

М.Э. Рябова, И.В. Вашунина

## ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ОППОЗИЦИОННОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

*В статье рассматривается проблема изучения языковых средств оппозиционной коммуникации в контексте политического дискурса. Оппозиционная коммуникация обуславливает повышенную информационную насыщенность современного политического дискурса и создает особую трудность при ее восприятии. Актуализация оппозиционной коммуникации наблюдается в речах политических лидеров в период значимых политических событий. Конкретный материал исследования представлен предвыборными дебатами на пост Президента США (Трампа и Клинтон) и на пост Федерального канцлера Германии (Ангелы Меркель). Обосновывается тезис о том, что анализируемые лексические средства представляют собой систему стратегий и тактик, призванную репрезентировать персуазивность политического дискурса. Сделан вывод о том, что оппозиционная коммуникация создает интересные перспективы для переводоведения.*

**Ключевые слова:** оппозиционная коммуникация, политический дискурс, стратегии и тактики персуазивности, переводоведение.

M.E. Ryabova, I.V. Vashunina

## LINGUISTIC MEANS OF OPPOSITIONAL COMMUNICATION IN THE POLITICAL DISCOURSE

*The article considers the problem of studying of oppositional communication linguistic means in the context of the political discourse. The oppositional communication stipulates advanced congestion of information in the contemporary political discourse and creates a specific difficulty with its perception. The oppositional communication actualizes in political leaders' speeches during significant political events. Specific study material consists of pre-election debates for the President of the United States (Trump and Clinton) and for the post of the Federal Chancellor of Germany (Angela Merkel). The thesis is proved that analyzed linguistic means present a system of strategies and tactics designed to be used for representation the persuasiveness of the political discourse. It is concluded that the oppositional communication gives a new challenge for the theory of translation.*

**Keywords:** oppositional communication, political discourse, strategies and tactics of persuasiveness, theory of translation.

### Введение

В современном мире основное внимание в социокультурной реальности направлено на политические события.

В связи с этим политический дискурс становится всё более ориентированным на адресата, что влияет и на его лингвистические и стратегические средства выражения. В то же время, конкретные внешние условия существования отдель-

ного этноса формируют категориальную основу национальной языковой картины мира, противопоставленной глобальной. Асимметричность национальной и глобальной картин мира отражает на разных уровнях абстракции оппозицию общего и частного в когнитивной деятельности человека в целом и в политическом дискурсе в частности. Эти две сферы тесно сопряжены. Знание и понимание специфических характеристик оппозиционной коммуникации в сфере политики обеспечивает лингвокультурный анализ. Сразу возникает вопрос: какие языковые средства репрезентируют оппозиционность политического дискурса и как они коррелируют с речевыми стратегиями и тактиками американских и немецких политических лидеров как языковых личностей? Ответ на этот вопрос и будет являться основной задачей данной статьи.

#### **Специфика политического дискурса**

Термин «политический дискурс» в настоящее время считается одним из самых неоднозначных и многоаспектных в современной лингвистике. Для выделения его наиболее точной дефиниции рассмотрим составляющие данного понятия: «дискурс» и «политика».

В более общем понимании дискурс представляет собой сложное единство языковой формы, значения и действия, которое могло бы быть наилучшим образом охарактеризовано с помощью понятия «коммуникативное событие», или «коммуникативный акт». Другими словами, дискурс, в отличие от текста, является не абстрактным феноменом, характеризующимся семантической целостностью и особыми грамматическими и стилистическими категориями, а определенным высказыванием с социальными предпосылками и их результатами. Следовательно, дискурс следует рассматривать в качестве процессуальной категории.

Термин «политика» (от греч. *politikē (technē)* – искусство управлять государством) применяется сегодня для обозначения государственной и общественной деятельности, связанной с отношениями

между разными человеческими социумами [1, с. 104].

Исходя из приведенных дефиниций, политический дискурс можно рассмотреть в широком и узком смыслах. Политический дискурс в широком смысле подразумевает «совокупность всех речевых актов, использующихся в политической области коммуникации» [2, с. 6]. Если же рассматривать понятие политического дискурса более узко, то его можно определить как специфическую разновидность дискурса, «основной целью которого является завоевание и удержание политической власти» [3, с. 43]. Амбивалентность политического дискурса обусловлена его собственной сущностью, отражающей характер отношений политической коммуникации и социума. Произвольность политического дискурса и, как следствие, асимметричность оппозиционной коммуникации формируют бесконечный потенциал вербальных средств ее выражения.

Принимая во внимание позицию И.А. Стернина [4, с. 15], следует отметить значительные изменения современного политического дискурса, среди которых можно обозначить: большую диалогичность формы и содержания политического дискурса; ироничность, полемичность и раскованность данного дискурса; иную структуру политического дискурса, который сегодня вырабатывает особую аргументацию и оценочность; отсутствие ссылок на авторитет классиков в качестве доказательности речи; построение коммуникации на противопоставлении разных политических позиций; более краткую форму политических выступлений; возросшую экспрессивность и эмоциональность; большую персонификацию, т.е. формирование индивидуальных политических дискурсов; более частое использование правоохранительной и экономической тематики и уменьшение идеологического характера высказываний; большую логичность, продуманность, простоту для реципиента.

Однако основная цель политического дискурса остается неизменной – форми-

рование общественного сознания и «навязывание» идеологии политика реципиенту. Оппозиционный политический дискурс является одним из распространенных ответвлений общего политического дискурса. Оппозиционный дискурс определяется как «особый тип институционального политического дискурса, основной прагматической установкой которого является изобличение политических оппонентов во лжи, восстановление истины с позиции адресанта и ориентирование адресата в политическом пространстве» [5, с. 5]. На достижение данной цели направлены применяемые стратегии и тактики в политическом дискурсе, лингвистические и экстралингвистические средства, включая жесты, мимику и телодвижения политиков.

В качестве адресата оппозиционной коммуникации в политическом дискурсе выступает широкая группа реципиентов, т.е. целая общность людей как репрезентант основных норм и ценностей данного социума. Следовательно, структура оппозиционного политического дискурса зависит от представлений и предпочтений данной референтной группы. Универсальной оппозицией в рассматриваемом политическом дискурсе является базовая оппозиция «свой – чужой». При этом данная оппозиция имеет собственную аксиологическую шкалу: под «своим» всегда понимаются правильные, хорошие действия, под «чужим», напротив, – неправильные и плохие действия. В рамках оппозиционной коммуникации аксиологические характеристики «своего» и «чужого» имеют большое значение в политической борьбе за власть, которая подкрепляется средствами реализации персуазивной интенции.

Специфической чертой оппозиционной политической коммуникации является этноцентризм, который проявляется в приписывании себе только положительных качеств, которые в ходе коммуникации противопоставляются негативным качествам оппонента. Данная особенность в семантическом аспекте реализуется в виде многочисленных противопо-

ставлений, антитез. Например, данную черту можно в большом количестве наблюдать в оппозиционной коммуникации Д. Трампа и Х. Клинтона на первых президентских теледебатах, которые можно привести в качестве иллюстрации вышесказанного: *Excuse me. I will bring back jobs. You can't bring back jobs.*

Оппозиционная коммуникация имеет специфические языковые характеристики. Среди них особо следует отметить принципы эвфемизации. Эвфемия является одной из характерных черт любого подвида политического дискурса. Однако в оппозиционной коммуникации эвфемизмы призваны создавать новые коннотаты, из-за чего сущность эвфемизации как сглаживания отрицательных коннотаций меняется на прямо противоположную. Другими словами, в рассматриваемой политической коммуникации эвфемизмы перестают быть репрезентантами политкорректности, а, напротив, становятся способом дискредитации оппонента, т.е. в сущности эвфемизмы переходят в разряд дисфемизмов. Например: *We have to protect our inner cities because African-American communities are being decimated by crime.*

В стилистическом аспекте следует отметить тот факт, что языковые единицы, используемые в оппозиционном политическом дискурсе, тесно связаны с социальным аспектом. В результате оппозиционная коммуникация в политической сфере практически не оперирует признаком табуированности, что приводит к многочисленным вкраплениям ненормативной лексики. При этом чаще всего в качестве ненормативных элементов оппозиционного политического дискурса выступают разговорные лексемы, которые реализуют оценочность как элемент персуазивной интенции. Например: *...we have a winning a fight because they are using our country as a piggy bank to rebuild China and many other countries are doing the same.*

Обобщая вышесказанное, основной категорией политического дискурса была и есть категория персуазивности.

### Стратегии персуазивности в оппозиционной политической коммуникации

Персуазивность можно, вслед за Д.В. Шапочкиным, считать «определенной целеустановкой, которая убеждает адресата принять сторону адресанта и разделить с ним конкретные намерения и побуждения, не всегда совпадающие с его собственными интенциями» [6, с. 32].

Для воздействия на адресата политики, участвуя в оппозиционной политической коммуникации, применяют разнообразные стратегии и тактики, которые в рамках данного исследования можно считать стратегиями и тактиками реализации персуазивной интенции политиков. Однако набор данных стратегий до сих пор четко не установлен в современной лингвистике. Более того, зачастую стратегии и тактики смешиваются и получают неоднозначную трактовку.

Рассмотрим наиболее распространенные стратегии персуазивной интенции, которые использовались политическими лидерами в преддверии выборов в США и Германии (в период с 2015–2016 гг.).

#### Стратегия самопрезентации и стратегия солидарности

Стратегия самопрезентации является одной из персуазивных стратегий, которые необходимы для создания положительного образа политика. Создание имиджа политика необходимо, чтобы сделать его предвыборную кампанию успешной. Данная стратегия в лингвистическом плане реализуется посредством местоимений в первом лице множественного числа (*we*), что «позволяет выступающему политику создать обобщение себя и народа, что положительно сказывается на убеждении реципиента» [7, с. 161]. Например: *The central question in this election is really what kind of country we want to be in, what kind of future we'll build together* (фраза на предвыборных дебатах на пост президента США Трампа и Клинтон).

Этот же лингвистический прием можно отнести к способам реализации

стратегии солидарности. Высказывания политика через *we*-форму позволяют очертить ему свой собственный круг и противопоставить себя в совокупности с электоратом другому политику. По мнению Б.Ф. Поршнева, местоимение «мы» (*we*) является одной из самых выразительных смысловых категорий, которые тесно соотносятся с психологической формой самосознания общества. Введение высказывания при помощи первого лица множественного числа позволяет обозначить реципиенту свою позицию, отметить ее как единственно правильную, и тем самым противопоставить ее «чужим», т.е. общности электората с другим политиком [8, с. 14].

Использование персонифицированных высказываний присуще и политикам, выступающим для немецкоязычной аудитории. Например: *Ich spreche immer noch von einem Hoffnungsschimmer...* (Ангела Меркель).

#### Стратегия дискредитации

Целью стратегии дискредитации является умаление авторитета оппонента в рамках оппозиционной политической коммуникации. Созданный оппонентом положительный образ путем реализации стратегии дискредитации нивелируется в сознании реципиента путем его оскорбления, унижения и критики, зачастую даже необоснованной. Реализация стратегии дискредитации позволяет политику воздействовать на эмоции и сознание реципиента, убедить его в том, что общественное мнение неверно и несостоятельно. Следовательно, данная стратегия направлена на провоцирование адресата принять определенное решение, выгодное данному политику. Для реализации стратегии дискредитации в оппозиционном политическом дискурсе применяются различные лингвистические средства – от прямого отрицания достоинств оппонента до иронии. Например: *You know, Donald was very fortunate in his life and that's all to his benefit.*

В рамках стратегии дискредитации активно применяется тактика бездоказательного умаления авторитета, которая

позволяет создать негативное отношение реципиента к оппоненту. Бездоказательность данной тактики основывается на том, что деятельность или личность политического оппонента дискредитируется за счет упоминания о каком-либо событии, порочащем образ оппонента и создающем негативные коннотации для сознания электората. Данная тактика схожа с тактикой наклеивания ярлыков. Например: *One thing, Lester. He tried to switch from looks to stamina. But this is a man who has called women pigs, slobs, and dogs. And someone who has said pregnancy is an inconvenience to employers...*

Примечательно, что тактика дискредитации не присуща типу языковой личности Ангелы Меркель, в связи с чем, примеров употребления подобных тактик в речах А. Меркель не наблюдается.

#### **Агитационная стратегия**

Исходя из названия данной стратегии, очевидно, что ее целью является агитация реципиента, призыв к какому-либо действию или решению. Для реализации данной стратегии политик затрагивает наиболее проблемные сферы политики, которые обещает решить при помощи собственных методов и помощи всего народа. Агитационная стратегия направлена на призыв электората, на просьбу о помощи, которой зачастую является избрание политика на пост президента, когда речь идет о предвыборных дебатах. Наиболее ярким лингвистическим средством реализации агитационной стратегии является применение императива, т.е. прямого побуждения. Например: *She's going to raise taxes \$1.3 trillion. Look at her website.*

Агитационная стратегия Ангелы Меркель выражается в тактике убеждения: *Heute nun können Sie darauf vertrauen, dass ich allesdaran setze, den Euro zu stärken.*

#### **Фрустрационная стратегия манипулирования**

Целью данной стратегии является создание особого психологического напряжения, дезориентирующего реципиента. Другими словами, при реализации

фрустрационной стратегии манипулирования электорат выводят из состояния эмоционального равновесия посредством запугивания отрицательными прогнозами на будущее страны. Следовательно, основной мишенью данной стратегии является эмоциональное состояние народа. Именно эксплуатация эмоций и чувств человека является главным методом манипулятивных стратегий.

Реализация данной стратегии происходит при помощи введения негативной эмоциональной лексики, шокирующих фактов, перечисления трагических событий, уже имевших место в истории страны. Например: *We're in a big, fat, ugly bubble and we better be awfully careful and we have a fed doing political things.*

Что касается А. Меркель, она укрепила свои позиции на занимаемом посту благодаря прямому обращению к населению Германии, воодушевляющего адресатов: *Das alles ist Ihrem Fleiß, Ihrer Unermüdlichkeit zu verdanken. Sie haben das möglichst gemacht. Gemeinsam.*

#### **Псевдорационально-эвристическая стратегия**

Сущность псевдорационально-эвристической персуазивной стратегии заключается в том, что политик создает в сознании реципиента иллюзию непредвзятого и объективного изложения фактов. Политик в рамках оппозиционной политической коммуникации применяет логические ловушки с целью убеждения аудитории в определенной точке зрения, представляемой как однозначно правильной.

Чаще всего данная стратегия реализуется в рамках оппозиционного дискурса при помощи создания иллюзии совместного рассуждения, что достигается за счет создания диалогичности общения. В лингвистическом плане данная логическая ловушка вербализуется в виде поставленных вопросов, на которые политик сам дает ответы. Например: *Scientists say it's real and I think it's important that we grip this and deal with it both at home and abroad. And here's what we can do. We can deploy half a billion more solar*

*panels. We can have enough clean energy to power every home.*

Или у Ангелы Меркель: *Warum machen wir das? Wir machen das aus der Erkenntnis, ...*

#### Аргументативная стратегия убеждения

Данная персуазивная стратегия реализуется в качестве обозначения политиком наиболее важных, с его точки зрения, сфер, в которых необходимы изменения для расцвета страны, для экономической и политической стабильности. Для лингвистической репрезентации данной стратегии применяются парафразы и эвфемизмы, позволяющие избежать негативного восприятия у реципиентов, а также анафора – однотипное начало фраз как дополнительный маркер аргументации. Например, в речи Трампа: *He paid zero. That means zero for troops, zero for vets, zero for schools or health.*

Или в речи Меркель: *...dass wir es nicht akzeptieren, wenn Menschenrechte missachtet werden, dass wir es nicht akzeptieren, wenn die Religionsfreiheit einfach außer Kraft gesetzt wird.*

В литературе уже отмечалось, что «часть тактик реализуется посредством как содержательной, так и формальной сторон языка: тактика создания аллюзии, тактика унификации образов языкового сознания и тактика навязывания образов» [9, с. 53].

#### Литература

1. *Трабелси Х.* Политический дискурс как объект лингвистического исследования // Современная филология : теория и практика : материалы VIII Международной научно-практической конференции, г. Москва, 2–3 июля 2012 г. / Научн.-инф. издат. центр «Институт стратегических исследований». – М. : Спецкнига, 2010. – С. 104–110.
2. *Баранов А.Н., Казакевич Е.Г.* Парламентские дебаты: традиции и новации. – М. : Знание, 1991. – 64 с.
3. *Маслова В.А.* Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2008. – Вып. 1 (24). – С. 43–48.
4. *Стернин И.А.* Общественные процессы и развитие современного русского языка: очерк изменений в русском языке конца XX – начала XXI века. – Москва–Берлин, 2015. – 73 с.
5. *Рябцева И.Г.* Оппозиционный политический дискурс в американских СМИ: коммуникативный и прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Ростов-на-Дону, 2009. – 25 с.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что в рамках реализации персуазивной интенции в оппозиционном политическом дискурсе применяются разнообразными стратегии и тактики. Выбор стратегии и тактики, их языковая реализация целиком и полностью зависят как от целей политика, так и от его речевого портрета и языковой личности.

В настоящей статье рассмотрены далеко не все типичные стратегии оппозиционной политической коммуникации, однако основной набор речевых стратегий и тактик является практически неизменным. Набор стратегий и тактик, используемых Ангелой Меркель, ориентирован в большей степени на указание перспектив, решений проблем, а стратегия агитации уходит всё больше на задний план. Что же касается набора стратегий и тактик Дональда Трампа, очевидно, что здесь более характерна агрессивная манера общения с оппонентами, характеризующая тип личности и индивидуальные особенности.

Полученные нами результаты могут быть использованы для дальнейшей разработки культурологического подхода к оппозиционной коммуникации, открывающей интересные перспективы для переводоведения. Но это уже материал для последующих исследований.

6. *Шапочкин Д.В., Дрожжащих А.В., Ильина Е.В.* Персуазивность как средство манипулирования общественным сознанием (на материале политического дискурса зарубежных СМИ) // Политический дискурс в парадигме научных исследований : сборник статей II Международной научной конференции / под ред. канд. филол. наук, доц. Д.В. Шапочкина. – Тюмень: Вектор Бук, 2015. – С. 31–47.

7. *Суханова А.С.* Стратегии и тактики политического дискурса (на материале выступлений П. Иглесиаса // Филологические науки. Вопросы теории и практики : в 3-х ч. – Тамбов : Грамота, 2017. – № 6 (72). – Ч. 3. – С. 160–163.

8. *Поршнева Б.Ф.* Мыслима ли вообще коллективная психология // Политическая психология: хрестоматия [Сост. Е.Б. Шестопал]. – М. : Аспект Пресс, 2007. – С. 5–14.

9. *Рябова М.Э., Вашунина И.В.* Функционирование зрительных образов в средствах массовой коммуникации // Вестник Российского нового университета. Серия «Человек в современном мире». – 2016. – № 2. – С. 50–54.

## Literatura

1. *Trabelsi, H.* Politicheskiy diskurs kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya // Sovremennaya filologiya : teoriya i praktika : materialy VIII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, g. Moskva, 2–3 iyulya 2012 g. / Nauchn.-inf. izdat. tsentr "Institut strategicheskikh issledovaniy". – М. : Spetskniga, 2010. – S. 104–110.

2. *Baranov, A.N., Kazakevich, E.G.* Parlamentskie debaty: traditsii i novatsii. – М. : Znanie, 1991. – 64 s.

3. *Maslova, V.A.* Politicheskiy diskurs: yazykovye igry ili igry v slova? // Politicheskaya lingvistika. – Ekaterinburg, 2008. – Вып. 1 (24). – S. 43–48.

4. *Sternin, I.A.* Obshhestvennyye protsessy i razvitie sovremennogo russkogo yazyka: ocherk izmeneniy v russkom yazyke kontsa XX – nachala XXI veka. – Moskva – Berlin, 2015. – 73 s.

5. *Ryabtseva, I.G.* Oppozitsionnyy politicheskiy diskurs v amerikanskikh SMI: kommunikativnyy i pragmaticheskii aspekty : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. – Rostov-na-Donu, 2009. – 25 s.

6. *Shapochkin, D.V., Drozhzhikh, A.V., Il'ina, E.V.* Persuazivnost kak sredstvo manipulirovaniya obshhestvennym soznaniem (na materiale politicheskogo diskursa zarubezhnykh SMI) // Politicheskiy diskurs v paradihme nauchnykh issledovaniy : sbornik statey II Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii / pod red. kand. filol. nauk, dots. D.V. Shapochkina. – Tyumen : Vektor Buk, 2015. – S. 31–47.

7. *Sukhanova A.S.* Strategii i taktiki politicheskogo diskursa (na materiale vystupleniy P. Iglesiasa // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki : v 3-kh ch. – Тамбов : Gramota, 2017. – № 6 (72). – Ch. 3. – С. 160–163.

8. *Porshnev, B.F.* Myslima li voobshhe kolektivnaya psikhologiya // Politicheskaya psikhologiya: khrestomatiya [Sost. E.B. Shestopal]. – М. : Aspekt Press, 2007. – S. 5–14.

9. *Ryabova, M.E., Vashunina, I.V.* Funktsionirovanie zritelnykh obrazov v sredstvakh massovoy kommunikatsii // Vestnik Rossiyskogo novogo universiteta. "Seriya Chelovek v sovremennom mire". – 2016. – № 2. – S. 50–54.