

Тихонко Анастасия Олеговна

бакалавр, студентка

Научный руководитель

Перова Светлана Вячеславовна

канд. филол. наук, доцент

Белорусский государственный университет

г. Минск, Республика Беларусь

ВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ВОПЛОЩЕНИЯ СТРАТЕГИИ РЕИФИКАЦИИ И ДЕЛЕГИТИМИЗАЦИИ

***Аннотация:** в статье описывается политическая коммуникация, стратегии реификации и делегитимизации и их тактики. Рассмотрено функционирование данных приемов в англоязычном политическом дискурсе на основе английских статей и видео материалов. Выполнено исследование эксплицитного, так и имплицитного выражения данных тактик говорящим и его отношения к ситуации.*

***Ключевые слова:** политическая коммуникация, линия поведения, стратегия реификации, стратегия делегитимизации, тактика констатации некомпетентности, тактика демагогии, тактика негативной оценки, тактика ссылка на авторитет, тактика этической оценки.*

*Политическая коммуникация (от лат. *politica*, от лат. *communicatio*) – это одно из понятий, которому трудно найти точное и однозначное определение в современной политической лингвистике. Значение самого термина как и его возникновение появились значительно недавно, а именно в середине прошлого века. Политическая коммуникация, подобно любому иному виду взаимодействия, является социальной и мотивированной активностью людей. Однако (в отличие от иных видов взаимодействия) целенаправленность политического общения реализуется посредством четкого определения и применения тактико-стратегического инструментария.*

Одно из точных определений, было предложено Р.Ж. Шварценбергом, который являлся одним из первых представителей данной точки зрения в области политической коммуникации. Он утверждает, что политическая коммуникация есть непрерывный процесс передачи политической информации между индивидами или группами на всех политических уровнях, где политическая коммуникация переходит от одной части политической системы к другой [1, с. 123].

Так, стратегии задают общую линию поведения в коммуникативной ситуации. В лингвистике существует ряд определений самой стратегии, но более точной дефиницией является определение О.Н. Паршиной, она утверждает, что стратегия представляет собой мотивированность речевого поведения в определенной ситуации в интересах достижения цели коммуникации [2, с. 7].

Проводя дальнейшую характеристику политической коммуникации стоит отметить необходимое рассмотрение тактик реализации стратегии *реификации* (создание образа врага) и *делегитимизации* (подрыв и снижение кредита доверия к оппоненту), которые играют одну из важнейших ролей в анализируемой категории. Большинство таких элементов представляют собой политические сообщения и их потоки.

Для реализации стратегий и тактик в политической коммуникации задействуются самые различные вербальные средства: политические метафоры, эпитеты, гиперболы, аллюзии, прецедентные явления, инвективные выражения и др. В связи с этим мы предлагаем рассмотреть более детально прагматический потенциал тактик делегитимизации и реификации в политической коммуникации через выявление их функционального назначения в рамках реализации политических стратегий.

Для начала, рассмотрим примеры реализации *стратегии реификации*. Для ее реализации в политической коммуникации используются такие приемы как: *констатация некомпетентности*. Обычно направлена против оппозиции, конкурирующих фракций и прошлых администраций.

President Donald J. Trump: We'll discuss it another time – «Президент Дональд Джей Трамп: Мы обсудим это в другой раз» [3]. Анализируемая тактика, используемая президентом Дональдом Трампом в данном контексте, можно охарактеризовать как уход от ответа или отвлечение от основного вопроса. Он использует фразу «*We'll discuss it another time*» («Мы обсудим это в другой раз») для того, чтобы подчеркнуть свое недовольство некомпетентностью журналиста и неподготовленностью к вопросам, что может служить приемом для изменения темы разговора или уклонения от неудобных вопросов.

Тактика *демагогии* – это намеренное использование политиком различных ораторских и риторических приемов, пафосных фраз, конструкций для «своей выгоды».

В одном из интервью Дж. Байден использует тактику демагогии, которая заключается в использовании выражений, которые отвечают за уверенность политика в том, что его партия победит на предстоящих выборах. Так, политик имплицитно создает негативный образ своих оппонентов:

We hope we can have what they say, a soft landing, a transition to a place where we don't lose the gains that I ran to make in the first place for middle class folks, being able to generate good paying jobs and expansion. - 'Мы надеемся, что у нас будет, как говорится, мягкая посадка, переход к такому положению, при котором мы не потеряем те достижения, которые я стремился сделать в первую очередь для людей среднего класса, возможность создавать хорошо оплачиваемые рабочие места и расширяться' [4].

В данном контексте лексические единицы «*we hope that.., we can..*» служат для создания впечатления ответа на вопрос, но при этом не предоставляют конкретной информации или действий, что позволяет избежать прямого ответа и уйти от основной темы.

Тактика *негативной оценки* – это высказывание о каких-либо действиях оппонента с разовым вкраплением лексем с отрицательной оценочностью.

Д. Трамп категорически отказывается отвечать на вопрос о том, что США имеет какое-то отношение к ракетам. Объект обвинения в данном случае сам

Д. Трамп – обозначен словосочетанием *maybe we have something bad to do with it*. При употреблении слов с отрицательным смыслом, обозначающих негативные последствия, *bad*, указываются негативные последствия действий обвиняемого, а глагол *делать* в настоящем времени падеж не подчеркивает степень ухудшения с течением времени «*You don't want to discuss it because maybe we have something bad to do with it?* – «Вы не хотите обсуждать это, потому» [5].

Процесс реализации *стратегии делегитимизации* отмечается использованием тактики *ссылка на авторитет*.

В следующем контексте создания Х. Клинтон ссылается на президента Рузвельта, который устойчивое выражение *to do his or her part* для создания эффекта новизны, необычности, отличия от признанных образцов, для передачи определенного настроения говорящего, для придания высказыванию конкретности, живости, выразительности, зримости, точности, краткости, образности, а также чтобы избежать штампов, клише. Хилари Клинтон использует эпитеты для выразительности: *a strong and prosperous America*. Для выразительности также используется устойчивое выражение: *Equality of opportunity*.

«*President Roosevelt called on every American to do his or her part, and every American answered. He said there's no mystery about what it takes to build a strong and prosperous America: «Equality of opportunity... Jobs for those who can work... Security for those who need it... The ending of special privilege for the few.... The preservation of civil liberties for all... a wider and constantly rising standard of living – «Президент Рузвельт призвал каждого американца внести свою лепту, и каждый американец откликнулся. Он сказал, что нет никакой тайны в том, что требуется для построения сильной и процветающей Америки: «Равенство возможностей... Рабочие места для тех, кто может работать... Безопасность для тех, кто в ней нуждается... Прекращение особых привилегий для немногих... Сохранение гражданских свобод для всех... Более широкий и постоянно растущий уровень жизни» [6].*

Тактику этическая оценка можно рассматривать как эффективный способ снижения доверия к политическому оппоненту за счет использования слов, намекающих на его оценочно-описательный характер.

Х. Клинтон подчеркивает, что Д. Трамп – это человек, которому все легко дается в этой жизни и поэтому он старается помогать только выгодным людям. Это отражается имплицитно в таких языковых маркерах как: *started his business with \$14 million, was very fortunate*.

«I think we come at it from somewhat different perspectives. I understand that. 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» – «Я думаю, мы подходим к этому с разных точек зрения. Я это понимаю. Знаете, Дональду очень повезло в жизни, и это пошло ему на пользу. Он начал свой бизнес с 14 миллионов долларов, взятых в долг у отца, и он действительно верит, что чем больше вы помогаете богатым людям, тем лучше нам будет, и что все само собой образуется» [7].

Можно сделать вывод, что политическая коммуникация рассматривается как одна из главных функций нескольких политических систем. Из вышесказанного следует, что анализ речей американских политиков показал, что среди тактик реализации стратегии реификации выделяются тактика демагогии где ключевыми маркерами выступают такие лексические единицы как: *when, just, they want..., to hurt you, best probably, we don't lose the gains*, что придает красочность риторству и популизму; констатации некомпетентности выделяют такие языковые маркеры как: *it was a big mistake, wolf's den, still, a lot of empty debate, random people*, а также частотное использование условной конструкции *if...then*, показывает открытую оценку оппонентам эксплицитно; в этом же ряду стоит и негативная оценка: *maybe we have something bad to do with it, don't, bad, outraged, taken away, fear-mongering*, где прослеживается закрытость к оппонентам имплицитно. Среди тактик делегитимизации выделились: ссылка на авторитет: *to do his or her*

part, a strong and prosperous America, Equality of opportunity; и этическая оценка: started his business with \$14 million, was very fortunate.

Так, данные тактики, как констатация некомпетентности, негативная оценка и ссылка на авторитет являются наиболее агрессивными из всех тактик, их чрезмерное использование может привести к конфликту говорящего с оппонентами, что обуславливает их меньшую частотность. Высокая частотность использования тактик этической оценки и демагогии объясняется возможностью как эксплицитного, так и имплицитного выражения говорящим его отношения к ситуации.

Список литературы

1. Шарков Ф.И. Политическая коммуникация в современном обществе / Ф.И. Шарков. – 2-е изд. – М., 2012. – 123 с.

2. Паршина П.Б. Лингвистические методы в концептуальной реконструкции / П.Б. Паршина. – М.: Наука, 1987. – 7 с.

3. Интервью на CNN [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-interview-transcript-with-axios-on-hbo> (дата обращения: 04.04.2024).

4. Интервью Д. Байдена с Стивенсом Кольбертом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=MgutpMLbPt4> (дата обращения: 04.04.2024).

5. Интервью Д. Трампа Дикерсоном [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbsnews.com/news/trump-interview-full-transcript-face-the-nation/> (дата обращения: 04.04.2024).

6. Full Text of Hillary Clinton's Presidential Campaign Launch Speech [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.thefiscaltimes.com/2015/06/13/Full-Text-Hillary-Clinton-s-Presidential-Campaign-Launch-Speech> (дата обращения: 24.04.2024).

7. Full transcript: First 2016 presidential debate [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.politico.com/story/2016/09/full-transcript-first-2016-presidential-debate-228761> (дата обращения: 24.04.2024).