добиваемся прогресса, никто из нас не сможет быть доволен до тех пор, пока возрождение экономики, которую мы видим в некоторых районах Мичигана, не достигнет каждого его сообщества.

(2) *«Look around you, my friends. Go visit with the workers building rockets. That doesn't happen in third-world countries»* [2]. Посмотрите вокруг себя, мои друзья. Посетите вместе с работниками ракетостроительный комплекс. Такого вы не увидите в странах третьего мира.

В данных примеров используются модальные глаголы «need», «can» и глаголы повелительного наклонения «look», «go».

В эксплицитном речевом воздействии реализуется тактика обещания. Кандидат как бы объясняет то действие, к которому он призывает, положительным результатом для избирателя.

(3) *«Everything I've done, as first lady, senator, or secretary of State, I've done by listening to people and looking for common ground, even with people who disagree with me. And if you elect me on Tuesday, that's the kind of president I'll be»* [3]. Все, что я сделала, будучи первой леди, сенатором или

госсекретарем, я сделала благодаря тому, что прислушивалась к людям и искала точки соприкосновения даже с теми, кто был не согласен со мной. И если вы выберете меня во вторник, именно таким президентом я и буду.

При использовании эксплицитно выраженного воздействия можно проследить прогноз негативных событий в случае продолжения дискутирования насчет данной ситуации.

(4) *«And if we're serious about keeping our country safe, we also can't afford to have a president who's in the pocket of the gun lobby»* [4]. И если мы действительно хотим сохранить нашу страну в безопасности, мы не можем позволить себе президента, который только выигрывает от оружейного лобби.

В примерах имплицитно выраженного воздействия выражается осуждение существующего общественного порядка, действующей политической власти, что развивает у реципиента негативное отношение к данным объектам и может стимулировать их к выполнению определённых действий.

(5) *«And most of all, don't believe anyone who says, "I alone can fix it." Yes. Those were actually Donald Trump's words in Cleveland. And they should set off alarm bells for all of us. Really? "I alone can fix it?" Isn't he forgetting troops on the front lines, police officers and firefighters who run toward danger, doctors and nurses who care for us? Teachers who change lives, entrepreneurs who see possibilities in every problem, mothers who lost children to violence and are building a movement to keep other kids safe? He's forgetting every last one of us. Americans don't say, "I alone fix can it." We say, "We'll fix it together»* [5]. И более того, не верьте никому, кто говорит «Я сам могу все исправить». Да. Это были слова Дональда Трампа в Кливленде. И это должно нас всех насторожить. Правда? Я сам могу все исправить? Не забывает ли он о войсках на передовой линии фронта, о врачах и медсестрах, которые заботятся о нас? Об учителях, которые меняют жизни, предпринимателях, которые видят возможности в каждой трудности, о матерях, насильно

лишившихся их детей, и, которые зарождают движение в защиту других детей? Он забывает обо всех до единого. Американцы не говорят «Я сам могу все исправить». Мы говорим «Мы сделаем это вместе».

Политик обвиняет другого кандидата в президенты (противоборствующую политическую партию) в том, что «их» не заботят проблемы народа, «они» не обращаются к народу, а соответственно не доверяют ему, ведут антинародную политику. И в данной ситуации оратор предлагает свою кандидатуру, говоря, что он сможет обеспечить единство и вместе с этим величие нации. В данном примере четко прослеживается тактика нападения по В.Л.Бенуа.

Речевое воздействие реализуется в политическом дискурсе в нескольких формах: убеждение, внушение и принуждение.

Убеждение, согласно автору лингвистического словаря Ахмановой О.С., как вербальное аргументированное воздействие на адресата, часто используется некоторыми кандидатами как метод психологического влияния на сознание адресата с помощью изменения его прежнего мировоззрения. Успешное убеждение приводит к определенной трансформации взглядов, а, следовательно, и поведения в целом. С позиции Ахмановой О.С. убеждение основывается на осмысленном принятии человеком какой-либо информации или идей, на их анализе и оценке. Наиболее легко подвергаются убеждению индивиды, которые имеют заниженную самооценку, агрессивное отношение к окружающим или уже сформировавшееся мировоззрение [Ахманова 2004: 367]. Для политического деятеля важно оценивать реципиента, на которого адресовано воздействие, так как успешность убеждения обуславливается интеллектуальным уровнем слушателя, гибкостью его мышления.

(6) *«Hillary will make us stronger together. You know it because she's spent a lifetime doing it. I hope you will do it. I hope you will elect her. Those of us who have more yesterdays than tomorrows tend to care more about our children and grandchildren. The reason you should elect her is that in the greatest country on earth we have always been about tomorrow. Your children*

and grandchildren will bless you forever if you do» [6]. Хиллари сделает нас с вами сильнее. Вы знаете это, потому что она занимается этим всю жизнь. Я надеюсь, что вы сделаете это. Я надеюсь, что вы выберете ее. Те из нас, кто уже прожил долгую жизнь, стремятся заботиться больше о наших детях и внуках. Причина, по которой вам следует выбрать ее, в том, что в величайшей стране на Земле мы всегда были нацелены на будущее. Ваши дети и внуки будут благословить вас вечно, если вы это сделаете.

В данном отрывке из речи Билла Клинтона тактика убеждения репрезентируется благодаря анафорическим синтаксическим конструкциям «I hope». Также здесь присутствует ссылка на обещание светлого будущего и благодарности детей.

Другим способом речевого воздействия выступает внушение – необоснованное воздействие, рассчитанное на реципиента, который воспринимает чужое мнение, не подвергая его критическому осмыслению. Внушение, согласно Ахмановой О.С., осуществляется за счёт эмоционального воздействия говорящего на слушателя и за счёт созвучия взглядов говорящего и ожиданий адресата. Внушение отличается тем, что человек, не аргументируя выдвигаемые им положения, добивается конкретного признания их другим человеком. Степень внушаемости индивида зависит от уровня развития его личности, его самосознания и самооценки, силы воли, возраста, а также от отношения к говорящему, который отличается уверенностью в поведении и решительностью сообщений [Ахманова 2004: 105].

(7) *«It's not just my name and the opponent's name on the ballot. It's kind of country we want for our children and grandchildren. Is America dark and divisive or hopeful and inclusive? Our core values are being tested in this election. But everywhere I go people are refusing to be defined by fear and division. Look, we all know, we've come through some hard economic times and we've seen some pretty big changes, but I believe in our people and I love this country, and I'm convinced our best days are still ahead of us if we reach for them together» [7].*

Это не только имя, мое и оппонента, на бюллетене. Это своего рода страна, которую мы ходим для наших детей и внуков. Америка мрачная и сеющая распри или наоборот, вселяющая надежду и основанная на толерантности и уважении? Наши основополагающие ценности испытываются на этих выборах. Но куда бы я ни пошла, люди отказываются быть связанными со страхом и разобщенностью. Слушайте, мы все знаем, что мы прошли через экономически тяжелые времена, и мы наблюдали довольно сильные изменения, но я верю в наш народ и я люблю эту страну, и я уверена что мы находимся в преддверии наших лучших дней, если мы вместе пойдем навстречу им.

В данном сообщении нет конкретных фактов о проделанной работе политика на благо общества. Есть только призыв сделать выбор, сделать жизнь лучше. Эмоциональное воздействие осуществляется за счет использования контрастов.

Еще один вид речевого воздействия – принуждение – способ воздействия с угрозой негативных для адресата последствий, и более того, как полагает Р. Чалдини, способ разрешения разногласий с применением силы, словесного нападения или манипуляции; при этом человек требует, чтобы его потребности были удовлетворены, а идеи утверждены [Чалдини 2014: 95].

(8) *«These Republicans trip over themselves promising lower taxes for the wealthy and fewer rules for the biggest corporations without regard for how that will make income inequality even worse. We've heard this tune before. And we know how it turns out»* [8]. Эти Республиканцы запутываются в собственных ногах, обещая снизить налоги для богатых и сократить количество законов для больших корпораций, не принимая во внимание, что материальное неравенство в таком случае станет еще хуже. Мы это уже слышали. И мы знаем, что из этого выходит.

В данном заявлении можно проследить пример опосредованного воздействия, которое проявляется через ссылку на политическую кампанию

конкурента для того чтобы предостеречь избирателей от непоправимого ущерба.

Таким образом, речевое воздействие стратегии самопрезентации в предвыборном политическом дискурсе реализуется в эксплицитно или имплицитно выраженной форме убеждения, внушения и принуждения.

3.2 Воплощение тактик стратегии самопрезентации в предвыборном дискурсе

Стратегия самопрезентации или построения имиджа согласно О. С. Иссерс напрямую зависит от того, как происходит взаимодействие участников коммуникации в диалоге и от приемов, которыми пользуется говорящий для оптимизации речевого воздействия.

Стратегия самопрезентации обуславливается рядом факторов, среди которых обнаруживаются такие составляющие, как манера поведения, внешний вид, профессиональный опыт и поступки, и конечно, особенности речи.

Политическая власть базируется на власти воздействия, на управлении людьми, придерживающихся разных политических взглядов, а управление осуществляется через слово. Выбор имиджа реализуется за счет прогнозирования аудитории. Задача расположить к себе электорат является, фактически, коммуникативной стратегией. Способы и пути решения этой задачи рассматриваются как речевые тактики самопрезентации [Иссерс 2008:193].

Проанализировав 50 агитационных обращений Хиллари Клинтон, нами были выделены следующие тактики стратегии самопрезентации:

1. Тактика отождествления
2. Тактика солидаризации
3. Тактика оппозиционирования
4. Тактика дискредитации и нападения

5. Манипулятивная тактика
6. Тактика самозащиты
7. Тактика признания существования проблем
8. Тактика акцентирования положительной информации
9. Тактика обещания
10. Тактика призыва к действиям

В следующих параграфах нашего исследования мы подробно остановимся на анализе коммуникативных тактик стратегии самопрезентации, используемых кандидатом в ходе предвыборной кампании.

3.2.1 Тактика отождествления

Используя тактику отождествления, политик демонстрирует свою принадлежность к определенной социальной, политической или статусной группе.

(1) *«You know, Donald was very fortunate in his life, and that's all to his benefit. He started his business with \$14 million, borrowed from his father, and he really believes that the more you help wealthy people, the better off we'll be and that everything will work out from there. I don't buy that. I have a different experience. My father was a small-businessman. He worked really hard»* [9]. Вы знаете, Дональду улыбалась удача в течение его жизни, и это все что можно сказать о его преимуществе. Он открыл бизнес с 14 миллионами долларов, которые он занял у своего отца, и он на самом деле верит, что чем больше вы помогаете богатым, тем лучше будет для нас, и что все сложится благополучно. Я в это не верю. У меня другой опыт. Мой отец был малым предпринимателем. Он очень много работал.

(2) *«I remember when I had what I thought of as my first real job. Not babysitting, not, you know, just kind of knocking around, but a real job where I had to actually show up someplace and get a paycheck. That was pretty exciting»* [10]. Я помню, когда я у меня было то, что я считала своей первой

настоящей работой. Не подработка няней, знаете, не своего рода бездельничество, а настоящая работа, где я должна была являться в определенное место и получать зарплату. Это было довольно захватывающе.

(3) *«My mother, Dorothy, was abandoned by her parents as a young girl. She ended up on her own at 14 working as a housemaid. She was saved by the kindness of others. Her first-grade teacher saw she had nothing to eat at lunch, and brought extra food to share the entire year»* [11]. Моя мать, Дороти, была оставлена родителями еще совсем маленькой девочкой. Она осталась сама по себе в 14 лет, работая горничной. Она была спасена добротой других людей. Ее первый учитель увидел, что ей нечего было есть на обеде и приносил дополнительно еды, чтобы делиться с ней, целый год.

(4) *«You know, as a senator from New York and secretary of state I've had the privilege of working closely with AIPAC members to strengthen and deepen America's ties with Israel»* [12]. Вы знаете, как сенатор штата Нью-Йорк и госсекретарь я обладала привилегией работать сообща с членами Американско-Израильского комитета по общественным связям и способствовать углублению связей с Израилем.

(5) *«As Secretary of State, Senator and First Lady, I had the honor of representing America abroad and helping shape our foreign policy at home»* [13]. Как госсекретарь, сенатор и первая леди, я имела честь представлять Америку за границей и помогать формировать нашу внешнюю политику внутри страны.

В данных отрывках из речи Хиллари Клинтон четко прослеживается тактика отождествления, сближения с рабочим классом. Политик апеллирует своим собственным опытом и опытом своей семьи, донося данные сведения. Произнося эту речь, Х.Клинтон хочет показать, что она на равных с народом, и тем самым желает только лучшего для него.

Апелляция к власти демонстрирует то, что политик возвращается в определенных политических кругах. Данное отождествление имеет особое

воздействие из-за ссылок на прошлый опыт и на достигнутые результаты, тем самым показывая способность и умение кандидата управлять страной.

Следует обратить внимание на использование прямого обращения к электорату, которым политик вовлекает слушателей в беседу, делая их тем самым активными участниками процесса коммуникации. Использование личных местоимений обусловлено целью коммуникации и придает речи личностный характер.

3.2.2 Тактика солидаризации

Данная тактика подразумевает формирование впечатления общности взглядов, интересов и идей говорящего и реципиента. Для реализации тактики солидаризации используются приемы создания чувства единения и сплочения для того, чтобы добиться психологического созвучия с аудиторией.

(1) *«When I talk like this, Donald Trump likes to say I'm playing the 'woman card.' And I like to say, if fighting for equal pay, Planned Parenthood, and the ability to make our own health decisions is playing the woman card, then deal me in. Now my friends, I come to this issue, of course as a woman, a mother, and a grandmother now. But I also come to it as a former First Lady, Senator, and Secretary of State. Have you ever noticed that the same politicians who are against sex education, birth control, and safe and legal abortion, are also against policies that would make it easier to raise a child – like paid family leave?» [14].*

Когда я заявляю это, Дональд Трамп говорит, что я ставлю на женщин. И мне хотелось бы сказать, если сражаясь за равную оплату труда и возможность заботиться о своем здоровье, Американская ассоциация Планирования семьи ставит на женщин, то я тоже в деле. Я принимаю сейчас это решение, конечно, как женщина, мать и бабушка. Но также как бывшая первая леди, сенатор и министр иностранных дел. Замечали ли вы, что

политики, кто выступает против полового воспитания, контроля рождаемости и безопасного и законного аборта также против политики, которая бы облегчила воспитание детей – например оплачиваемый отпуск по семейным обстоятельствам? (Хиллари Клинтон в речи о правах женщины).

(2) *«Whether you're Mexican, Puerto Rican, Cuban, Latin American, Afro-Latino, whether your family just arrived or has been here since before the United States even existed [cheers], you're not strangers. You're not intruders. You're our neighbors, our colleagues, our friends, our families. You make our nation stronger, smarter, more creative. And I want you to know that I see you and I am with you, and time and again – time and again we have seen that when we invest in the community, when we make it possible for Latinos to get the health care you need, get the education you desire, compete for jobs, start new businesses, pursue your dreams, all of America benefits»* [15]. Неважно, мексиканец вы, пуэрториканец, кубинец, латиноамериканец, афролатиноамериканец, прибыла ли ваша семья только что или жила здесь еще до существования США, вы не чужие. Вы не посторонние. Вы наши соседи, коллеги, друзья, семья. Вы делаете нашу нацию сильнее, умнее и креативнее. И я хочу, чтобы вы знали, что я вижу вас и я с вами, и снова и снова мы видим, что когда мы вкладываемся в дела общины, когда мы делаем возможным для латиноамериканцев получать необходимую медицинскую помощь, желаемое образование, возможность претендовать на получение работы, начать новый бизнес, следовать своим мечтам, тогда вся Америка получает выгоду.

(3) *«It isn't right for a grandmother here in New Hampshire or anywhere else to have to choose between paying rent and buying medicine because a prescription drug company increased the price 4,000 percent overnight. And it isn't right that a cashier that I met here in New Hampshire is paid less than her son for doing the same work even though she's been on the job for more years»* [16]. Это не правильно, что пожилые здесь в Нью-Гэмпшире, да и в любом другом месте вынуждены выбирать между оплатой за жилье и покупкой

лекарств, потому что фармацевтические компании увеличили цена на 4000% в одночасье. И неправильно, что кассир, которую я встретила здесь в Нью-Гэмпшире, зарабатывает меньше, чем ее сын, который делает ту же самую работу, хотя она занимает эту должность уже много лет.

(4) *«We believe honest work deserves honest pay. We believe everyone should have the right to join a strong union that will always have your back. It's personal for me. I'm the granddaughter of a factory worker from Scranton, Pennsylvania»* [17]. Мы верим, что честная работа заслуживает честной оплаты труда. Мы верим, что каждый должен иметь право вступить в сильный профсоюз, который всегда вас защитит. Для меня это личное. Я внучка рабочего с фабрики из Скрэнтон, Пенсильвания.

Приведенные отрывки из речи Х.Клинтон иллюстрируют нам пример вовлеченности в проблему. Политик желает показать народу, что она не просто говорит о проблеме, а имеет такие же интересы по устранению ее. Личная заинтересованность также выражена местоимением «Я» и выражением «для меня это личное». Таким образом, достигается психологическое созвучие с аудиторией, возникает общность взглядов и устремлений, а, следовательно, возникает доверие к политику, произносящему данную речь. Здесь также заметны элементы отождествления с определённым классом лиц (женщина, мать, бабушка, внучка рабочего), что сближает политика с народом; и также апелляция к символам власти (Первая леди, Сенатор, Госсекретарь), что наводит на мысль о том, что государство при её президентстве будет заботиться о его гражданах. Анафорические повторы помогают придать речи экспрессивность и обладают эффектом убеждения. Также повторы помогают создать определенный ритм, при котором речь легче воспринимается слушателями и воздействие осуществляется более эффективно.

3.2.3 Тактика оппозиционирования

Тактика оппозиционирования или разграничения «своих» и «чужих» является традиционным приемом в политическом дискурсе. Цель данной тактики заключается в очернении оппонента через формирование так называемой «МЫ-группы». Разграничение происходит с помощью использования угроз, то есть презентацию негативных последствий для избирателя; с помощью акцентирования различий, возложения вины за определенные действия и указания на наличие потерпевших от данных действий или поступков. Частое использование данной тактики обусловлено тем, что политик для каждой целевой аудитории всегда может подобрать точки соприкосновения, которые будут являться объединяющим фактором.

(1) *«What we all saw and heard on Friday was Donald talking about women. What he thinks about women, what he does to women. And he has said that it doesn't represent who he is, but I think it's clear to anyone who heard it that it represents exactly who he is. Because we've seen this in the campaign. We've seen him insult women, we've seen him rate women. This is who Donald Trump is. And the question our country must answer is — it's not who we are»* [18]. Что мы все видели и слышали в пятницу – так это мнение Дональда о женщинах. Что он думает о женщинах, как он обращается с ними. И он сказал, что это не показывает, кто он на самом деле, но я полагаю, что всем очевидно, кто это слышал, что он из себя представляет. Потому что мы видели это в течении кампании. Мы видели, как он оскорбляет женщин, мы видели как он оценивает их. Это Дональд Трамп. И вопрос, на который должна ответить наша страна – это для нас неприемлемо.

(2) *«So, my friends, there is no 'new' Donald Trump. There never will be. Donald Trump looks at President Obama after eight years as our president. He still doesn't see him as an American»* [19]. Итак, друзья, нет никакого «нового» Дональда Трампа. И никогда не будет. Дональд Трамп смотрит на

Президента Обаму по прошествии восьми лет в качестве нашего президента. Он по-прежнему не видит в нем американца.

(3) *«We can't let Barack Obama's legacy fall into the hands of someone who doesn't understand that, whose dangerous and divisive vision for our country will drag us backwards. Instead, we need to come together»* [20]. Мы не можем позволить, чтобы наследие Барака Обамы попало в руки того, кто не понимает этого, чье опасное и противоречивое видение в отношении нашей страны погубит нас. Вместо этого, мы должны объединиться.

(4) *«And I tried in the debate to draw the contrasts with Donald Trump, who doesn't really have very many plans. You know, I've tried to run a campaign based on issues, he's run a campaign based on insults»* [21]. И я пыталась на дебатах подчеркнуть различия с Дональдом Трампа, у которого на самом деле нет столько планов. Знаете, я старалась проводить кампанию, основанную на проблемах, он проводил эту кампанию, основываясь на оскорблениях.

(5) *«You heard from them, Republicans are spouting the same failed economic policies: trickle-down economics; cut taxes on the wealthy; get out of the way of corporations. We have tried that, it does not work. And it's important to know the facts. And the facts are that our economy does better when we have a Democrat in the White House who cares about creating jobs and raising incomes for Americans»* [22]. Вы слышали от них, Республиканцы разглагольствуют о все той же провальной экономической политике: экономике постепенного стимулирования; снижении налогов для богатых; уходе с пути больших корпораций. Мы пробовали это и это не работает. И важно знать факты. А факты свидетельствуют о том, что наша экономика развивается лучше, когда в Белом Доме находится Демократ, который заботится о создании рабочих мест и поднятии доходов для американцев.

(6) *«A Republican vision and candidates that would drive us apart and divide us. That is not who we are, my friends. I follow their candidates very closely, I understand what they're appealing to, and I intend to stand against it»*

[23]. Видение республиканцев и кандидаты, которые намереваются нас разобщить и разделить. Это для нас не приемлемо, мои друзья. Я внимательно слежу за их кандидатами, я понимаю, к чему они призывают, и я намереваюсь противостоять этому.

В данных заявлениях можно проследить, как Хиллари Клинтон противопоставляет целую нацию и личность Дональда Трампа. Здесь важным фактором является моральная оценка и контраст. С помощью нее, политик обнажает негативную сторону, чтобы настроить избирателя против данного кандидата. Также здесь четко прослеживается наличие жертвы, кем являются женщины. Таким образом, происходит разграничение, Дональд Трамп является «чужим» американскому народу, где приоритетом является толерантность. Нельзя не вспомнить основополагающую мысль Декларации о Независимости «All men are created equal».

Более того, Хиллари Клинтон демонстрирует, что все республиканцы нацелены нанести вред обществу, экономике, и всей стране в целом, то есть используются угрозы негативных последствий для избирателя. Политик апеллирует к прошлому опыту для создания более весомого воздействия на электорат.

Использование местоимений «мы, наш» и прямых обращений помогает привлечь слушателя к совместному размышлению, психологически объединить говорящего с адресатом, что вызывает более доверительное отношение. Политик оперирует обращением «my friends» для того, чтобы сократить дистанцию между ним и аудиторией, для создания дружественной атмосферы, а также для того, чтобы показать совместность и единение, то есть сформировать своего рода «мы-группу». При этом, группа «своих» получает позитивные качества, а чужие оказываются выставлены в негативном свете. В связи с этим обусловлено использование личного местоимения «Я», которое показывает причастность и позволяет политику отождествлять себя с аудиторией.

3.2.4 Тактика дискредитации и нападения

Данная тактика подразумевает намеренные действия, которые приводят к очернению, унижению оппонента и подрывают его авторитет в глазах у электората. Тактика дискредитации осуществляется посредством обвинений, оскорблений и различных нападок. Кандидат старается обличить своего оппонента, раскрыть его негативные качества, поступки и намерения. Данная тактика позволяет кандидату понизить политический статус оппонента, а себя представить в более выгодном свете. Использование этой тактики характеризуется явной эмоциональной окраской, которая заменяет доказательства и факты. Для реализации данной тактики задействуются лексические средства с негативной оценочностью.

(1) *«If we look at what Trump has been doing for 30 years, he sure has spent a lot of time demeaning and degrading women. He calls women ugly. Disgusting. Calls women pigs. Rates bodies on a scale of 1 to 10»* [24].

Если мы посмотрим, чем Трамп занимался в течение 30 лет, ясное дело он потратил много времени, унижая и оскорбляя женщин. Он называет женщин уродинами. Отвратительными. Называет их свиньями. Оценивает их тело по шкале от 1 до 10.

(2) *«Imagine what that will be like to have him in the Oval Office, making the decisions that effect your lives and your futures. Imagine having a president who demeans women, mocks the disabled, insults African Americans and Latinos. Who pits people against each other instead of pulling them together. Someone who always puts himself first and doesn't care who gets hurt along the way»* [25].

Представьте, каково это будет, если он окажется в Овальном кабинете, принимая решения, которые влияют на наши жизни и наше будущее. Представьте, что у нас будет президент, который унижает женщин, насмехается над инвалидами, оскорбляет афро-американцев и латиноамериканцев. Который натравливает людей друг на друга вместо того,

чтобы объединять их. Наконец тот, кто всегда ставит свои интересы на первое место и не заботится о тех, кто пострадает по ходу дела.

(3) *«Donald Trump is temperamentally unfit to be president and commander-in-chief. And he's not just trying to build a wall between America and Mexico - he's trying to wall off Americans from each other. When he says, "Let's make America great again," that is code for, "Let's take America backwards." Back to a time when opportunity and dignity were reserved for some, not all, promising his supporters an economy he cannot recreate»* [26].

Дональд Трамп по складу характера не подходит для того, чтобы стать президентом и главнокомандующим. И он не просто пытается построить стену между Америкой и Мексикой, он пытается отгородить американцев друг от друга. Когда он говорит «Давайте сделаем Америку снова великой» - это можно расшифровать как «Давайте развернем Америку в обратном направлении». В то время, когда возможности и честь были дарованы избранным, не всем, обещая его сторонникам экономику, которую он не может воссоздать.

(4) *«Back up, you creep, get away from me! I know you love to intimidate women, but you can't intimidate me, so back up»* [27]. Отойди, сволочь, отвали от меня! Я знаю, ты любишь запугивать женщин, но ты не можешь запугать меня, так что отойди отсюда.

(5) *«I will leave it to the psychiatrists to explain his affection for tyrants»* [28]. Я предоставлю психиатрам объяснять его любовь к тирании.

(6) *«He's not just unprepared, he's temperamentally unfit to hold an office that requires knowledge, stability and immense responsibility»* [28]. Он не просто не подготовлен, он не подходит по складу характера занять должность, которая требует знания, стабильности и огромной ответственности.

(7) *«He has no ideas on education. No ideas on innovation. He has lots of ideas about who to blame but no clue about what to do»* [28]. Он не имеет ни

малейшего представления об образовании. Ни об инновациях. Зато у него много идей о том, кого обвинить, но нет понятия, что делать.

(8) *«He says he has foreign policy experience because he ran the Miss Universe pageant in Russia»* [29].

Он сказал, что у него есть опыт во внешней политике, потому что он проводил конкурс красоты «Мисс Вселенная» в России.

(9) *«Donald Trump's ideas aren't just different, they are dangerously incoherent. They're not even really ideas, just a series of bizarre rants, personal feuds and outright lies»* [29].

Идеи Дональда Трампа не просто другие, они угрожающе бессвязны. Это даже не идеи, а череда странных тирад, конфликтов, задевающих личность и откровенной лжи.

Политик, путем обнародования негативных фактов, подрывает авторитет оппонента, создает предпосылки для негативного восприятия личности Дональда Трампа. Хиллари Клинтон осуждает действия Дональда Трампа, тем самым обвиняя его в данных поступках, в его пороках. Явно прослеживаются отрицательные эмоции относительно его личности. Политик создает драматический образ его потенциального президентства, добиваясь эффекта неприятия.

Данная тактика применяется не только для того, чтобы высмеять, унижить и дискредитировать оппонента, а также для того чтобы вывести из состояния равновесия, спровоцировать. Хиллари Клинтон использует слова с ярко выраженной негативной коннотацией, чтобы подорвать авторитет Дональда Трампа. Особое внимание нужно обратить на глаголы, которые несут в себе большую степень негативной оценки и тем самым эффективней воздействуют на слушателей. Использование эллиптических предложений придает речи большую экспрессивность и динамичность. Употребление восклицательных предложений помогает возбудить слушателей, настроить их на нужную волну и поддерживать внимание. Оперирруя анафорическими

повторами, политик усиливает воздействие на слушателей за счет своей ритмичности и фокусирует внимание реципиентов на значимой информации.

3.2.5 Манипулятивная тактика

Манипулятивная тактика представляет собой совокупность уловок и приемов воздействия на реципиента. Целью данной тактики является убеждение слушателей в совершении политических выгодных оратору действий. Чаще всего манипуляция происходит обманным путем без какого-либо логического обоснования. Реализация данной тактики обусловлена использованием пустых обещаний, утрирования, гиперболизации, высокопарных рассуждений, оперированием недоказанными фактами, приемами отвлечения от основной проблемы.

(1) *«We owe it to future generations to work together to combat climate change. We're going to roll up our sleeves and demonstrate to the world what America is made of. We're going to have that clean energy economy and we're going to make it work for everybody. Second, we're going to make college debt-free for all, and help millions of people struggling with existing student debt save thousands of dollars»* [30].

Мы в долгу перед будущими поколениями и должны работать вместе, чтобы преодолеть проблему изменения климата. Мы закатаем рукава и покажем, из чего сделана Америка. У нас будет экологически чистая энергия, и мы заставим её работать на всех. Во-вторых, мы сделаем колледжи доступными для всех и поможем миллионам людей, страдающих от студенческого долга сохранить тысячи долларов.

(2) *«But you're here today because you refuse to accept cynicism. You know that the next 50 days will shape the next 50 years»* [31]. Но вы здесь сегодня, потому что вы отказываетесь примириться с цинизмом. Вы знаете, что следующие 50 дней будут определять нашу жизнь на ближайшие 50 лет.

(3) *«I also want to thank Orlando. It's great to be back in this wonderful city with all of you. You've been through a lot this year. And what has been so notable is you've responded with grace. You've shown the world what Orlando is made of – strength, love and kindness»* [32]. Я также хочу поблагодарить Орландо. Как приятно вернуться в этот замечательный город со всеми вами. Вы через многое прошли в этом году. И следует отметить то, что вы держались достойно. Вы продемонстрировали всему миру, из чего Орландо сделан – стойкости, любви и доброты.

В данном отрывке из речи Хиллари Клинтон заметны высокопарные выражения и пустые обещания. Политик намеренно прибегает к преувеличению, чтобы глубже воздействовать на аудиторию. Кандидат обращается к слушателям таким образом, чтобы пробудить в них чувство важности и значимости, чтобы показать их значимость, и тем самым привлекая отдать за неё свой голос. Цель её речи привлечь внимание студентов и тех, кто заботится о климате. Соответственно, политик лишь сказала то, что данная прослойка общества захотела бы услышать. Критически проанализировав её заявления, можно с уверенностью сказать, что проблема экологически чистой энергии и программа доступного образования – то, чего добиться в ближайшие годы весьма проблематично, и тем более в годы её потенциального президентства.

(4) *«We'll be talking a lot more about our economic plans in the days and weeks ahead. But today, I want to address something I hear from Americans all over our country. Everywhere I go, people tell me how concerned they are by the divisive rhetoric coming from my opponent in this election»* [33].

Нам предстоит много разговаривать об экономических планах в ближайшие дни и недели. Но сегодня, я хочу обратиться с тем, что слышу от американцев по всей стране. Куда бы я ни пошла, люди говорят мне, как они обеспокоены нападкамии со стороны моего оппонента на этих выборах.

В приведенном заявлении Хиллари Клинтон смещает фокус с экономической проблемы на личность своего оппонента Дональда Трампа.

Таким образом, происходит отвлечение от основной проблемы, путем обсуждения другой проблемы, которая имеет все шансы стать более глобальной, если он будет назначен президентом США.

Использование местоимения «мы» помогает объединить говорящего со слушателем, так как инклюзивное «мы» подразумевает неосознанное сокращение дистанции между адресантом и адресатом. Концепт будущего времени также является одним из факторов манипуляции. Политик воздействует на электорат, беря за основу его «веру в светлое будущее» и эксплуатируя вечные ценности для народа, такие как экономическое положение, безопасность, здоровье, свобода, социальное благополучие.

3.2.6 Тактика самозащиты

Тактика самозащиты является по своей сути реакцией на тактику дискредитации и нападения. Самозащита направлена на опровержение предъявленного обвинения и убеждения электората в их необоснованности. Тактика самозащиты представлена как совокупность речевых действий, таких как оправдание, оспаривание и критика, с помощью которых кандидат объясняет свои поступки, опровергает или не соглашается с обвинениями, и обозначает свою позицию.

(1) *«When I got to work as secretary of state, I opted for convenience to use my personal email account, which was allowed by the State Department, because I thought it would be easier to carry just one device for my work and for my personal emails instead of two» [34].*

Когда я приступила к работе в качестве Госсекретаря, я сделала выбор в пользу удобства использовать личный электронный аккаунт, что было одобрено Госдепартаментом, потому что я посчитала, что будет легче носить с собой только одно устройство связи для рабочих и личных сообщений вместо двух.

(2) *«At the end, I chose not to keep my private personal emails — emails about planning Chelsea’s wedding or my mother’s funeral arrangements, condolence notes to friends as well as yoga routines, family vacations, the other things you typically find in inboxes. No one wants their personal emails made public, and I think most people understand that and respect that privacy» [35].*

В конце, я решила не хранить свои личные сообщения, такие как – планирование свадьбы Челси или похорон моей матери, письма с соболезнованиями друзьям, график йоги, семейные выходные и другие вещи, которые, как правило, можно найти во входящих. Никто не хочет, чтобы их личные сообщения опубликовали, и я думаю, что большинство людей понимает это и уважает право на личную жизнь.

(3) *«I did say when I was Secretary of State, three years ago, that I hoped it would be the gold standard. It was just finally negotiated last week, and in looking at it, it didn’t meet my standards. My standards for more new, good jobs for Americans, for raising wages for Americans. And I want to make sure that I can look into the eyes of any middle-class American and say, ‘this will help raise your wages.’ And I concluded I could not» [36].*

Я действительно сказала 3 года назад, когда я занимала пост Госсекретаря, что я надеюсь, что это (Транстихоокеанское партнерство) станет золотым стандартом. Наконец обсудив условия на прошлой неделе и внимательно рассмотрев, пришли к выводу, что оно не соответствовало моим стандартам. Мои стандарты заключаются в новых, хороших местах работы для американцев, в поднятии зарплаты. И я хочу убедиться, что я смогу посмотреть в глаза любому Американцу среднего класса и сказать «это поможет поднять уровень вашей зарплаты». И я сделала вывод, что не смогу.

В приведенных отрывках из выступлений Хиллари Клинтон можно проследить и оправдание, и объяснение своих поступков, и критику Транстихоокеанского партнерства. Политик отвергает чужие навязанные рамки, и предлагает собственную оценку ситуации, опираясь на право

личной жизни. Хиллари Клинтон использует прием согласия в каждом из своих заявлений, чем показывает, что это законные действия и критика является необоснованной. Признание ошибки и ее критика помогают продемонстрировать готовность политика работать во избежание ее повторения. Использование личного местоимения «Я» обуславливает личное отношение и демонстрирует честность и открытость кандидата.

3.2.7 Тактика признания существования проблемы

Честное признание существования проблемы и описание способов её решения часто склоняют электорат на сторону политика, но не каждый политический деятель обладает искусством успешной подачи какой-либо проблемы. В основном, политические деятели стремятся говорить не о самой проблеме, а о возможных путях её решения, тем самым смещая с нее фокус и избегая встречных обвинений или провокационных вопросов. Указывая на проблемы, политики иногда говорят открыто, подробно описывая данные.

(1) *«In the Middle East, ISIS is attempting genocide of religious and ethnic minorities. They are slaughtering Muslims who refuse to accept their medieval ways. They are beheading civilians, including executing LGBT people. They are murdering Americans and Europeans, enslaving, torturing and raping women and girls. The threat is metastasizing. We saw this in Paris. And we saw it in Brussels»* [37].

На Среднем Востоке, ИГИЛ пытается устроить геноцид религиозных и этнических меньшинств. Они безжалостно убивают мусульман, отказавшихся принять их средневековые принципы. Они совершают казни путем обезглавливания над мирным населением, включая людей с нетрадиционной ориентацией. Они убивают американцев и европейцев, порабощают, пытаются и насилуют женщин и девочек. Угроза распространяется. Мы видели это в Париже. И видели это в Брюсселе.

(2) *«It is outrageous that America is the only country in the developed world that doesn't guarantee paid leave to mothers of newborns»* [38].

Возмутительно, что Америка – единственная страна в развитом мире, которая не гарантирует оплачиваемый отпуск матерям новорожденных.

(3) *«Families today are stretched in so many directions, and so are their budgets. Out-of-pocket costs of health care, childcare, caring for aging parents are rising a lot faster than wages»* [39].

Сегодня семьи оказываются на пределе своих сил и возможностей, так же как и их бюджет. Затраты на медицинскую помощь, уход за ребенком и престарелыми родителями растут намного быстрее, чем зарплаты.

(4) *«Race still plays a significant role in determining who gets ahead in America and who gets left behind»* [40].

Происхождение все еще играет важную роль в определении, кто добивается успеха в Америке и кто остается позади.

Приведенные примеры показывают, что Хиллари Клинтон предпочитает говорить о проблемах прямо. Она использует эмоционально-экспрессивные слова, такие как «возмутительно», «безжалостно» «на пределе», ссылается на конкретные факты и детали, воздействующие на эмоциональное состояние слушателей. Использование личного местоимения «они» в контрасте с местоимением «мы» создает эффект разграничения «своих» и «чужих». В речи Хиллари Клинтон местоимение «они» является маркером противников, тем, с чем нужно бороться. Анафорические повторы позволяют закрепить эффект воздействия на электорат.

Данная тактика гарантирует положительный отклик у реципиентов, так как политик искренен по отношению к народу, что формирует чувство солидарности и единения.

3.2.8 Тактика акцентирования положительной информации

Тактика акцентирования положительной информации выражает намерение политика подчеркнуть или выделить в своей речи какую-либо информацию, которая обладает положительной оценкой. Политические деятели обращают внимание на успехи в экономической, политической или социальной сферах, которые были достигнуты под их руководством. Использование данной тактики способствует созданию положительного имиджа кандидата.

(1) *«So today we are welcomed in 35 countries. People around the world are eager to partner with MCC and even willing to try to meet the standards that have been devised for such a partnership. And that speaks volumes about the work that all of you and your predecessors have done to establish a new approach to development as part of America's foreign policy agenda» [41].*

Итак, сегодня нас хорошо встречают в 35 странах. Люди по всему миру стремятся стать партнерами Корпорации по решению проблем тысячелетия и даже желают попробовать соответствовать стандартам, которые были сформулированы для подобного партнерства. И это говорит многое о работе, которую вы и ваши предшественники сделали, чтобы установить новый подход к развитию как часть программы действий Америки во внешней политике.

(2) *«And yes we have made progress, we see the results: in classrooms where children of all races learn side by side; in boardrooms and break rooms, where workers of all backgrounds are able to earn a living and support their families; at every level of government, where more and more the people we elect to represent America actually look like America» [42].* И да, мы добились прогресса, мы видим результаты: в школьных кабинетах, где дети разных рас совместно учатся; в конференц-залах и комнатах отдыха, где работники с различным происхождением имеют возможность зарабатывать на жизнь и обеспечивать свои семьи; на каждом государственном уровне, где больше и

больше людей, которых мы выбираем для того, чтобы они представляли Америку, выглядят как истинная Америка.

(3) *«And as your -- as a senator, I helped to rebuild New York City after 9/11 and provided health care to our brave first responders. As your secretary of state, I traveled to 112 countries, negotiated cease-fires, reduced the threat of nuclear weapons, stood up for human rights and women's rights and LGBT rights all around the world»* [43]. И как ваш сенатор, я помогла восстановить Нью-Йорк после трагедии 9/11 и предоставить медицинскую помощь нашим отважным службам экстренного реагирования. Как ваш госсекретарь, я побывала в 112 странах, проводила переговоры о прекращении огня, снижении угрозы ядерного оружия, выступала в поддержку прав человека, женщин и людей с нетрадиционной сексуальной ориентацией по всему миру.

(4) *«And I helped to create the Children's Health Insurance Program as first lady. That now provides healthcare to 8 million children a year»* [44]. И в качестве первой леди я помогла создать программу медицинского страхования детей, которая сейчас предоставляет медицинскую помощь 8 миллионам детей в год.

Выделение положительной информации в выступлениях Хиллари Клинтон осуществляется с помощью различных языковых средств. На грамматическом уровне заметно использование настоящего времени и настоящего совершенного, чем обусловлена цель коммуникации – показать результаты и успехи в определенной сфере. Со стороны лексики, используются слова «прогресс», «результат» «новый подход к развитию», «это говорит многое», «партнерство», которые являются синонимами успеха и тем самым придают речи оценочность. Для того чтобы воздействовать на аудиторию, кандидат использует восходящую градацию (начиная от школы и заканчивая целой страной). Хиллари Клинтон прибегает к такому риторическому приему, как метонимия (выглядят как Америка), с целью сделать восприятие её речи более глубоким и донести до слушателей конкретный образ страны, где на самом деле сбывается американская мечта.

3.2.9 Тактика обещания

Оперируя тактикой обещания, политический деятель берет на себя обязательство выполнить какие-либо действия. Наиболее эффективно использование обещаний, удовлетворяющих потребности и нужды различных электоральных групп. Благоприятность обещанного действия для адресата является одним из ключевых признаков тактики обещания. В основном, данная тактика характеризуется употреблением глаголов в форме будущего времени и лексикой, которая имеет маркер времени.

(1) *«If I'm fortunate enough to be President, I will appoint justices who will make sure the scales of justice are not tipped away from individuals toward corporations and special interests, who will protect the constitutional principles of liberty and equality for all, regardless of race, gender, sexual orientation or political viewpoint, who will protect a woman's right to choose, rather than billionaires' right to buy elections and who will see the Constitution as a blueprint for progress, not a barrier to it»* [45]. Если мне повезет стать президентом, то я назначу судей, которые убедятся в том, что чаша весов не склоняется в пользу корпораций и особо влиятельных групп вместо обычных людей, которые защитят конституционные принципы свободы и равенства для всех независимо от расы, пола, сексуальной ориентации или политических взглядов, которые будут охранять женское право выбора, а не право миллионеров подкупать выборы и которые увидят в конституции основу для прогресса, а не препятствие.

(2) *«That's why I want to support locally-driven priorities, not supplanting them. My plan will create a new Coal Communities Challenge Fund to support investments by Appalachians, for Appalachians»* [46]. Именно поэтому я хочу поддержать приоритетные направления на местном уровне, а не искоренять их. Мой план приведет к созданию нового Резервного Фонда Угольных Сообществ для поддержки инвестиций жителями Аппалачей для самих жителей Аппалачей.

(3) «*I've got a plan so no one would have to borrow a dime to go to a public college or university*» [47]. У меня есть план, согласно которому никому не придется занимать и цента, чтобы пойти в государственный колледж или университет.

(4) «*When I am president, I want all of you who care about science, technology, engineering, mathematics; I want you to be part of it. And while we are growing the economy, we are going to make it fairer. We are going to raise the national minimum wage because no one who works full-time should be left in poverty. And don't you think it is finally time to guarantee equal pay for women's work?*» [48]. Будучи президентом, я хочу, что все, для кого имеют значение наука, технологии, инженерия, математика были частью этого. И в то время, пока мы развиваем экономику, мы сделаем ее честнее. Мы собираемся поднять уровень национальной минимальной заработной платы, потому что никто из тех, кто работает полный рабочий день, не должен оказаться в условиях нищеты. И вам не кажется, что наконец-то пришло время гарантировать равную оплату женского труда?

(5) «*That's why we've proposed a very big jobs program, because I don't want anybody willing to work in this country not to have a good job with a rising income to support themselves and their families*» [49]. Поэтому мы предложили обширную программу занятости, потому что я не хочу, чтобы кто-либо готов был работать в этой стране, не имея хорошей работы с ростом доходов для того, чтобы обеспечивать себя и свою семью.

(6) «*We are also going to fight climate change with clean, renewable energy*» [50]. Мы также собираемся бороться с изменением климата с помощью чистой, возобновляемой энергии.

В приведенных примерах тактика обещания манифестируется различными языковыми средствами. На лексическом уровне можно выделить употребление глаголов «сделаем», «хочу», «создам», «защиту», «назначу», «собираемся», «развивать», «предложили», а также других лексических единиц, характеризующих намерения, таких как «пришло время», «есть

план». Хиллари Клинтон эксплицитно берет на себя обязательства выполнить конкретные действия, которые имеют благоприятные последствия для избирателей. Однако, использование местоимения «мы» здесь может рассмотрено двояко. С одной стороны, при инклюзивном «мы», политик подтверждает свое прямое участие, с другой стороны, в случае употребления эксклюзивного «мы», она снимает с себя ответственность за точное выполнение данных обещаний. Обещание выявляется также в условных предложениях. В этом случае придаточное предложение вербализирует устремления политика. В главном предложении подчеркивается уверенность в том, что она станет президентом. Употребление параллельных синтаксических конструкций способствует усилению воздействия на аудиторию. Хиллари Клинтон выбирает предмет своих обещаний исходя из потребностей народа, при этом она старается учесть все прослойки общества, тем самым привлекая большее количество электоральных групп.

3.2.10 Тактика призыва к действиям

Тактика призыва обычно связана с тактикой обещаний, после которой она следует и, в основном, завершает выступление. Это обусловлено тем, что кандидату для начала нужно представить себя в выгодном свете и внушить доверие, чтобы аудитория положительно откликнулась на его призыв. Целью данной тактики является побуждение реципиента к выполнению или невыполнению какого-либо действия, или принятию определенной точки зрения. Для эффективной реализации воздействия политическому деятелю нужно обращаться к тем вопросам социальной, экономической или правовой сферы, которые смогут заинтересовать потенциальных избирателей. На речевом уровне тактика характеризуется использованием глаголов в форме повелительного наклонения.

(1) *«Starting on October 20th, you can register and vote early at the same time at any one-stop early voting site in your county. So the heat is on. Spread the*

word. Tell your friends, your family, your neighbors. If you share our vision for America's future, come be part of helping us shape it. We do not have a minute to lose» [51]. Начиная с 20 октября, вы можете зарегистрироваться и проголосовать досрочно в любое время в едином центре досрочного голосования в вашем регионе. Итак, ситуация обостряется. Расскажите всем. Расскажите вашим друзьям, семье, соседям. Если вы разделяете наше видение будущего Америки, присоединитесь и помогите нам его создать. Нам нельзя терять ни минуты.

(2) *«We've got to take action, we've got to start now, not tomorrow, not next year, now. We know we can't solve all these problems over night, which means we don't have a moment to lose»*[52]. Мы должны начать действовать, мы должны начать сейчас, не завтра, не в следующем году, а сейчас. Мы знаем, что невозможно решить все проблемы в одночасье, а это значит, что нам нельзя терять ни минуты.

(3) *«And finally, my friends, we've got to bring our country back together. There is too much divisiveness, too much finger-pointing and scapegoating. Our diversity is one of our strengths. We have to listen to each other. We don't have to agree; that is not required. But we need to be respectful. We need to listen. And then we need to roll up our sleeves and get to work».* [53]. И наконец, друзья, мы должны воссоединить нашу страну вместе. Существует слишком много разногласий, слишком много обвинений и поиска козла отпущения. Наше разнообразие является одной из наших сильных сторон. Мы должны слушать друг друга. Мы не должны соглашаться, в этом нет необходимости. Но мы должны уважать друг друга. Мы должны слушать. И мы должны засучить рукава и приступить к работе.

(4) *«That's why every call you make, every door you knock on, every friend you register to vote, to make the difference. I want you, if you can, to text 'join,' j-o-i-n, to 47246, or go to hillaryclinton.com and sign up to volunteer here in North Carolina»* [54]. Поэтому, каждый сделанный вами звонок, каждая дверь, в которую вы постучали, каждый друг, которого вы зарегистрировали

в качестве избирателя, изменит ситуацию. Я хочу, что бы вы, если сможете, отправили смс с текстом «присоединяйтесь», при-со-е-ди-ний-тесь на номер 47246 или на моём сайте зарегистрируйтесь в качестве волонтеров здесь, в Северной Каролине.

(5) «*And if you believe all of our kids should have good schools and good teachers no matter what zip code they live in then you have to vote. And if you believe college should be affordable you have to vote*» [55]. И если вы считаете, что все наши дети должны посещать хорошие школы и иметь хороших педагогов независимо от места проживания, то вы должны проголосовать. И если вы считаете, что обучение в колледже должно быть доступным, то вы должны проголосовать.

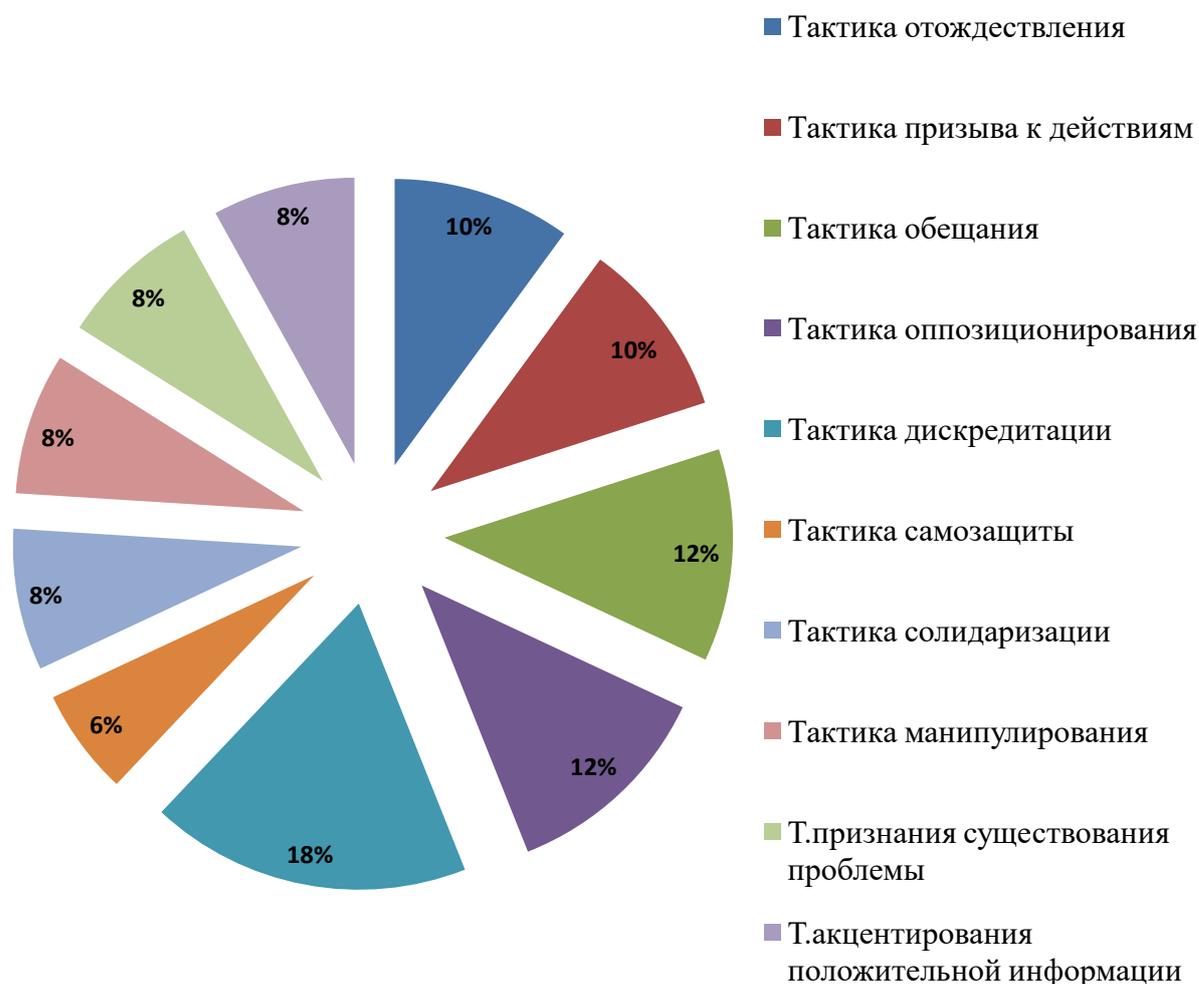
Речь Хиллари Клинтон характеризуется использованием «мы» - инклюзивного. За счет использования этого приема в роли активного субъекта выступают слушатели, а политик тем самым показывает, что она не отрывается от граждан, а находится на одном уровне с ними. Политик воздействует на эмоциональный настрой аудитории, тем самым призывая их к выполнению определенных действий. Также можно отметить эксплицитность призыва, то есть кандидат четко указывает, какие шаги нужно совершить. Призыв усиливается при помощи синтаксического параллелизма и анафоры. На речевом уровне кандидат оперирует такими глаголами как «need», «have to», «want», «vote», и другими глаголами в повелительном наклонении.

Выводы по III главе

Мы выявили, что стратегия самопрезентации манифестируется через тактики отождествления, солидаризации, оппозиционирования, дискредитации и нападения, манипулирования, самозащиты, признания существования проблемы, акцентирования положительной информации, обещания и призыва к действиям.

Рассмотрим соотношение использованных тактик в агитационных речах Хиллари Клинтон на графике. Приведенный график демонстрирует, что в стратегии самопрезентации преобладают тактики дискредитации и нападения, оппозиционирования, обещания, отождествления и призыва к действиям.

Стратегия самопрезентации



При этом заметно преобладание тактики дискредитации и нападения. Это объясняется тем, что американскому предвыборному дискурсу присущ конфликтный характер.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что стратегия самопрезентации в предвыборном дискурсе представлена ярче, чем другие стратегии. Это обусловлено тем, что данная стратегия направлена, прежде всего, на восхваления себя самого, на создание положительного имиджа, а затем уже на критику оппонента. Во время предвыборной кампании Хиллари Клинтон представляла свои цели, и в то же время дискредитировала действия Дональда Трампа.

Прагматический потенциал раскрывается посредством речевых средств и коммуникативных ходов, с помощью которых осуществляется воздействие на электорат. Обращения к аудитории, такие как «вы знаете, вы видели», «замечали ли вы?» придают выступлению характер диалога, тем самым призывая избирателей вступить в коммуникацию. Для выступлений Хиллари Клинтон характерно использование местоимений. Личное местоимение «Я» показывает её личный опыт и отношение. Использование местоимения «мы» - инклюзивного помогает сблизиться, показать на сходство точек зрения, чтобы у слушателей появилось чувство созвучности с говорящим, а соответственно и доверие. Оперирование «мы» - эксклюзивным также помогает создать связь между политиком и аудиторией, но отличие в том, что политик прямо не включает себя и тем самым снимает с себя ответственность. В этом случае «мы» можно заменить собирательным существительным, таким как партия, государство, парламент.

Политик умело комбинирует разговорную, высокую, официально-деловую и специальную лексику, которая усиливает стилистические особенности речи, и соответственно сильнее воздействует на аудиторию. Для придания большей экспрессивности и оценочности задействуется стилистический контраст и разговорно-сниженные лексемы. Чтобы

дискредитировать оппонента применяется лексика с негативной коннотацией, или используется разграничение «свои-чужие». Воздействие на эмоциональное состояние реципиентов характеризуется использованием эллиптических предложений и анафорических повторов. Для эффективной реализации воздействия Хиллари Клинтон обращается к тем вопросам социальной, экономической или правовой сферы, которые смогут заинтересовать потенциальных избирателей.

Таким образом, можно проследить, как политические деятели манипулируют сознанием избирателей, давая им иллюзию свободного выбора.

Заключение

В современном мире предвыборная кампания является предметом интереса многих лингвистов, так как каждое политическое выступление характеризуется рядом языковых особенностей. Настоящая выпускная квалификационная работа посвящена исследованию коммуникативной стратегии самопрезентации в предвыборном дискурсе на материале текстов предвыборной кампании Хиллари Клинтон, кандидата от Демократической партии на пост президента США в 2016 г. Были проанализированы 50 отрывков агитационных обращений данного кандидата в период с июля 2015 года по ноябрь 2016 года с помощью дискурс-анализа и описательного анализа.

Целью данной работы ставилось выявление конститuentов коммуникативной стратегии, в частности речевых тактик и коммуникативных ходов. Задачи сводились к исследованию языкового своеобразия текстов агитационных выступлений политика в соответствии с коммуникативной целью, жанром, речевой стратегией и тактиками.

Для достижения этой цели были изучены материалы, посвященные дискурсу, политическому дискурсу в целом и предвыборному дискурсу в частности. Было установлено, что предвыборный дискурс представляет собой особую разновидность политического дискурса с присущими ему характерными признаками.

В процессе исследования мы вывели и изучили тактики стратегии самопрезентации, которыми оперировала Хиллари Клинтон. Всего было выявлено 10 коммуникативных тактик, среди которых наиболее ярко были выражены тактики дискредитации и нападения, оппозиционирования, обещания, отождествления и призыва к действиям.

Дискурс-анализ позволил нам интерпретировать сообщения кандидата и выявить реакцию слушателей. С помощью описательного анализа мы исследовали языковое своеобразие агитационных текстов. Например, на

лексическом уровне воздействие осуществляется, в основном, при помощи лексики с отрицательной или положительной коннотацией. Отличительно использование инклюзивного и эксклюзивного местоимения «мы», которое служит психологической уловкой. На синтаксическом уровне для речей Хиллари Клинтон характерно использование повторов, эллипсиса, императивных конструкций.

В ходе исследования было определено, что стратегия самопрезентации выражена ярче, чем другие стратегии в предвыборном дискурсе. Данное утверждение было выведено на основании того, что стратегия самопрезентации направлена в большей степени на построении имиджа, который предстает определяющим фактором в процессе борьбы за власть, являющийся основополагающим концептом предвыборного дискурса.

Таким образом, поставленные задачи были выполнены, а цель исследования достигнута.

Библиографический список

Учебники, монографии, брошюры

1. Арутюнова, Н. Д. Метафора и дискурс [Текст] / Н. Д. Арутюнова – М.: Прогресс, 1999. – 512 с.
2. Баранов, А. Н., Казакевич, Е. Г. Парламентские дебаты: традиции и новации [Текст] / А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич. - М.: Знание, 1991. - 64 с.
3. Баталов, Э.Я. Политическая культура современного американского общества [Текст] / Э.Я. Баталов. – Москва: Наука, 1990. – 256 с.
4. Бенуа, А де. Против либерализма: к четвертой политической теории [Текст] / А. де Бенуа. – М.: Амфора, 2009. – 480 с.
5. Виноградов, С.И., Граудина, Л. К. Культура русской речи: учебник для вузов / С.И. Виноградов, Л.К. Граудина. - М.: Юр. Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 560 с.
6. Дейк, ван Т. А. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации [Текст] / Т.А. ван Дейк. - М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. - 344 с.
7. Дементьев, В.В. Теория речевых жанров [Текст] / В.В. Дементьев. - М.: Знак, 2010. — 600 с.
8. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] / О.С. Иссерс. - М.: URSS / УРСС; ЛКИ, 2008. — 288 с.
9. Кохтев, Н.Н. Основы ораторской речи [Текст] / Н.Н. Кохтев. – Москва: Изд-во МГУ, 1992. – 240 с.
10. Михальская, А.К. Основы риторики. Мысль и слово [Текст] / А.К. Михальская // Учебное пособие. — М.: Просвещение, 1998. — 416 с.
11. Ольшанский, Д.В. Политический PR [Текст] / Д.В. Ольшанский. – СПб: Питер, 2003. - 544 с.

12. Паршина, О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России [Текст] / О.Н. Паршина. – Саратов, 2005. – 48 с.

13. Руженцева, Н.Б. Стратегии презентации и самопрезентации политика в монологических жанровых разновидностях предвыборного дискурса [Текст] / Н.Б. Руженцева // Монография. - Екатеринбург: УрГПУ, 2007. – 192 с.

14. Сорокин, Ю.А. Политический дискурс: попытка истолкования понятия [Текст] / Ю.А. Сорокин // Политический дискурс в России. - М.: Наука: Флинта, 2007. - 618 с.

15. Филинский, А.А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний [Текст] / А.А. Филинский. – Тверь, 2002. – 123 с.

16. Чалдини, Р.Б. Психология влияния [Текст] / Р.Б. Чалдини. - СПб: Питер, 2014 – 520 с.

17. Чудинов, А.П., Будаев, Э.В. Зарубежная политическая лингвистика: учебное пособие [Текст] / А.П. Чудинов, Э.В. Будаев. – Екатеринбург, 2006. – 252 с.

18. Чудинов, А.П. Политическая лингвистика: учебное пособие [Текст] / А.П. Чудинов. - М.: Наука: Флинта, 2012 (4-е издание). – 254 с.

Диссертации и авторефераты диссертаций

19. Гайкова, О.В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации: на материале английского языка: дис. ... канд. филол. наук./ О.В. Гайкова. – Волгоград, 2004. – 211 с.

20. Иванова, Ю. М. Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук / Ю. М. Иванова — Волгоград, 2003. – 138 с.

21. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса: дис. ...д-ра филол.наук./ Е.И. Шейгал. – Волгоград, 2005 – 431 с.

Периодические издания

22. Андреева, В. А. Литературный нарратив: текст и дискурс / В. А. Андреева // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. – 2007. - № 9. - С. 61 - 72.

23. Водак, Р. Критическая лингвистика и критический анализ дискурса / Р. Водак // Политическая лингвистика. – 2000. - № 4. - С. 286–291

24. Демьянков, В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / В.З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. - М.: ИНИОН РАН, 2002. - № 3. - С. 32–43.

25. Неверов, С.В. Язык как средство идеологического воздействия / С.В. Неверов. – Москва, 1985. – С. 205 – 218.

26. Шапочкин, Д.В., Мамедова, М.Н. Манипулятивный потенциал эксплицитных коннекторов в политическом дискурсе (на материале немецкоязычных СМИ) / Д.В. Шапочкин, М.Н. Мамедова // Политический дискурс в парадигме научных исследований: сборник статей международной научной конференции под ред. канд. филол. наук, доц. Д.В.Шапочкина. - Тюмень: Вектор Бук, 2014. - С.29-40

Литература на иностранных языках

27. Denton, R. E. Political Communication in America / R.E. Denton, G.C. Woodward. – New York, NY: Praeger, 1990. - 363 p.

28. Graber, D. A. (1981) Political languages / D.A. Graber // Handbook of Political Communication. - Beverly Hills: Sage, 1981. – С. 195–224.

Словари

29. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – 2-е изд., стер. – М: УРСС : Едиториал УРСС, 2004. – 571 с.

30. Жеребило, Т.В. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е, испр. и доп. – Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. – 486 с.

Электронные источники

1. Hillary Clinton's economic speech [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.newsweek.com/hillary-clinton-full-transcript-economic-speech-489602> (дата обращения 11.08.2016)
2. Hillary Clinton Speaks Live in Michigan [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/1608/11/wolf.02.html> (дата обращения 10.08.2016)
3. Hillary Clinton: Remarks at a Campaign Rally in Marshalltown, Iowa [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=111414> (дата обращения 26.01.2016)
4. Hillary Clinton's Acceptance Speech [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.bloomberg.com/news/features/2016-07-29/hillary-clinton-s-acceptance-speech-annotated> (дата обращения 29.07.2016)
5. Hillary Clinton's Speech at the Democratic Convention [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2016/07/29/us/politics/hillary-clinton-dnc-transcript.html> (дата обращения 28.07.2016)
6. Bill Clinton makes powerful case for Hillary in personal speech at the DNC [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.theguardian.com/us-news/2016/jul/27/bill-clinton-democraton-convention-speech-hillary-clinton> (дата обращения 26.07.2016)
7. Hillary Clinton's final TV ad of the campaign [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://time.com/4560805/hillary-clinton-campaign-ads-final/> (дата обращения 7.11.2016)
8. Hillary Clinton's Campaign Launch Speech [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://time.com/3920332/transcript-full-text-hillary-clinton-campaign-launch/> (дата обращения 13.06.2015)
9. Clinton: Trump's tax plan is 'trumped-up trickle-down' [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://thehill.com/blogs/ballot->

box/presidential-races/297926-clinton-trumps-tax-plan-is-trumped-up-trickle-down

(дата обращения 26.09.2016)

10. Hillary Clinton's Stump Speech [Электронный ресурс] // Режим
доступа: [https://www.npr.org/2016/09/15/493924325/inside-hillary-clintons-](https://www.npr.org/2016/09/15/493924325/inside-hillary-clintons-stump-speech-annotated)

[stump-speech-annotated](https://www.npr.org/2016/09/15/493924325/inside-hillary-clintons-stump-speech-annotated) (дата обращения 15.09.2016)

11. Hillary Clinton Speech Accepting Nomination [Электронный
ресурс] // Режим доступа:

<http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/1607/28/se.04.html> (дата обращения
28.07.2016)

12. Hillary Clinton's Speech to AIPAC [Электронный ресурс] //
Режим доступа: [http://time.com/4265947/hillary-clinton-airac-speech-](http://time.com/4265947/hillary-clinton-airac-speech-transcript/)

[transcript/](http://time.com/4265947/hillary-clinton-airac-speech-transcript/) (дата обращения 21.03.2016)

13. Clinton's Speech on Donald Trump and National Security
[Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://time.com/4355797/hillary-](http://time.com/4355797/hillary-clinton-donald-trump-foreign-policy-speech-transcript/)

[clinton-donald-trump-foreign-policy-speech-transcript/](http://time.com/4355797/hillary-clinton-donald-trump-foreign-policy-speech-transcript/) (дата обращения
02.06.2016)

14. Hillary Clinton's Planned Parenthood Speech [Электронный ресурс]
// Режим доступа:

<http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/1606/10/wolf.01.html> (дата
обращения 10.06.2016)

15. Remarks to the Congressional Hispanic Caucus Institute in
Washington, D.C. [Электронный ресурс] // Режим доступа:

<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119148> (дата обращения
15.09.2016)

16. Hillary Clinton's New Hampshire concession speech [Электронный
ресурс] // Режим доступа: [https://www.vox.com/2016/2/9/10956458/hillary-](https://www.vox.com/2016/2/9/10956458/hillary-clinton-new-hampshire)

[clinton-new-hampshire](https://www.vox.com/2016/2/9/10956458/hillary-clinton-new-hampshire) (дата обращения 09.02.2016)

17. Hillary Clinton's Remarks from a Rally in Toledo, Ohio
[Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://time.com/4517335/hillary-](http://time.com/4517335/hillary-clinton-transcript-toledo-ohio/)

[clinton-transcript-toledo-ohio/](http://time.com/4517335/hillary-clinton-transcript-toledo-ohio/) (дата обращения 03.10.2016)

18. Hillary Clinton's Response to the Trump Video [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.spring.st/hillary-clinton-trump-video-response> (дата обращения 10.10.2016)

19. Hillary Clinton's remarks to the Black Women's Agenda Symposium in Washington, D.C. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119159> (дата обращения 16.09.2016)

20. Remarks to the Congressional Black Caucus in Washington, D.C. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119160> (дата обращения 18.09.2016)

21. Hillary Clinton's Remarks at Broward College's North Campus in Coconut Creek, Florida [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119689> (дата обращения 25.10.2016)

22. Hillary Clinton Get Caucus Rally in Iowa [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.timelineninja.com/speeches/hillary-clinton-get-caucus-rally-marshalltown-iowa> (дата обращения 18.12.2015)

23. Remarks in Des Moines Following the Iowa Caucus [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=111439> (дата обращения 1.02.2016)

24. Hillary Clinton criticizes Donald Trump at Fort Lauderdale rally [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.miamiherald.com/news/politics-government/election/hillary-clinton/article111974667.html> (дата обращения 01.11.2016)

25. Remarks at Pitt Community College in Winterville, North Carolina [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119699> (дата обращения 03.11.2016)

26. Hillary Clinton's Historic Victory Speech as Presumptive Democratic Nominee [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://time.com/4361099/hillary-clinton-nominee-speech-transcript/> (дата обращения 08.06.2016)

27. What Hillary Clinton wanted to say to Donald Trump during TV debate [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.telegraph.co.uk/news/2017/08/23/back-creep-hillary-clinton-reveals-wanted-say-donald-trump/> (дата обращения 23.08.2016)

28. Hillary Clinton Warns the World About Donald Trump [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2016/06/hillary-clinton-donald-trump-national-security-foreign-policy/485273/> (дата обращения 02.06.2016)

29. Hillary Clinton Tears Into Donald Trump on Foreign Policy [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://time.com/4355791/hillary-clinton-donald-trump-temperament/> (дата обращения 03.06.2016)

30. Hillary Clinton delivers the speech in San Diego [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://medium.com/hillary-for-america/making-donald-trump-our-commander-in-chief-would-be-a-historic-mistake-756afebdb94d> (дата обращения 05.06.2016)

31. Hillary Clinton's Remarks From the Endorsement Rally [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://time.com/4403264/bernie-sanders-hillary-clinton-endorsement-full-transcript/> (дата обращения 12.07.2016)

32. Remarks at Temple University in Philadelphia, Pennsylvania [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119161> (дата обращения 19.09.2016)

33. Remarks at the Frontline Outreach Center in Orlando, Florida [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119162> (дата обращения 21.09.2016)

34. Hillary Clinton's Speech On The Alt-Right [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://www.huffingtonpost.com/entry/hillary-clinton-speech-text_us_57bf4575e4b02673444f2307 (дата обращения 25.08.2016)
35. Clinton's Remarks On Emails Scandal [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.voanews.com/a/reu-ap-reports-hillary-clinton-to-address-email-use/2674361.html> (дата обращения 10.03.2015)
36. Hillary Clinton policy on TPP trade deal [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.businessinsider.com/hillary-clinton-policy-on-tpp-trade-deal-2016-10> (дата обращения 09.10.2016)
37. Hillary Clinton's Speech About the Orlando Shooting [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://time.com/4367046/orlando-shooting-hillary-clinton-transcript/> (дата обращения 13.06.2016)
38. Hillary Clinton talks equal rights at Manhattan [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://votesmart.org/public-statement/994018/women-in-the-world-summit-2015-keynote-address#.WyuRvKczbIU> (дата обращения 1.06.2015)
39. Remarks at the New School for Social Research in New York City [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=111418> (дата обращения 13.07.2015)
40. Hillary Clinton to deliver major speech on racism [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.politico.com/story/2016/02/hillary-clinton-speech-racism-harlem-219311> (дата обращения 16.02.2016)
41. Remarks to the Millennium Challenge Corporation [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://2009-2017.state.gov/secretary/20092013clinton/rm/2012/11/201097.htm> (дата обращения 27. 11.2015)
42. Remarks at the NAACP 107th Annual Convention in Cincinnati, OH [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://votesmart.org/public->

statement/1115993/remarks-at-the-naacp-107th-annual-convention-in-cincinnati-oh#.WyuTr6czbIU (дата обращения 18.07.2016)

43. Remarks at Coastal Credit Union Music Park in Raleigh, North Carolina [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://fulltranscripts.com/hillary-clinton/speeches/2016/11/03/remarks-at-coastal-credit-union-music-park-in-raleigh-north-carolina> (дата обращения 03.11.2016)

44. Hillary Clinton Rally in Winterville, North Carolina [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/1611/03/cnr.08.html> (дата обращения 4.11.2016)

45. Hillary Clinton's serious speech about the Supreme Court [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.thenation.com/article/hillary-clinton-just-delivered-the-strongest-speech-of-her-campaign-and-the-media-barely-noticed/> (дата обращения 31.03.2016)

46. Remarks on a future for Appalachia [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://medium.com/hillary-for-america/building-a-future-for-appalachia-thats-worthy-of-its-past-59b98041b2b2> (дата обращения 04.05.2016)

47. Hillary Clinton Delivers Remarks at the Detroit NAACP Annual 61st Dinner [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.enevspf.com/national-news/latest-national-news/hillary-clinton-delivers-remarks-at-the-detroit-naacp-annual-61st-dinner/> (дата обращения 02.05.2016)

48. Remarks at Ohio State University in Columbus [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119155> (10.10.2016)

49. Hillary Clinton's Remarks at Wake Forest University in Winston-Salem, North Carolina [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119694> (дата обращения 27.10.2016)

50. Hillary Clinton's Remarks at Taylor Alderdice High School in Pittsburgh, Pennsylvania [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119501> (Дата обращения 22.10.2016)

51. Remarks at the University of North Carolina in Greensboro [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119158> (дата обращения 15.09.2016)

52. Hillary Clinton's Remarks at Little Rock AME Zion Church in Charlotte, North Carolina [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119152> (дата обращения 02.10.2016)

53. Remarks at Goodyear Hall and Theater in Akron, Ohio [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119153> (дата обращения 03.10.2016)

54. Hillary Clinton's Remarks at Wake Technical Community College in Raleigh, North Carolina [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119163> (дата обращения 27.09.2016)

55. Remarks at Grand Valley State University in Grand Rapids, Michigan [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=119690> (дата обращения 07.11.2016)

Методическое применение

Проанализировав актуальность исследуемого материала и практическую ценность работы, мы пришли к выводу, что ее результаты могут найти применение в разработке уроков по английскому языку с углубленным или базовым уровнем изучения в школах и гимназиях.

Согласно федеральному государственному образовательному стандарту (ФГОС) предметные результаты изучения предметной области «Иностранные языки» (базовый уровень) включают следующие требования к предметным результатам изучения учебных предметов:

1) сформированность коммуникативной иноязычной компетенции, необходимой для успешной социализации и самореализации, как инструмента межкультурного общения в современном поликультурном мире;

2) владение знаниями о социокультурной специфике страны/стран изучаемого языка и умение строить своё речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и страны/стран изучаемого языка;

3) достижение порогового уровня владения иностранным языком, позволяющего выпускникам общаться в устной и письменной формах как с носителями изучаемого иностранного языка, так и с представителями других стран, использующими данный язык как средство общения;

4) сформированность умения использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях;

И следующий ряд требований к предметным результатам изучения учебных предметов (углубленный уровень):

1) достижение уровня владения иностранным языком, превышающего пороговый, достаточного для делового общения в рамках выбранного профиля;

2) сформированность умения перевода с иностранного языка на русский при работе с несложными текстами в русле выбранного профиля;

3) владение иностранным языком как одним из средств формирования учебно-исследовательских умений, расширения своих знаний в других предметных областях.

Исходя из современного подхода к образованию, нацеленного на развитие у учащихся иноязычной коммуникативной компетенции, мы разработали комплекс заданий по развитию социокультурной компетенции на иностранном языке.

Задание 1:

Match the definitions to the words.

- 1) This person is the head of the government.
- 2) These people are elected to represent their states.
- 3) This place is where the Congress meets.
- 4) This is the name of the main right-wing party.
- 5) This is the name of the main left-wing party.

The Republican Party / The Democratic Party / The President /The Governor/ U.S. Capitol

Задание 2:

What is discourse? Find the synonyms and antonyms to the word. Work in groups.

Text, speech, silence, dialogue, quietness, chat, paper, discussion, debate, communication, conversation, tranquility, loneliness, peace, monologue, soundlessness, verbalization, wordlessness, oration.

Задание 3:

Read the article about power. Explain how you understand the word «power». What does it mean? Would you like to have the power? Why?

Задание 4:

Prepare a news report about an outstanding politician. Explain your choice.

Задание 5:

You are going to create a new political party! Think of a name for your party and think of five things you will do if you are elected «If we are elected we will...». Then try to persuade your classmates to vote for you.

Задание 6:

Complete the following sentences to express your own opinion. Then compare your sentences with a partner.

- 1) In my opinion, most politicians...
- 2) If I were Prime Minister or President of my country I would...
- 3) The political system in my country is...
- 4) I wish politicians would...
- 5) In an ideal world...

Задание 7:

Read the text about Politics and put the paragraph headings in the right place.

- A – Street politics
- B – Green generation
- C – Parties and partying
- D - Hi-tech politics

«Last year the BBC announced that more young people voted on Big Brother than the election. Does this make UK youth politically apathetic?

1 – I spent a couple of days asking young people in the Manchester and London area how they felt about party politics. I spoke to 11 twenty-somethings and only one had voted in the last general election. Here's some of their comments;

'To be honest I'm not too bothered. I don't keep up with developments at Westminster [the site of UK government]. These days my job, my cash flow and socialising are more important!' Tom, 28, from Manchester.

'I can't relate to any of the politicians. They all seem fairly similar and rarely listen to young people. Only one party [the Liberal Democrats] made student debt an issue, and they are a long way from coming to power.' Fiona, 25, from London.

These two examples were typical of many young people's attitudes to state politics.

2 – This would suggest that we are just not interested in politics but a closer study is more revealing. For many young people politics is not about Westminster. Issues like the US-UK led Iraq war have sparked debate and action in recent years. In 2003 over a million people marched through London, many of them young and passionate.

3 – Technology played a huge role in organising this protest on a global scale. It has become a factor in providing many young people across the world with a chance to interact and discuss without the traditional middle-man of the politician or news media. The British Council's Café Society project allows young people from countries across the world to meet in a relaxed, informal setting and share opinions through video conferencing.

4 – David Cameron, the leader of the Conservative Party, started cycling to work as gesture of the need to take green issues more seriously. Since then politicians have been keen to win the green label and secure the support of the younger generation. Young people are often perceived to be the 'greenest' age group. Indeed environmental issues are taken far more seriously than ever before. Perhaps they'll leave behind a greener UK».

Задание 8:

Find someone who. Everyone stands up and moves around the class, asking each other the questions from the list. Students can't write the same person for more than one question.

Find someone who	Name	Extra information
...knows the name of the American secretary of state.		
...would like to be a politician.		
...thinks that voting in elections is very important.		
...thinks there should be more women politicians in their country		
...believes that most politicians are too old		
...can name at least 5 politicians from their own country.		