О. П. Малышева

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕЧЕЙ АМЕРИКАНСКИХ И БРИТАНСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ)

Работа представлена кафедрой английской филологии Кубанского государственного университета.
Научный руководитель – доктор филологических наук, доцент, профессор В. В. Катермина

В статье анализируется феномен стратегического планирования речи и определяется вектор публичного политического выступления. Рассматриваются коммуникативные стратегии, а также реализующие их тактики и приемы на примере политических речей американских и британских политических лидеров XX в. Определяется зависимость выбора типа стратегии от направленности информации к различным участникам коммуникативного события.

Ключевые слова: *публичное политической выступление, стратегическое планирование речи, стратегия позиционирования, стратегия кооперации, стратегия конфликта, коммуникативные тактики.*

O. Malysheva

COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS IN PUBLIC SPEAKING (BASED ON THE SPEECHES OF AMERICAN AND BRITISH POLITICAL LEADERS)

The article is aimed at analysing the phenomenon of strategic speech planning and defining the direction of public political speeches. The author illustrates the usage of communicative strategies, tactics and techniques by abstracts from the speeches of American and British political leaders of the 20th century and also defines the relation between the strategy type and the information reference to different participants of communication.

Key words: *public political speech, strategic speech planning, positioning strategy, cooperation strategy, conflict strategy, communicative tactics.*

Публичное выступление относится к такому виду коммуникации, в котором практически отсутствует обратная связь между отправителем и получателем сообщения (за исключением спонтанных выкриков или возгласов), выступление нельзя корректировать по ходу, основываясь на непосредственном анализе реакции аудитории. Реакция, как правило, может проявляться лишь в последующем оказании поддержки данному политическому лидеру или же ее отсутствии, таким образом, роль стратегического планирования речи является решающей.

Интерпретации понятия «стратегия» варьируются в зависимости от применяемого подхода: текстологического, психологического, риторического, когнитивного, прагмалингвистического. Стратегия может пониматься как система выстроенных «по принципу иерархии компонентов» [1, с. 9], «когнитивный план общения» [2, с. 14], «общий план, или “вектор”, речевого поведения» [5, с. 6], некоторая инвариантная схема, состоящая из одного или нескольких действий, направленных на преодоление некоторой проблемной ситуации [6]. Стратегия целенаправленна, системна, интерактивна и реализуется посредством набора речевых тактик, а также реализующих речевые тактики коммуникативных ходов или приемов. В каком-то смысле стратегия не реализуется, но создается в процессе достижения цели (конкретной

интеракции). Стратегия – направление речевой деятельности, которое определяет использование частных подструктур, способствующих реализации общего коммуникативного замысла, коммуникативных целей говорящего.

Тактика – это «конкретный речевой ход (шаг, поворот, этап) в процессе осуществления речевой стратегии» [5, с. 6], представляющий собой «одно или несколько действий, способствующих реализации стратегии» [2, с. 16]. Тактика соотносится с определенным этапом в осуществлении стратегии и направлена на реализацию отдельной коммуникативной задачи данного этапа.

Целенаправленный набор стратегий, а также реализующих их тактик и приемов можно обозначить в качестве стратегического планирования речи.

Коммуникативные стратегии, как считает О. С. Иссерс, можно разделить на две обширные группы: по характеру и глобальности целей (общие и частные), а также по функциям и характеру их содержания (основные, вспомогательные) [3]. Исследователь Е. В. Рублева, рассматривающая жанр политической теледискурсии, выделяет конвенциональные, презентационные и конфликтные стратегии, а также универсальные и неуниверсальные тактики [4].

В жанре политических теледебатов Е. И. Шейгал и Ю. М. Иванова выделяют интродуктивную, варьирующую, аддитивную стратегии, целью которых соответственно является встраивание определенных пропозиций в структуру знания реципиента, минимизация эффекта воздействия речи оппонента и замена ранее встроенных компонентов знания реципиента новым знанием [6].

Мы полагаем, что в публичном политическом выступлении участвуют три стороны: «мы» – выступающий, «свои» – аудитория, которую необходимо убедить в правильности выдвигаемых утверждений, склонить на свою сторону, и «чужие» – оппозиция, действия которой направлены на дискредитацию выступающего политика. Исходя из этого, нами выделяются три типа стратегий: 1) позиционирования; 2) кооперации; 3) конфликта.

Стратегия позиционирования представлена, по нашему мнению, тактиками реагирования (аффектация, оценка), апологизации (признание вины, раскаяние, сожаление, отвод критики), а также установления авторитета (демонстрация ответственности, угроза, предупреждение).

Например, в своем выступлении «Четыре свободы» (The “Four Freedoms”) американский президент Т. Рузвельт использует стратегию позиционирования, представленную тактикой установления авторитета, для того чтобы всему миру заявить от имени американского народа об установлении нового нравственного порядка, единственно возможного на земле. Президент достаточно жестко диктует правила: *“The first is freedom of speech and expression – everywhere in the world”* (Первая – свобода слова и выражения – во всем мире); *“The second is freedom of every person to worship God in his own way – everywhere in the world”* (Вторая – свобода каждого человека славить Бога по-своему – во всем мире); *“The third is freedom from want … everywhere in the world”* (Третья – свобода от желания… во всем мире); *“The fourth is freedom from fear … anywhere in the world”* (Четвертая – свобода от страха… во всем мире). Использовавшийся в данном отрывке прием лексического повтора, как известно, способствует внушению вдвигаемых утверждений и автоматизирует их восприятие.

Лексический повтор лексических единиц “freedom” – «свобода» (*“essential human freedoms”, “freedom of speech and expression”, “freedom of every person to worship God in his own way”, “freedom from want”, “freedom from fear”*); “secure” – «безопасный, обезопасить» (*“which we seek to make secure”* «который мы стремимся обезопасить», *“which will secure”* «который обезопасит»); “every, any” – «каждый, любой» (*“everywhere” «везде», “every person”* «каждый человек», *“every nation”* «каждая нация», *“any neighbor”* «каждый сосед», *“anywhere”* «где бы то ни было») позволяет оратору закрепить в сознании аудитории мысль о важности свободы, независимости, равенства прав любого человека, как и идею о готовности американцев взять

на себя глобальную миссию по восстановлению порядка во всем мире. Таким образом, американский президент и его народ предстают в образе ставленников Господа, обладающих достаточной силой и наделенных правами возродить справедливость на земле.

Стратегия кооперации, с нашей точки зрения, представлена тактиками интеграции и формирования эмоционального настроя. В качестве примера ее использования возьмем знаменитое «Военное послание нации» У. Черчилля – The "War Speech". Премьер настраивает британцев на борьбу в одной из опаснейших военных кампаний столетия и объединение усилий, вызывает в них желание отстоять свои права в несправедливой войне, апеллируя к моральным принципам и убеждениям британского народа. Варьируя такие выражения, как *"moral conviction"* – «духовная вера», *"ever-fresh resilience"* – «неугасимая стойкость», *"strength and energy"* – «сила и энергия», а также *"in our own hearts ... there is peace"* – «в наших сердцах … мир», *"our consciences are at rest"* – «наша совесть спокойна», указывающие, в частности, на непричастность Великобритании к развязыванию войны, оратор внушает аудитории мысль о необходимости стойкости, веры, силы, спокойствия и крепости духа.

Атмосферу мрачности и опасности создает повтор лексики, содержащей компоненты «серьезный», «печальный», «неприятный», «без надежды на успех»: *"solemn hour"* – «торжественный, серьезный час», *"long, doubtful and dark days"* – «долгие, полные сомнений и печали дни», *"the gravity of the task"* – «серьезность задания», *"temerity of the ordeal"* – «суровость испытания», *"a sad day"* – «печальный день», *"great trials"* – «великие испытания». Логическую цепочку продолжает оценочная номинация войны, реализующаяся посредством использования перифраза *"long, doubtful and dark days"* – «длинные, мрачные, полные сомнения», эмфатических существительных *"ordeal"* и *"trial"* («тяжелое испытание»), значение которых усиливается определениями *"great"* – «длительный», *"gravity"* – «опасность», *"temerity"* – «безрассудство», что позволяет оратору создать в сознании слушателей яркий и запоминающийся образ войны и произвести гораздо более сильное воздействие на слушателей.

Стратегия конфликта представлена тактиками дискредитации (разоблачение, оскорбление) и оппозиционирования. В выступлении М. Тэтчер на конференции в Брайтоне, в котором была произнесена знаменитая фраза: "Lady's not for turning" («Леди не поворачивают назад»), тактика оппозиционирования представлена противопоставлением правительства нынешнего и прошлого: *"This Government are determined to stay with the policy and see it through to its conclusion"* – «Это правительство намерено придерживаться и поддерживать принятый курс до полной его реализации»; *"This Government thinks about the future"* – «Это правительство думает о будущем». Подчеркивая, что нынешнее правительство намерено «придерживаться принятого курса» и «думает о будущем», М. Тэтчер дает понять, что предыдущее правительство не отличалось ни постоянством, ни продуманностью. С помощью троекратного упоминания «нынешнего Правительства» (*"this Government"*) оратор акцентирует на нем внимание аудитории и подчеркивает его исключительность.

Основываясь на анализе речей американских и британских политических лидеров, мы можем сказать, что для стратегии позиционирования характерно употребление формул причастности, личных местоимений "I" (оратор), "we" (правительство, партия), грамматического времени Present Perfect, императивов, модальных глаголов с компонентом долженствования, подчеркивающих сильную и авторитетную позицию оратора и тех, кто входит в круг «своих». Для стратегии кооперации – это варьирование эмоционально насыщенной лексики, градация, риторический вопрос, использование личных местоимений "we" («мы»), "you" («вы»), объектного "us" «нас», а также притяжательных форм "your" («ваше») и "our" («наше»). Характерными приемами стратегии конфликта можно назвать варьирование лексики с негативной коннотацией, метафорическое

представление образа оппонента, использование перифраза, интенсификации.

Итак, в ходе исследования мы пришли к выводу, что публичное выступление направлено на трех «участников» – «мы», «они», «чужие», вследствие чего оно представлено тремя стратегиями: позиционирования, кооперации и конфликта. Благодаря большей систематизации и выгодного сочетания различных компонентов информации стратегическое планирование речи оптимизирует манипулятивное воздействие выступления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Аникин Е. Е.* Стратегия сопоставления в российской и американской рекламе: Автореф. дис. … канд. филол. наук. Тюмень, 2008.

2. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: Автореф. дис. … д-ра филол. наук. Екатеринбург, 1999.

3. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 3-е изд. стереотипное. М.: Едиториал УРСС, 2003. 284 с.

4. *Рублева Е. В.* Лингвопрагматические аспекты политической теледискуссии: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 24 с.

5. *Сковородников А. П.* О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии // Риторика↔Лингвистика: сб. статей. Смоленск: СГПУ, 2004. Вып. 5. С. 5–11.

6. *Шейгал Е. И.*, *Иванова Ю. М.* Предвыборные теледебаты как жанр стратегической коммуникации // RESPECTUS PHILOLOGICUS. 2004. № 5 (10); Vilniaus universiteto Kauno humanitarinis fakultetas. 2004. С. 29–41.