

УДК 81'23

*Седых А.П.
Шевченко М.И.*

**К ВОПРОСУ
О СТРАТЕГИЯХ И ТАКТИКАХ
В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОМ
ДИСКУРСЕ**

Седых Аркадий Петрович, *д. филол. н., профессор*

Кафедра немецкого и французского языков

Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)
ул. Победы 85 г. Белгород, 308015 Россия; *E-mail: sedykh@bsu.edu.ru*

Шевченко Мирослав Игоревич, *аспирант*

Кафедра немецкого и французского языков

Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)
ул. Победы 85 г. Белгород, 308015 Россия; *E-mail: smi.bsu@gmail.com*

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию речевого воздействия со стороны институциональной языковой личности. Анализируются типы стратегий и тактик личности политика. Описывается алгоритм исследования признаков институциональной языковой личности. Основой выявления сущностных признаков языковой личности политика выступает лингвокогнитивный подход, учитывающий комплексные параметры институционального дискурса.

Ключевые слова: языковая личность, институциональный дискурс, стратегия, тактика, речевое воздействие, теория языка и коммуникации.

*Sedykh A.P.
Shevchenko M.I.*

**TO THE ISSUE
OF STRATEGY AND TACTICS
IN INSTITUTIONAL
DISCOURSE**

Sedykh Arkadiy Petrovich, *Doctor of Philology, Professor*

Head of Department of German and French, Faculty of Foreign Languages

Belgorod State National Research University; 85 Pobedy St., Belgorod, 308000, Russia
E-mail: sedykh@bsu.edu.ru

Shevchenko Mirosлав Igorevich, *Postgraduate Student*

Department of German and French

Belgorod State National Research University; 85 Pobedy St., Belgorod, 308000, Russia
E-mail: smi.bsu@gmail.com

АBSTRACT

The paper investigates the impact of speech on the part of institutional language personality. The types of strategies and tactics identity politics are analyzed. An algorithm for the study of the institutional features of the language person is nominated. The basis for identifying the essential features of the language of personality is a cognitive approach that takes into account the complex communicative parameters of a politician.

Key words: language personality; institutional discourse; strategy; tactics; speech influence; theory of language and communication.

При всем разнообразии проблем современного общества многих людей волнует речь представителей политической элиты. От речевого поведения политической элиты во многом зависит ее успех или провал на выборах, а, следовательно, и судьба страны. Именно поэтому во всех странах, начиная со школы и заканчивая работой специалистов-имиджмейкеров, огромное внимание уделяется именно речи и шире – речевому поведению (воздействию) человека, претендующего на власть.

Под речевым воздействием понимают речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, мотивационной обусловленности. Хорошо известно, что в любом акте речевого общения коммуниканты преследуют определенные неречевые цели, которые, в конечном счете, регулируют деятельность собеседника.

«Речевое воздействие – однонаправленное речевое действие, содержанием которого является социальное воздействие на говорящего в процессе общения» [5, с. 25]

В работе Л.Л.Федоровой выделяются следующие типы речевого воздействия:

1. Социальное.
2. Волеизъявление.
3. Разъяснение, информирование.
4. Оценочное и эмоциональное [6, с. 124].

В соответствии с предложенной классификацией к «социальному» относится воздействие в таких ситуациях, когда передачи информации как таковой нет, но есть определенные социальные акты (приветствие, клятва, молитва).

К волеизъявлениям отнесены речевые акты приказов, просьб, отказов, советов и т.д., то есть все речевые действия, направленные на то, чтобы объект выполнил волю говорящего. Оценочный и эмоциональный типы речевого воздействия связаны с общественными, объективно установленными морально-правовыми отношениями либо с областью межличностных субъективно-эмоциональных отношений (порицание, похвала, обвинение, оскорбление, угроза). К типу «разъяснение и информирование» автор относит объяснение, доклад, сообщение, признание.

Стратегия речевого поведения охватывает всю сферу построения процесса коммуникации, когда ставится целью достижение определенных долговременных результатов. В самом общем смысле речевая стратегия включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана. Иными словами, речевая стратегия представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели.

Для анализа речевого общения и, в частности, речевых стратегий, из теории деятельности А.Н. Леонтьева наиболее продуктивны понятия цели, мотива, действия [3]. В упрощенном виде их соотношение может быть описано следующим образом. Действие – это целенаправленная активность человека, то есть каждое действие имеет свою цель (нет бесцельных речевых действий). Деятельность (как совокупность действий) также имеет свою цель, которая называется мотивом.

«Применяя понятия теории деятельности к речи, можно сделать вывод: речь имеет не только непосредственную цель, но и мотив – то, ради чего достигается речевая цель. Слушая речь другого человека, мы всегда стремимся понять, ради чего он говорит. Не понимая мотива речевых действий, мы до конца не можем понять смысл высказывания. Таким образом, любая деятельность (в том числе и речевая) представляет собой процесс, направляемый и побуждаемый мотивом – тем, в чем «опредмечена» та или иная потребность. Потребность – это всегда потребность в чем-то. До своего первого удовлетворения потребность «не знает» своего предмета, он должен быть обнаружен. Только после этого «предмет» приобретает свою побудительную силу, то есть становится мотивом» [4, с. 13].

«Речевая стратегия определяет семантический, стилистический и прагматический выбор говорящего» [7, с. 89]. Так, стратегия вежливости накладывает следующие ограничения: какое семантическое содержание следует выражать, а какое – нет; какие речевые акты уместны и какое стилистическое оформление приемлемо.

В зависимости от степени «глобальности» намерений речевые стратегии могут характеризовать конкретный разговор с конкретными целями (обратиться с просьбой, утешить и т.п.) и могут быть более общими, направленными на достижение более общих социальных целей (установление и поддержание статуса, проявление власти, подтверждение солидарности с группой и т.д.).

Классификация общих коммуникативных стратегий зависит от избранного основания. С функциональной точки зрения можно выделить основные (семантические, когнитивные) и вспомогательные стратегии.

Стратегия, доминирующая в процессе коммуникационного взаимодействия, может быть названа «основной». В большинстве случаев к основным стратегиям относятся те, которые непосредственно связаны с воздействием на адресата, его модель мира, систему ценностей, его поведение (как физическое, так и интеллектуальное).

Вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия, оптимальному воздействию на адресата. Так, стратегически значимыми являются все компоненты коммуникативной ситуации: автор, адресат, канал связи, коммуникативный контекст (сообщение является предметом семантических стратегий). В связи с этим можно обнаружить стратегию самопрезентации, статусные и ролевые стратегии, эмоционально настраивающие стратегии и другие. Коммуникативная ситуация диктует и выбор речевого акта, оптимального с точки зрения интенции говорящего. Рассмотренные типы могут быть объединены в один класс – прагматических стратегий.

В соответствии с задачами контроля за организацией диалога применяются диалоговые стратегии, которые используются для мониторинга темы, инициативы, степени понимания в процессе общения.

Особый тип стратегических планов представляют риторические стратегии, в рамках которых используются различные приемы ораторского искусства и риторические техники эффективного воздействия на адресата.

Таким образом, к вспомогательным следует отнести прагматические, диалоговые и риторические типы стратегий [7, с. 99].

В политическом дискурсе можно выделить три стратегии:

- 1) стратегия на понижение;
- 2) стратегия на повышение;
- 3) стратегия театральности.

Каждая стратегия политического дискурса реализуется благодаря использованию определённого набора тактик. Под тактиками в данном исследовании понимается совокупность приёмов, обуславливающих применение языковых средств.

Рассмотрим подробнее использование тактик при реализации стратегий политического дискурса.

Направленность на соперника, стремление развенчать его позиции предполагает стратегию «игры на понижение». Реализуется эта стратегия через следующие тактики.

1. Тактика анализ - «минус» – основанное на фактах рассмотрение, разбор ситуации, предполагающий выражение отрицательного отношения к описываемому, а также – к людям, их действиям и поступкам.

2. Тактика обвинения – приписывание кому-либо какой-либо вины, признание виновным в чём-либо, а также раскрытие, обнаружение чьих-либо неблагоприятных действий, намерений, качеств.

3. Тактика безличного обвинения – обвинение, при котором не указываются виновники осуждаемых действий или поступков, т.е. те лица, чьи злоупотребления, тайные замыслы и т.п. становятся предметом открытого обсуждения и осуждения.

4. Тактика обличения – приведение с целью уличения фактов и аргументов, делающих явной виновность, преступность кого-либо.

5. Тактика оскорбления – нанесение обиды, унижение, уязвление кого-либо, сопровождаемое экспликацией эмоционального составляющего компонента вместо приведения доказательств.

В результате анализа тактик, репрезентирующих стратегию на понижение, можно сделать вывод о том, что их общей чертой является как эксплицитное, так и имплицитное выражение отрицательного отношения говорящего (Sb-1) не только к предмету речи, но и к адресату (Sb-2). Выбор стратегии на понижение отражает наличие у говорящего

установки негативного характера, поскольку адресат чаще всего является политическим противником, оппонентом. Кроме того, следует отметить, что противоборство участников детерминирует активность, направленную на овладение коммуникативной инициативой. Таким образом, стратегия на понижение реализует установку, состоящую в развенчании притязаний на роль, в блокировании «игры на повышение». В результате действия данной установки отчётливо прослеживается стремление говорящего дискредитировать оппонента.

Стремление говорящего возвысить себя над соперником предполагает стратегию, «играющую» на повышение. Эта стратегия отражает стремление говорящего максимально увеличить значимость собственного статуса. Реализуется стратегия на повышение благодаря использованию следующих тактик:

1. Тактика анализ - «плюс» – основанное на фактах рассмотрение, разбор ситуации, предполагающий имплицитное выражение положительного отношения говорящего к описываемой ситуации.

2. Тактика презентации – представление кого-либо в привлекательном виде.

3. Тактика неявной самопрезентации – выраженное косвенно, без прямого указания на объект позитивного оценивания представление говорящим себя в привлекательном, выгодном свете.

4. Тактика отвода критики – приведение с целью доказательства невиновности аргументов и/или фактов, с помощью которых можно объяснить (оправдать) какие-либо действия и поступки.

5. Тактика самооправдания – отрицание негативных суждений об объекте критики и его причастности к тому, чему даётся отрицательная оценка.

Наличие в политическом дискурсе адресата-наблюдателя обуславливает реализацию стратегии театральности – «театральный» подход к ситуации, представляющий её «трактовку в качестве драмы, где люди стараются произвести друг на друга определённое впечатление» [2, с. 7].

Фактор аудитории (Sb-3), которую говорящий учитывает постоянно, предопределяет существование **стратегии театральности**

в политическом дискурсе. Как и другие стратегии, она представлена определённым набором тактик.

1. Тактика побуждения – призыв к какому-либо действию, принятию точки зрения.

2. Тактика кооперации – такой способ обращения к адресату, с помощью которого говорящий конструирует образ последнего, апеллируя к идеям и ценностям, носителем которых он (по мнению говорящего) является.

3. Тактика размежевания – выявление различий и несходства в позициях и мнениях.

4. Тактика информирования – приведение данных и фактов, не сопровождаемое выражением отношения говорящего.

5. Тактика обещания – добровольное обязательство сделать что-либо.

6. Тактика прогнозирования – предсказание, суждение о дальнейшем течении, развитии чего-либо на основании интерпретации различных имеющихся данных.

7. Тактика предупреждения – предостережение, предвещающее извещение о возможных событиях, действиях, ситуациях и т.п.

8. Тактика иронизирования – осуществление воздействия за счёт контраста между сказанным и подразумеваемым.

9. Тактика провокации – подстрекательство кого-л. к таким действиям, которые могут повлечь за собой тяжёлые для него последствия.

Также считаем необходимым привести некоторые **когнитивно-речевые стратегии**, используемые политическими деятелями предложенные Ван Дейком [1].

1. Обобщение. Ход, используемый для того, чтобы показать, что (негативная) информация, только что приведенная или имеющая быть приведенной, например, в случае из жизни, не просто случайна или исключительна; тем самым подкрепляется возможное общее мнение. Этот ход отмечает переход от модели к схеме.

2. Приведение примера. Конверсный ход, показывающий, что общее мнение не просто «надумано», но основано на конкретных фактах (опыте).

3. Поправка. Это формульная или риторическая стратегия (часто лексическая). Контроль над индивидуальной речью порождает предположение, что некоторая формулировка

ка либо референциально «ложна», либо может привести к нежелательной интерпретации и оценке слушающим глубинных импликаций или ассоциаций.

4. Усиление. Формульная стратегия, нацеленная на лучший или более эффективный контроль над вниманием слушающего («привлечение внимания»), на улучшение структурной организации релевантной информации (например, негативных предикатов) или на подчеркивание субъективной макроинформации.

5. (Очевидные) уступки. Ход, дающий возможность для условного обобщения даже в случае привлечения противоречащих примеров, либо позволяющий продемонстрировать реальную или воображаемую терпимость и сочувствие, то есть составляющие части стратегии положительной самопрезентации.

6. Повтор. Формульный ход, функции которого близки к усилению: привлечение внимания, структурирование информации, подчеркивание субъективных оценок, более значительных тем и т.д.

7. Контраст. Ход, имеющий несколько когнитивных функций. Риторическую: привлечение внимания к участникам отношения контраста (структурирование информации). Семантическую: подчеркивание положительных и отрицательных оценок людей, их действий или свойств - часто путем противопоставления МЫ-группы и ОНИ-группы.

8. Смягчение. Этот ход в общем случае обслуживает стратегию самопрезентации, демонстрируя понимание и терпимость, а также, по-видимому, «аннулирование» оценки или обобщения, которые не могут быть обоснованы. С его помощью предполагается блокировать отрицательные выводы.

9. Сдвиг. Этот ход типичен для положительной самопрезентации.

10. Уклонение. В действительности это набор различных ходов, включенных в более общую стратегию уклонения. С когнитивной точки зрения уклонение от разговора или от темы может означать, что релевантная информация об этнических меньшинствах в модели отсутствует или является неполной, из модели можно извлечь только нерелевантную, не пригодную для передачи информацию и из памяти можно извлечь только нега-

тивный опыт, а, следовательно, и мнения, но они блокируются общим принципом, запрещающим плохо отзываться о других людях или других группах людей.

11. Пресуппозиция, импликация, предположение, косвенный речевой акт. Это семантические и прагматические ходы, позволяющие говорящему избежать формулирования некоторых частных суждений, а именно отрицательных замечаний или оценок, или перевести их в русло более общих, общепризнанных знаний или мнений, за которые говорящий не несет ответственности.

Любое исследование языковой личности в рамках конкретного дискурса сводится по сути дела к тому, чтобы на основе анализа средств выражения перейти к моделированию оптимальной структуры внутреннего «я» индивида, которая задаёт ему определённый язык. Институциональный дискурс, в котором эволюционируют политики, не представляет в этом плане исключения и накладывает ряд ограничений на коммуникативное поведение национальных лидеров. Эти ограничения связаны, прежде всего, с этнокультурными и языковыми традициями, принятыми в конкретном социуме. Как известно, нейтрального вербального поведения нет, тем более поведения лидеров в рамках социальных институтов власти. Как и всякое социальное действие, речь проявляет сложившийся на личностном уровне характер мировосприятия и понимание личностью собственной роли в социуме.

Таким образом, вышеперечисленные аспекты, в частности, характеристика политического деятеля, толерантность и характеристика его коммуникативно-когнитивных стратегий представляют собой реализацию интенции самого говорящего в политическом дискурсе и, в значительной степени, характеризуют его как языковую личность. Институциональный дискурс обладает определённым набором стратегий и тактик воздействия на аудиторию. К ним можно отнести стратегии на повышение, стратегии на понижение, стратегии театральности. Способами реализации вышеуказанных стратегий выступают разнообразные тактические приёмы речевой технологии. Данные явления выступают интегративной частью «языковых игр» институциональной личности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Дейк Ван Т.А. *Когнитивные и речевые стратегии выражения этнических предубеждений*, 1983 г. URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk1.htm> (дата обращения: 15.02.2015).
2. Дейк Ван Т.А. *К определению дискурса*, 1998 г. URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm> (дата обращения: 10.02.2015).
3. Желтухина М.Р. О содержании дискурса масс-медиа // *Вестник Луганского национального педагогического университета имени Тараса Шевченко: Филологические науки*. Луганск: Изд-во ЛНПУ «Альма-матер», № 11, 2007. С. 27-40.
4. Леонтьев А.Н. *Деятельность. Сознание. Личность*. 2-е изд. М.: Политиздат, 1977. 304 с.
5. Петренко В.Ф. Структура сознания в речевом воздействии // *Оптимизация речевого воздействия*. М.: Наука, 1990. С. 18-31.
6. Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения // *Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации*. М., 1990.
7. Федорова Л.Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения // *Вопросы языкознания*. 1991. № 6. С.46-50.
8. Чудинов А.П. *Политическая лингвистика: учеб. пособие*. М.: Флинта: Наука, 2006. 256 с.

REFERENCES:

1. Van Dijk, T.A. *The Expression of Ethnic Situation Models in Prejudiced Stories*, 1983. URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk1.htm> (date of access: February 15, 2015).
2. Van Dijk, T.A. *Ideology: A Multidisciplinary Approach*, 1998. URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm> (date of access: February 10, 2015).
3. Zheltukhina M.R. The Content of the Discourse of the Media. *Bulletin of Lugansk National Pedagogical University named after Taras Shevchenko: Philology*. Lugansk Univ LNPU «Alma Mater», № 11, 2007. Pp. 27-40.
4. Leontiev A.N. *Activities. Consciousness. Personality*. 2nd ed. M.: Politizdat, 1977. 304 p.
5. Petrenko V.F. The Structure of Consciousness in Speech Influence. *Optimization of Speech Influence*. Moscow: Science, 1990, Pp. 18-31.
6. Tarasov E.F. Speech Influence as a Problem of speech Communication. *Speech Influence in the Field of Mass Communication*. Moscow, 1990.
7. Fedorov L.L. Typology of Speech Influence and its Place in the Structure of Communication. *Questions of linguistics*. 1991. № 6. Pp. 46-50.
8. Chudinov A.P. *Political Linguistics: school-book*. Moscow: Nauka, 2006. 256 p.