

Валиахметова Эльвира Камиловна

ДИСКУРС-АНАЛИЗ КОММУНИКАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРЕДВЫБОРНОЙ РЕЧИ Д. ТРАМПА

В настоящее время в связи с высоко политизированной ситуацией в современном мире вообще и в частности в России много исследований посвящено политическому дискурсу, в котором активно представлены в том числе и эмоции. Существует много способов побудить человека к определенному действию, среди них - вербальные и невербальные средства, направленные на появление определенных эмоций - основы поведения человека. В данной статье делается попытка проанализировать предвыборную речь Д. Трампа с позиции ее коммуникативного воздействия на аудиторию.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2018/2-2/20.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2018. № 2(80). Ч. 2. С. 297-299. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2018/2-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81-42

В настоящее время в связи с высоко политизированной ситуацией в современном мире вообще и в частности в России много исследований посвящено политическому дискурсу, в котором активно представлены в том числе и эмоции. Существует много способов побудить человека к определенному действию, среди них – вербальные и невербальные средства, направленные на появление определенных эмоций – основы поведения человека. В данной статье делается попытка проанализировать предвыборную речь Д. Трампа с позиции ее коммуникативного воздействия на аудиторию.

Ключевые слова и фразы: коммуникативное воздействие; эмоции; эмоциогенность; дискурс; речевое поведение; эмоциональная доминанта; эмоциональное резонирование.

Валиахметова Эльвира Камиловна, к. филол. н., доцент
Уфимский юридический институт Министерства внутренних дел Российской Федерации
Belaya2808@yandex.ru

ДИСКУРС-АНАЛИЗ КОММУНИКАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРЕДВЫБОРНОЙ РЕЧИ Д. ТРАМПА

В настоящее время наблюдается интерес к изучению эмоций и их представленности в речевой деятельности. В мире есть много способов побудить человека к определенному действию. Однако в современных условиях наибольшее распространение получили различные технологии коммуникативного воздействия [2; 6]. По словам И. А. Стернина, речевое воздействие – это воздействие на человека при помощи речи с целью побудить его сознательно принять точку зрения другого человека, сознательно принять решение о каком-либо действии, передаче информации и т.д. [7, с. 26]. На наш взгляд, это связано с тем, что при таком воздействии на аудиторию влияют не только используемые языковые средства, но целый набор невербальных приемов, направленных на появление определенных эмоций. На прошедшем в 1987 в Берлине XIV Международном конгрессе лингвистов проблема «Язык и эмоции» была названа в числе пяти наиболее приоритетных направлений современных лингвистических исследований. Эмоции, проявляющиеся в социальном поведении человека, стоят в центре речевой деятельности, которая является отражением языковой личности. Мы согласны с В. А. Масловой, которая считает, что «всякое содержание текста является потенциально эмоциогенным, ибо всегда найдется реципиент, для которого это содержание окажется личностно значимым» [Цит. по: 12, с. 185]. «На сегодняшний день не возникает никаких сомнений в важности исследования категории эмоций как мотивационной основы сознания и социального поведения человека: после многолетних научных споров и дискуссий о природе эмоций, современной науке удалось неопровержимо доказать, что эмоции являются неотъемлемой частью языка» [10, с. 47]. Как указывает О. Е. Филимонова, «именно поиск эмотивных “координат в языковом материале” с опорой на изучение текста, то есть на язык в действии, поможет исследователю приблизиться к решению вопроса об эмотивной функции языка» [11, с. 15]. С позиций эмоциологии изучаются различные типы дискурса: педагогический, административный, дипломатический [1; 2; 6] и др. Эмоции активно представлены и в политическом дискурсе, которому посвящено множество исследований в связи с высоко политизированной ситуацией в современном мире вообще и в частности в России. В последние годы политический дискурс рассматривается как язык публичной сферы, что привело к появлению нового направления в языкознании – политической лингвистики [5]. Подвергаются эрозии традиционные представления о социальной иерархии и другие традиционные основы речевого поведения [3, с. 83]. Назрела необходимость выявить и сформулировать универсальные и национально-специфические характеристики политического дискурсивного стиля в разных коммуникативных культурах.

В нашей работе мы делаем попытку проанализировать предвыборную речь Дональда Трампа, произнесенную 22 июля 2016 г. Наше внимание привлекают языковые средства передачи мыслей говорящего, чьи эмоции влияют на их выбор, ведь от того, какая эмоциональная доминанта избирается автором сообщения, зависит реакция адресата, которая может принимать форму как конструктивного, так и деструктивного эмоционального резонирования [7, с. 26; 8, с. 34]. В одной из своих предвыборных речей Трамп обращается к общественности как к близким людям, с которыми он готов поделиться своими мыслями на определенную тему, в данном конкретном случае – о том, что стоит на кону в предстоящих президентских выборах: “I’d like to share my thoughts about the stakes in this election” [15]. / «Я бы хотел поделиться своими мыслями о ставках в этих выборах» (здесь и далее перевод автора статьи. – Э. В.). Таким образом он вызывает чувство сопричастности у аудитории, устанавливает контакт со слушателями и усиливает прагматическое воздействие своей речи. Трамп обращается к избирателям на «мы»: “we” (мы), “together” (вместе), “our country” (наша страна), “I’m with you” (я с вами), – демонстрируя таким образом свою причастность к избирателям, единство с ними. В своем выступлении он употребляет позитивные эпитеты, призывая вместе вернуть Америке ее богатство, безопасность, величие, используя такое языковое средство, как лексический повтор: “We are going to make America rich again”. / «Мы вновь сделаем Америку богатой»; “We are going to make America safe again”. / «Америка вновь почувствует себя в безопасности»; “We are going to make America Great Again” [Ibidem]. / «Мы вернем Америке ее величие». В потоке речи этот прием выступает как дополнительная, эмоциональная аргументация [9].

Свою предвыборную речь Д. Трамп строит на критике политики демократической партии в лице предыдущего президента Барака Обамы: Повторяя несколько раз “again” (снова, опять), он подчеркивает, что за последние

годы Америка утратила свои позиции: “making America Great Again for All Americans” (сделать Америку снова великой для всех американцев); “America can become rich again” (Америка снова может стать богатой); “Our country is going to start working again”. / «Наша страна опять начнет работать»; “Parents are going to start dreaming big for their children again” [15]. / «Люди снова начнут мечтать о лучшем для своих детей». Группа эмоций, представленная в этих высказываниях, – сожаление (Америка утратила свои достижения) и гордость (страна справится со своими проблемами). Еще один объект критики – его соперник Хиллари Клинтон: “Hillary Clinton has perfected the politics of personal profit and theft”. / «Хиллари Клинтон довела политику личной выгоды и воровства до совершенства»; “We’ve lost nearly one-third of our manufacturing jobs since these two Hillary-backed agreements were signed”. / «Мы потеряли около 2/3 рабочих мест после подписания двух соглашений, пролоббированных Хиллари Клинтон»; “Our trade deficit with China soared 40% during Hillary Clinton’s time as Secretary of State”. / «В годы пребывания Хиллари Клинтон на посту Госсекретаря наш торговый дефицит с Китаем взлетел до 40%»; “She sold out our workers, and our country, for Beijing” [ibidem]. / «Она продала наших рабочих и нашу страну Пекину» и т.д. Целью выступления является критика правящей элиты и создание своего положительного образа. Трамп использует ход «контраст» [2], противопоставляя “she – we” (она – мы). В анализируемой коммуникативной ситуации преобладают слова с отрицательной семантикой, очевидно, что они способствуют возникновению у избирателей соответствующих эмоций и подвигают их на «правильный», т.е. запланированный выбор. Как пишет В. И. Шаховский, эмоции включены в структуру сознания и мышления, они сопряжены с когнитивными процессами и с *mental style* (интеллектуальный стиль) [14]. Непрерывно говоря о негативных сторонах деятельности Б. Обамы и Х. Клинтон, Д. Трамп вызывает у избирателей возмущение и злость и, таким образом, делает попытку модифицировать их поведение. Стратегическая цель данного микро-текста – опорочить оппонента. Его неэкологичность формируется за счет перечисления негативных явлений в жизни американцев. Данный текст является одновременно и эмоциогенным (за счет значимости каждой из обозначенных проблем страны для избирателей), и эмотивным (за счет выражения отношения к Х. Клинтон). Вектор его неэкологичности направлен одновременно и на избирателей, и на кандидата [13, с. 158].

Свою кандидатуру Д. Трамп представляет как реальную альтернативу, полную противоположность своему оппоненту: “This election will decide whether we are ruled by the people, or by the politicians” [15]. / «Эти выборы решат, кто нами руководит – люди или политики». Говоря о своих планах возродить американскую промышленность, создать новые рабочие места, Трамп апеллирует к основателям государства, к первым президентам: “Our country will be better off when we start making our own products again, bringing our once great manufacturing capabilities back to our shores. Our Founders understood this. One of the first major bills signed by George Washington called for ‘the encouragement and protection of manufactur[ing]’ in America. Our first Republican President, Abraham Lincoln, warned us by saying: «The abandonment of the protective policy by the American government will produce want and ruin among our people»” [ibidem]. / «Наша страна станет богаче, если мы возобновим производство своей продукции, если вернем производственные мощности в нашу страну. Наши Основатели понимали это. Один из первых важных законопроектов, подписанных Дж. Вашингтоном, призывал к “стимулированию и поддержке производства” в Америке. Наш первый Президент – республиканец, Авраам Линкольн, предупреждал нас, сказав: “Отказ от протекционистской политики американского правительства породит нужду и бедность нашего народа”». Обращаясь к национальной истории, Трамп повышает планку, демонстрирует свою ответственность перед избирателями, апеллирует к таким чувствам, как патриотизм, чувство национальной гордости, чувство ответственности и т.п. И одновременно данные ссылки подкрепляют его собственную предвыборную программу: “We need to reform our economic system so that, once again, we can all succeed together, and America can become rich again”. / «Нам необходимо реформировать нашу экономическую систему так, чтобы мы вместе стали снова преуспевающими, а Америка стала опять богатой»; “Change immigration rules to give unemployed Americans an opportunity to fill good-paying jobs”. / «Изменить правила иммиграции, чтобы предоставить безработным американцам высокооплачиваемые рабочие места»; “Cancel rules and regulations that send jobs overseas” [ibidem]. / «Отменить постановления, способствующие переносу рабочих мест в другие страны», и т.п. Человек психологически стремится к положительным эмоциям, поэтому свое выступление Трамп завершает позитивно, что напрямую увязывает со своей победой на выборах. Он демонстрирует избирателям надежность и уверенность.

В предвыборной речи Трампа присутствуют как экологичный, так и неэкологичный стили общения. Эмоциональное воздействие Трамп оказывает с помощью слов с семантикой «свой – чужой». Говоря о своем сопернике, он прибегает к неэкологичности, к чему относятся сожаление, опасность, злость, недовольство, раздражение и т.п. Экологичный стиль характеризует ту часть выступления, в которой Трамп излагает свою предвыборную программу, а именно – солидаризация, кооперативность, выбор общей темы и эмотемы для разговора, отбор стилистических средств сообразно ситуации, положительное оценивание, целесообразность речи и др. Трамп демонстрирует эмоции группы «радость»: вера в преодоление трудностей, боевой настрой, бодрость и др. Апелляция к патриотизму и чувству национальной гордости также связана с выразительностью речи. Эмотивные языковые средства усиливают ее эмоциональное воздействие. От эмоциональной реакции адресанта зависят и его действия и поступки.

Список источников

1. Волкова Т. А. Введение диссертации [Электронный ресурс] // Волкова Т. А. Дипломатический дискурс в аспекте стратегичности перевода и коммуникации: на материале английского и русского языков: дисс. ... к. филол. н. Челябинск, 2007. URL: <http://www.dissercat.com/content/diplomaticeskii-diskurs-v-aspekte-strategichnosti-perevoda-i-kommunikatsii-namateriale-ang#ixzz4w1EzZ6bX> (дата обращения: 20.10.2017).
2. Дзялошинский И. М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. М.: НИУ ВШЭ, 2012. 572 с.

3. **Казанцева Е. А.** Категории вежливости в речевом поведении носителей русского и английского языков в жанре комментария на электронную новостную публикацию. Уфа: Изд-во УГНТУ, 2016. 92 с.
4. **Казанцева Е. А.** Эмоциональный фон педагогического дискурса: авторитет власти или власть авторитета? // Вестник Уфимского государственного нефтяного технического университета. Наука, образование, экономика. Серия «Экономика». 2017. № 1 (19). С. 119-126.
5. **Морозкина Е. А., Фаткуллина Ф. Г.** Стилистические особенности языка региональных СМИ // XLIV Международная филологическая конференция (Санкт-Петербург, 10-15 марта 2015 г.): сборник тезисов докладов. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2015. С. 374-376.
6. **Панова М. Н.** Языковая личность государственного служащего: дискурсивная практика, типология, механизмы формирования [Электронный ресурс]: автореф. дисс. ... д. филол. н. М., 2004. URL: <http://cheloveknauka.com/yazykovaya-lichnost-gosudarstvennogo-sluzhaschego-diskursivnaya-praktika-tipologiya-mehanizmy-formirovaniya#ixzz4w1H7FZOA> (дата обращения: 20.10.2017).
7. **Стернин И. А.** Введение в речевое воздействие. Воронеж: Истоки, 2001. 178 с.
8. **Фаткуллина Ф. Г.** Деструктивная лексика в современном русском языке: монография. Уфа: ИПК при Администрации Президента Республики Башкортостан, 1999. 300 с.
9. **Фаткуллина Ф. Г.** Лингвопрагматика рекламного дискурса // Актуальные вопросы теории и практики филологических исследований: материалы III международной научно-практической конференции. Прага: Vedecko vydavatel'ske centrum "Sociosfera-CZ", 2013. С. 81-84.
10. **Фаткуллина Ф. Г., Казанцева Е. А.** Эмотивность и эмоциогенность различных жанров дискурса: история и перспективы исследования // Успехи современной науки и образования. 2017. Т. 3. № 1. С. 47-49.
11. **Филимонова О. Е.** Эмоциология текста. Анализ репрезентации эмоций в английском тексте: учебное пособие. СПб.: Книжный Дом, 2007. 448 с.
12. **Человеческий фактор в языке: языковые механизмы экспрессивности** / отв. ред. В. Н. Телия. М.: Наука, 1991. 214 с.
13. **Шаховский В. И.** Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: человек, язык, эмоции. Волгоград: ИП Поликарпов И. Л., 2016. 504 с.
14. **Шаховский В. И.** Что такое лингвистика эмоций [Электронный ресурс]. URL: http://tverlingua.ru/archive/012/3_shakhovsky.pdf (дата обращения: 12.10.2017).
15. **Full transcript: Donald Trump NYC speech on stakes of the election** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.politico.com/story/2016/06/transcript-trump-speech-on-the-stakes-of-the-election-224654> (дата обращения: 11.07.2017).

DISCOURSE-ANALYSIS OF THE COMMUNICATIVE INFLUENCE OF D. TRUMP'S ELECTION SPEECH

Valiakhmetova El'vira Kamilovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Ufa Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation
Belaya2808@yandex.ru

Currently, due to the highly politically loaded situation in the modern world in general and in particular in Russia, a lot of research is devoted to political discourse, in which emotions are actively represented. There are many ways to induce a person to a certain action, among them verbal and non-verbal means aimed at the awakening of certain emotions – the basis of human behavior. In this article an attempt is made to analyze D. Trump's election speech from the point of view of its communicative impact on the audience.

Key words and phrases: communicative impact; emotions; emotiogenicity; discourse; verbal behavior; emotional dominant; emotional resonance.

УДК 81'37

Общие морфологические черты и терминологические значения существующих в ряде современных европейских языков аналогов английского существительного identity гипотетически позволяют рассматривать их как интернационализмы. Представленный в статье сопоставительный этносемиотрический анализ существительных identity и «идентичность» обнаруживает такие их особенности, противоречащие критериям интернационализмов, как временная отдалённость вхождения в соответствующие языки и книжность первичных значений, которые привели к частотным и семантическим различиям.

Ключевые слова и фразы: заимствование; идентичность; интернационализм; когнат; термин; этносемиотрия.

Вострикова Ольга Владимировна, к. филол. н., доцент
Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина, г. Москва
Московский городской педагогический университет
o.w.wolke@list.ru

СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ IDENTITY / ИДЕНТИЧНОСТЬ: ЭТНОСЕМИОМЕТРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Этносемиотрия – способ аксиологического лингвистического анализа «рождения, состояния и эволюции сущностных смыслов... в пространстве межкультурной коммуникации» [9, с. 5].