Санкт-Петербургский государственный университет

ОРЛЯНСКАЯ Мария Николаевна

**Выпускная квалификационная работа**

**Когнитивно-прагматические аспекты американского предвыборного дискурса**

Уровень образования: магистратура

Направление 45.04.02 «Лингвистика»

Основная образовательная программа ВМ.5769.2019 «Иностранные языки в сфере международных отношений»

Научный руководитель:

к.ф.н., старший преподаватель

кафедры иностранных языков

в сфере международных отношений,

Кутузов Алексей Александрович

Рецензент:

преподаватель, кафедра иностранных языков,

«Санкт-Петербургский горный университет»,

Спиридонова Валентина Александровна

Санкт-Петербург

2021

СОДЕРЖАНИЕ

**Введение**3

**Глава 1.** ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА6

1.1. Дискурс и его место в лингвистической науке6

1.2. Предвыборный дискурс: определение и жанровая особенность политического дискурса10

1.2.3. Особенности предвыборного дискурса США15

1.3. Прагмалингвистика: теория речевых актов, речевые стратегии и тактики 19

1.4. Когнитивная лингвистика и концептуальная метафора27

Выводы по Главе 133

**Глава 2.** АНАЛИЗ КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ АМЕРИКАНСКОГО ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА36

2.1. Анализ речи Хиллари Клинтон в финальных дебатах 2016 года37

2.2. Анализ речи Дональда Трампа в финальных дебатах 2016 года57

Выводы по главе 268

ЗАКЛЮЧЕНИЕ72

Список использованной (научной) литературы74

Список источников материала исследования77

ПРИЛОЖЕНИЯ78

**ВВЕДЕНИЕ**

На сегодняшний день исследование сферы политического дискурса пользуется высокой актуальностью в связи с тем, что данный вид дискурса обладает характерной чертой влияния на общественное сознание. Такое воздействие направлено на формирование определённой картины мира в сознании народа с целью контроля и управления его социальными и политическими действиями, а также для обретения власти и её сохранения в руках правителя. Исследования в данной области коммуникации позволяют обозначить грани такого процесса как политическая манипуляция сознанием людей, чтобы в дальнейшем, имея представленный опыт, читатель как член общества и звено государства в целом, получил возможность оградить себя от подобного рода влияния.

Настоящая работа посвящена анализу более узкого направления – предвыборного дискурса: данный дискурс интересен тем, что является отправной точкой для нового развития того или иного государства впоследствии избрания определенного политического деятеля. Как показывает практика, кандидаты, одержавшие победу в борьбе за пост президента страны, в ходе избирательной кампании и всевозможных дебатов пользовались различными тактиками и методами для убеждения своей аудитории в надёжности их выбора.

**Актуальность** исследования обусловлена необходимостью изучения политического дискурса в современном мире, являющегося ключевым элементом политической ситуации как в рамках конкретной страны, так и в мире в целом. Ввиду выше представленных доводов о том, что данный вид дискурса обладает силой влияния на сознание его реципиентов, представляет интерес рассмотрение когнитивных и прагматических особенностей анализируемого в данной работе предвыборного дискурса.

**Объектом** настоящего диссертационного исследования является предвыборный дискурс Соединённых Штатов Америки.

**Предметом** исследования выступают когнитивно-прагматические особенности американского предвыборного дискурса.

**Теоретическая база** исследования представлена работами отечественных и зарубежных учёных из разных областей науки – философии, логики, лингвистики и других. Среди них нами были изучены работы П. Серио, Н.Д. Арутюновой, Е.С. Кубряковой, В.А. Звегинцева, А. Греймаса, Э. Бенвениста, Т.А. ван Дейка, А.П. Чудинова, Е.И. Шейгал, А.А. Федосеева, Р. Водак, В.Л. Бенуа, О.С. Иссерс, Дж. Лакоффа и М. Джонсона и других.

**Цель** настоящей диссертации – проанализировать американский предвыборный дискурс на предмет когнитивных и прагматических особенностей. Для достижения поставленной цели предполагается решение следующих **задач**:

1.Изучить политический дискурс и охарактеризовать такое его направление как предвыборный дискурс.

2.Выявить особенности политического дискурса Соединённых Штатов Америки.

3.Рассмотреть классификации речевых единиц в области когнитивной лингвистики и прагматики для дальнейшего применения этих классификаций при анализе речей политических представителей – участников дебатов.

4.Провести исследование когнитивно-прагматических особенностей американского предвыборного дискурса.

5. Проанализировать речи кандидатов на пост президента США в финальных предвыборных дебатах 2016 года – Дональда Трампа и Хиллари Клинтон.

**Материалом** для исследования послужил транскрипт финальных предвыборных дебатов между кандидатами на пост президента США в 2016 году – Дональдом Трампом и Хиллари Клинтон.

**Научная новизна** работы заключается в выявлении когнитивно-прагматических особенностей предвыборного дискурса в США и обнаружении лексических единиц, участвующих в формировании политической картины в сознании американского народа.

**Методы исследования**: теоретико-методологический анализ, метод сплошной и случайной выборки, контекстуальный и семантико-синтаксический анализ.

**Структура работы** включает введение, теоретическую и практическую части. *Во введении* сформулирована актуальность темы исследования, степень научной разработанности проблемы, объект, предмет, цель и задачи исследования, а также методы и материалы, использованные в ходе исследования. *В теоретической части* работы освещены основные положения и научные теории по исследуемой теме. *Практическая часть* диссертационной работы заключает в себе анализ когнитивно-прагматических особенностей американского предвыборного дискурса на материале финальных предвыборных дебатов в США, состоявшихся между Дональдом Трампом и Хиллари Клинтон в 2016 году.

**Глава 1.** ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА

**1.1. Дискурс и его место в лингвистической науке**

Понятию дискурс с момента его появления в 1952 году в статье Дискурс-анализ, изданной американским лингвистом З. Харрисом, и до сих пор не было дано однозначного определения. Данное явление попадает под изучение различных сфер науки, таких как лингвистика, философия, психология, социология и многих других, каждая из которых дополняет значение дискурса. В 1999 году швейцарский лингвист П. Серио представил восемь значений рассматриваемого термина, которые в свою очередь можно разделить на три группы: первая предлагает понимание дискурса как речь, текст и диалог; вторая делает акцент на разновидности дискурса (здесь выделяют, например, стилистику, своеобразие тематики, идеологии); и, наконец, третья анализирует текст (вербальный и невербальный) вне коммуникативной ситуации, рационально и критично обосновывая убеждения и действия сторон акта интеракции[[1]](#footnote-1).

Интерпретировать дискурс можно в следующих аспектах: формальный – когда дискурс понимается как образование, превосходящее предложение; функциональный – что значит, целостный текст, как речевой продукт, и сам процесс реализации дискурса; ситуативный – здесь дискурс рассматривается со стороны лингвопрагматики, то есть учитываются социальные, психологические, культурные и ситуативные факторы[[2]](#footnote-2).

Дискурс - это интердисциплинарный феномен, из чего следует многообразие его трактовок. Рассмотрим некоторые определения данного понятия с точки зрения лингвистики.

Немецкий лингвист Якоб Вильгельм Гримм дал следующее определение дискурса: 1) диалог, беседа; 2) речь, лекция[[3]](#footnote-3). Исходя из этого, отмечается вербальный характер дискурса. Подобное понимание мы находим у отечественного лингвиста, Нины Давидовны Арутюновой, где дискурс – это речь, помещённая в коммуникативную ситуацию, «погружённая в жизнь»; «речь, … как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания…»[[4]](#footnote-4). Говоря о соотношении понятий «дискурс» и «текст», Е.С. Кубрякова и О.В. Александрова идентифицируют их как не синонимичные, утверждая, что дискурс нужно понимать, как когнитивный процесс в осуществлении речевого акта, а текст, в свою очередь, как конечный результат произведения речи[[5]](#footnote-5). Другой отечественный лингвист, А.Ю. Попов в работе «Основные отличия текста от дискурса» (2001) характеризует дискурс такими качествами как спонтанность, динамичность, нацеленность на реакцию адресата, временная ограниченность, ситуативная определённость и прочие. В то время, как текст обладает противоположными чертами – установленная форма изложения, статичность, отсутствие лимитированного характера объёма изложения мысли автора и некоторые другие. Тем не менее, текст и дискурс не противопоставляются абсолютно, но они взаимосвязаны: текст является продуктом дискурса, и когда человек соприкасается с текстом и проводит его в своё сознание – он вновь становится дискурсом; «Текст дает пищу для размышлений, дискурс - эксплицитно выраженное размышление»[[6]](#footnote-6).

Ранее упоминаемый в данной работе учёный-лингвист З. Харрис выносил суждение о том, что дискурс может пониматься как последовательность высказываний, которые превышают величину одного предложения. Подобное определение дискурса мы находим и у В.А. Звегинцева: «… это два или несколько предложений, находящихся в смысловой связи…»[[7]](#footnote-7). Здесь важно отметить, что приведённые дефиниции совпадают с определением «текста», что подчёркивает неоднозначность понимания этих двух феноменов.

Однако четкое разделение понятий «дискурс» и «текст» обнаруживается у французской школы дискурса, представленной такими учёными, как Э. Бенвенист, П. Серио, М. Пешё и другими. Так, например, Э. Бенвенист, французский лингвист, придавший терминологическое значение слову «дискурс», определил его как речь, которая присваивается говорящему, и таким образом, установил его восприятие как «функционирования языка в живом общении»[[8]](#footnote-8).

Другие лингвисты – А. Греймас и Ж. Куртэ в работе «Семиотика. Объяснительный словарь теории языка» собрали одиннадцать значений дискурса, исходя из которых, текст противопоставляется дискурсу, выступая продуктом дискурса, в то время как сам дискурс представляется процессом[[9]](#footnote-9).

Исходя из вышесказанного, можно сделать следующий вывод: в общем смысле, дискурс – это речь, являющаяся результатом мыслительных процессов, а также, текст как следствие речевого акта или мыслительного процесса (который, в свою очередь, так же является дискурсом).

В нашем исследовании мы будем опираться на определения и положения, выдвинутые нидерландским лингвистом Т.А. ван Дейком. В сборнике трудов «Язык. Познание. Коммуникация» ван Дейк рассматривает дискурс как последовательность связанных и согласованных предложений, отмечая, что такое восприятие требует объяснения таких связей[[10]](#footnote-10). В другом месте, автор подчёркивает, что дискурс – «это существенная составляющая социокультурного взаимодействия, характерные черты которого – интересы, цели и стили»[[11]](#footnote-11). Также, учёный полагает, что посредством дискурса осуществляется передача идеологий и воспроизводится культура. Однако нельзя проводить однозначный анализ идеологии сквозь анализ дискурса, поскольку идеология выражается не только через устную речь или тексты. Последние участвуют в проявлении идеологических верований. У Т. Ван Дейка дискурс, в его широком смысле, понимается как «коммуникативное событие, происходящее между говорящим и слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определённом временном, пространственном и прочем контексте»[[12]](#footnote-12). Причём, коммуникативное действие может быть, как вербальным, так и невербальным: может осуществляться, например, в чтении журнала, книги, газеты и пр., или же в беседе с человеком в реальной ситуации. В узком понимании, дискурс «обозначает завершённый или продолжающийся «продукт» (коммуникативного дискурса), его письменный или речевой результат, который интерпретируется реципиентами»[[13]](#footnote-13).

В основной своей массе, различные типы дискурса ограничены в диапазоне тем, или иначе говоря, в тематическом репертуаре того или иного типа дискурса. Однако границы не могут быть определены чётко. Так называемые тематические репертуары, помимо ограничения типом дискурса определяются также конкретной культурой, коммуникативной ситуацией, положением участников речевого акта в обществе, а также, личностными, половыми и возрастными особенностями говорящих. Помимо перечисленных выше определений, дискурсы могут восприниматься и как функциональные части коммуникативных целей, а, в свою очередь, избираемые темы, для какого-либо дискурса, как правило, отражают функциональную роль дискурсов в семантическом и прагматическом планах. Опираясь на данное заявление, можно заключить, что в процессе коммуникации реципиент по большей части уже обладает неким представлением о глобальном или ограниченном контексте.

В разграничении понятий устной и письменной коммуникации, наиболее существенные различия проявляются в процессах генерирования и восприятия сообщений. При чтении адресат наделён правом контролировать скорость восприятия, понимания и усвоения знания, иными словами, представляется возможность уделять столько времени, сколько требуется читающему для извлечения личностных моделей из памяти и активизации большего количества информации из этих моделей. Несколько иначе дело обстоит в устной коммуникации: в ней заключена более богатая информация, которая передаётся с помощью интонации, жестов, мимики и других паралингвистических элементов, что позволяет выстраивать наиболее дифференцированную контекстную модель по сравнению с первым типом коммуникации.

**1.2. Предвыборный дискурс: определение и жанровая особенность политического дискурса**

Общенациональные выборы кандидата на пост президента страны, являющиеся инструментом легитимизации устанавливаемого политического режима, представляют собой важнейшее звено политической системы. Избирательный процесс – зачастую, единственная возможность для граждан той или иной страны участвовать в её политической жизни. Такие выборы позволяют выяснить ряд вопросов, среди которых один из главных – определение степени доверия избирателей по отношению к различным партиям, её лидерам, предлагаемым программам и прочему. В свою очередь, для политических партий и их представителей выборный процесс является показателем собственной конкурентоспособности и профессионализма. Выбор избирателей, таким образом, предопределяет курс развития их страны в период правления избранной партии. В это время претендующая на успех партия борется за убеждение избирателей в своём превосходстве среди прочих партий, а также, за заверение в том, что их представитель на пост будущего президента является единственно достойным кандидатом. Основное условие для успешного решения поставленной задачи – коммуникативная компетентность политиков. Последнее раскрывает причину мотивации интереса к исследованию предвыборного дискурса.

Как объект лингвистического изучения, предвыборный дискурс привлекал и продолжает привлекать внимание как отечественных, так и зарубежных исследователей, среди них: Е.И. Шейгал (2000), Р. Водак (2007), В.Л. Бенуа (2006), А.А. Филинский (2003), Н.Г. Левшина (2005) и другие.

А.П. Чудинов определяет предвыборный дискурс как особую сферу коммуникации, привязанную к времени и месту проведения предвыборной кампании и обслуживающую определённую социальную сферу – политические выборы[[14]](#footnote-14). Подобное определение находим и у Н.Г. Левшиной; исследователь выделяет два основных элемента рассматриваемого дискурса – речевую деятельность в процессе политической коммуникации и её продукты, что являет собой совокупность текстов. По мнению Левшиной, общая цель предвыборного дискурса – обсуждение подходящего кандидата на определенный государственный пост, цель же самих кандидатов – убедить избирателей проголосовать за них (Левшина, 2005). По мнению философа Я.С. Яскевич, предвыборный дискурс представляет собой официальную публичную речь, которая отличается особым эмоциональным настроем, призывающую к действию. Вместе с тем, речь политика в рассматриваемом дискурсе обязана соответствовать ожиданиям и ценностям народа – такой подход может обеспечить наиболее выгодное положение в глазах избирателей.

Приняв во внимание тот факт, что субъекты власти осуществляют манипулятивную работу в сознании народа, в целях выстроить определённую картину мира, приходим к заключению, что важная роль в данном процессе принадлежит языку как основному оружию поражения массового сознания. Язык является одним из самых эффективных и универсальных средств воздействия, а также, базисом для осуществления и укрепления власти. Однако для того, чтобы язык обладал такой силой, как утверждает Р. Водак, им должны пользоваться люди, обладающие властью[[15]](#footnote-15), а в свою очередь, «сам язык предоставляет говорящим целый арсенал средств проявления и осуществления власти»[[16]](#footnote-16).

В предвыборном дискурсе выделяют явное и скрытое воздействие на избирателей. Так при эксплицитном влиянии политического лица на восприятие поступаемой от него информации объектом, адресант не скрывает своих истинных целей, а адресат осознаёт ситуацию и принимает свободное решение – либо уступить оказываемому воздействию, либо сопротивляться. Во втором же случае, при имплицитном воздействии, субъект действует на объект тайно, вне воли последнего – именно этот тип воздействия представляется манипулятивным. Следует отметить, что успешной манипуляция сознанием является только тогда, когда остаётся незамеченной объектом воздействия – то есть, избиратель верит в естественность, адекватность и правдивость создаваемой фальшивой действительности[[17]](#footnote-17). Также, можно добавить, что объект манипуляции в данном случае обладает уверенностью в том, что принимаемые им решения не зависят от полученной информации.

Исходя из анализа текстов, в современном политическом дискурсе выделяют три звена данной коммуникации[[18]](#footnote-18):

Первое звено – адресант – то есть, представитель на политическую должность, направляющий свою речь к своей аудитории;

Второе звено – прямой адресат – иными словами, соперник;

И, наконец, третье звено – адресат-наблюдатель – народ.

Ещё одна триада компонентов политического дискурса представлена в следующих принципах: «ориентация (формулировка и разъяснение политической позиции) – интеграция (поиск и сплочение сторонников) – агональность (борьба с противником)»[[19]](#footnote-19). Таким образом, существование политического дискурса, как, в частности, и его вида – предвыборного дискурса, зависит от наличия представленных составляющих.

Как упоминалось ранее, речь в политическом дискурсе занимает важное место, от неё в немалой степени зависит успешность реализуемой предвыборной кампании. Речь обусловлена наличием различных компонентов и структур, среди которых выделяются речевые жанры. В лингвистике понятие жанра окружено различными взглядами. Так, например, жанр представляет собой «вербальное отражение интеракции, социально-коммуникативного взаимодействия индивидов»[[20]](#footnote-20). Ещё под жанром понимают динамическую модель, реализующуюся через конкретные речевые произведения[[21]](#footnote-21). В целом, речевой жанр можно определить, как организацию социального взаимодействия, модели письма и разговора, соответствующие речевой компетенции коммуникантов; также, жанр является стереотипом речевого поведения. Жанр может совмещать в себе ряд параметров, таких как: адресант (имеющий определенные коммуникативные цели) и адресат, (наблюдатель), время, место и окружающая обстановка коммуникативной ситуации[[22]](#footnote-22).

Классификация речевых жанров определяется следующими критериями[[23]](#footnote-23):

- официальность/неофициальность политической коммуникации;

- субъектно-адресные отношения;

- событийная локализация;

- прототипность/маргинальность;

- функциональность.

Среди жанров официальной политической коммуникации выделяют жанр законов и указов и других политических документов, публичные политические дискуссии, жанр предвыборных дебатов, международных переговоров, пресс-конференции. К жанрам неофициального политического общения относят разговоры на политические темы в семье, с друзьями и знакомыми, также, политические анекдоты и слухи; в данную категорию можно включить листовки и граффити, политический скандал и интервью. В группе жанров субъектно-адресных отношений выделяют на три разновидности: 1) общественно-институциональная коммуникация: в этот вид взаимоотношения относят лозунги, плакаты, законы, призывы, указ президента и публичную речь; 2) коммуникация между институтом и гражданином: выступления на митингах, голосование на выборах, петиции; 3) коммуникация между агентами в институтах: служебная переписка, закрытые заседания, встречи политических деятелей. Событийная локализация подразумевает реализацию дискурса к определённому политическому событию. Примеры жанров такой группы могут быть следующими: предвыборная кампания, референдумы, выборы, митинги, церемонии инаугурации. Другая категория жанров предвыборного дискурса представлена маргинальными и прототипными жанрами. К первой группе относят интервью, аналитические статьи, карикатуры, анекдоты и другие; ко второй - партийные программы, заявления, дебаты, речи и т.д. И, наконец, жанры функционального типа включают в себя: конституцию, речи, партийные программы, предвыборные дебаты, указы[[24]](#footnote-24).

Несмотря на наличие выработанной классификации жанров предвыборного дискурса, в современном развивающемся мире продолжают появляться новые жанры рассматриваемого дискурса, что в немалой степени обуславливает научный интерес к продолжению исследования данной темы.

**1.2.3. Особенности предвыборного дискурса США**

Американский предвыборный дискурс, как соответствующий дискурс любой другой страны, имеет агональный характер[[25]](#footnote-25), то есть преследует главную цель – заполучение власти. Каждый претендент на должность президента старается создать доверительное отношение со стороны избирателей, применяя тактики, позволяющие вызвать положительные эмоции на свой счёт и отрицательные – в сторону соперника. Защита и продвижение общенациональных ценностей таких, как единство нации, равенство граждан США, благосостояние экономики, материальное процветание и других, фигурируют в обещаниях кандидатов-политиков.

В лингвистической статье «Функциональная теория дискурса политической кампании» автор, В.Л. Бенуа[[26]](#footnote-26), предлагает следующие шесть аксиом для дискурса политической кампании в США:

1. «Голосование – это акт сравнения». Данное суждение объясняется следующим образом: избиратель, принимая решение, за какого кандидата или партию отдать свой голос, так или иначе прибегает к сравнению - кто-то покажется избирателю более достойным, а кто-то представится плохим вариантом.

2. «Кандидаты должны выделяться среди оппонентов». Исходя из первого положения, претендентам на пост президента страны необходимо чётко обозначить свою позицию и показать её отличие от той, которую предлагают оппоненты.

3. «Сообщения политической кампании – важная движущая сила для различения кандидатов». С целью расставить акценты на своих отличиях от программы оппонентов, кандидаты доносят информацию до своих избирателей посредством определенных сообщений. Такие сообщения могут доноситься как напрямую от кандидатов, так и через СМИ. В первом случае, кандидаты тщательно готовят речь и ту информацию, которую они хотят представить своей публике, во втором случае, СМИ решают, какие идеи передать, а о каких умолчать. Также, существуют и другие каналы передачи информации о кандидатах и их программах, среди них – взаимодействие избирателей, то есть, передача информации друг между другом в политических беседах. Таким образом, сообщения политической кампании являются инструментом информирования и, более того, средством убеждения аудитории в выборе определённого кандидата.

4. «Восхваление, нападение и защита – методы создания предпочтительного образа кандидата». Кандидат должен не просто отличаться от своих оппонентов, но отличаться в положительную сторону так, чтобы быть привлекательным для избирателей. Такая задача выполняется, по крайней мере, тремя функциями сообщения избирательной кампании: 1) восхваление – обозначение положительных сторон и желаемых ценных качеств и взглядов кандидата перед избирателем; 2) нападение – то есть акт критики оппонента: в случае, если кандидату удаётся выявить и представить избирателям слабые стороны работы оппонентов и других их недостатков, ему или ей представится возможность выглядеть привлекательнее на фоне соперников. Однако не всем избирателям нравится подобная тактика «поливания друг друга грязью», и в некоторых случаях подобное действие может повернуть выбор избирателей в сторону объекта нападения. Более того, по проведённому исследованию политических телепередач предвыборных дебатов[[27]](#footnote-27) выяснилось, что к тактике нападения чаще всего прибегали кандидаты с наименьшими шансами на победу, когда не оставалось других способов обогнать соперников; 3) защита – что означает утверждения, отрицающие предыдущую тактику нападения. Для успешного уклонения от дальнейших нападок оппонента и возвращения шансов для продолжения борьбы за желаемый пост, кандидату необходимо своевременно прибегнуть к тактике защиты. Тем не менее, и в этом случае выявляются опасные для кандидата моменты: так, например, кандидат может предстать перед избирателями в защищающейся позиции, что будет обозначать слабые места кандидата, тогда как для него предпочтительнее быть в качестве нападающего; также, при защите от нападения оппонента могут вскрыться некомпетентности кандидата в определённых темах, в связи с чем, есть вероятность представить кандидата в слабой позиции.

В работе В.Л. Бенуа предлагается следующий пример, ярко иллюстрирующий применение тактики нападения и восхваления: «Гораздо сложнее будет заставить проголосовать за вас эти 20 процентов неопределившихся избирателей, если вы будете акцентировать свои положительные стороны. Проще до смерти напугать их МакГоверном и заставить проголосовать против него» (совет президенту Р. Никсону в 1972 г. От его помощника Х.Р. Холдмана)[[28]](#footnote-28).

Таким образом, с помощью рассмотренных трёх функций – восхваления, нападения и защиты – кандидаты имеют возможность формировать предпочтительное для них восприятие соперников и себя самих у избирателей.

5. «Дискурс выборов разворачивается вокруг двух тем: политики и личности кандидатов». В борьбе за большее количество голосов политические представители выносят на обсуждение публики, в основном, две темы – их личную жизнь (так, например, кандидат может показать свои сильные стороны, качества как человека – сострадательность, честность, открытость и другие) и политические убеждения и программы по решению насущных проблем (для представления себя как политического лидера; по данному вопросу кандидаты могут осведомить избирателей о своих былых политических достижениях в различных сферах государственной, а также, международной деятельности, и представить разработанный курс развития жизни страны на будущее). Для множества избирателей наиболее важной является информация о политической компетентности кандидата, и, хотя, личная жизнь политика немаловажна, всё же, ей отдают второе место в предпочтениях по выбору.

6. «Кандидат должен получить большинство голосов избирателей, участвующих в выборах». Данное утверждение подразумевает следующее: претендент на главенствующую позицию не имеет шанса получить голоса в свою пользу абсолютно от всех избирателей, так как, как показывает практика, часто избиратели делятся на лагеря по отношению к политическим предложениям кандидатов, однако для победы, что является очевидным, политику необходимо заполучить большинство голосов. Значимой особенностью американских президентских выборов является то, что для одержания победы кандидату необходимо убедить 270 представителей Коллегии выборщиков, а победа в голосовании избирателей не означает полной победы в выборах на президентскую должность. Так, например, в выборах в 2000 году в США Альберт Гор получил большее количество голосов избирателей по сравнению с Джорджем Бушем, однако последний выиграл выборы, так как завоевал предпочтение у Коллегии выборщиков[[29]](#footnote-29).

Подытоживая вышесказанное, отметим следующее:

- основная цель предвыборного дискурса – осуществление эффективного эмоционально-психологического воздействия на общественное мнение, направленного на создание необходимой картины мира в сознании граждан, удобной для кандидата, чтобы получить наибольшее количество голосов;

- борьба за власть – одна из основных характерных, системообразующих черт предвыборного дискурса.

Для более совершенного понимания техники речевого воздействия и распознавания такового, существуют исследования из области прагмалингвистики.

**1.3. Прагмалингвистика: теория речевых актов, речевые стратегии и тактики**

1960-е годы – время выделения прагматики в самостоятельную область исследований. Так, Ч. Моррис определил три компонента, составляющих семиотику, – семантику, синтактику и прагматику[[30]](#footnote-30). Прагматика получила развитие в теории речевых актов, предложенной Дж. Остином: философ делает акцент на том, «какое действие совершает или пытается совершить говорящий, используя высказывание, каких целей он при этом стремится достичь»[[31]](#footnote-31).

Итак, представляется возможным сделать следующее заключение: прагматика основывается на двух столпах – эмпирическом (данные, получаемые посредством органов чувств через наблюдение или опыт) и концептуальном (понятийном, идейном).

Установление связи между высказываниями (грамматика) и различные виды взаимодействия (социальные науки) – конечная цель прагматической теории языка. Данное условие обозначает, что если поведение говорящего можно интерпретировать как выражение его внутреннего состояния, то не является важным то, что он на самом деле думает, знает и желает. Однако данное положение не исключает релевантность когнитивного компонента прагматики, так как, например, социальные условия как часть прагматических правил – когнитивно обусловленные.

Каждому высказыванию прагматическая теория приписывает определённую иллокутивную силу. Т.А. ван Дейк выделяет восемь параметров, которые слушающий использует для идентификации речевых актов: а) грамматическая структура высказывания, б) паралингвистические факторы (интонация, тон, темп речи, жесты, мимика и другие), в) коммуникативная ситуация (восприятие окружающих предметов, людей и прочего), г) знания и мнения о говорящем и коммуникативной ситуации, содержащиеся в памяти слушающего, д) общие знания и мнения о характере и структуре коммуникативной ситуации как настоящей, так и предшествующей, е) знания и мнения, которые были получены в ходе предыдущих речевых актов, ж) знание прагматических правил в речевом взаимодействии, з) фреймы (скрипты, сценарии, схемы)[[32]](#footnote-32). Приведённые параметры позволяют прийти к выводу о том, что мы не можем ограничиваться только пониманием общего смысла высказывания, чтобы с точностью определить его иллокутивную силу, а лишь учитывая перечисленные факторы. Другими словами, «окончательное определение характера речевого акта происходит уже после понимания самого высказывания и после сопоставления прагматически релевантной информации, содержащейся в высказывании, с информацией, полученной при анализе прагматического контекста»[[33]](#footnote-33). Также, в этой связи отметим следующее: в процессе анализа прагматической ситуации и консеквентности изречений реципиент обращается к макроправилам (в смысле глобального речевого акта) по отношению к предыдущим речевым актам с целью выделения релевантной прагматической информации для интерпретации дальнейших речевых актов. Такой подход позволяет участникам коммуникативной ситуации контролировать и планировать проистекаемый дискурс, разговор и понимать друг друга.

Понятие «теория речевых актов» воспринимается в общем смысле как комплекс идей, ориентированных на истолкование речевой деятельности и, в узком смысле, как название определённой теории, идеи которой получили широкое распространение за рубежом и привлекли внимание советских учёных, изучающих проблемы речевой коммуникации.

Краеугольным камнем в теории речевых актов стали идеи, предложенные английским логиком Дж. Остином в 1955 году в курсе лекций в университете Гарварда и в дальнейшем опубликованные под названием «Слово как действие» в 1962 году. Вслед за тем идеи Дж. Остина получили развитие в монографии американского логика Дж. Сёрля «Речевые акты» (1969 год) и других статьях. Выделяют работы П.Ф. Стросона, другого английского логика, также участвовавшего в обсуждении идей Дж. Остина. Работы упомянутых учёных, посвящённые рассматриваемой теории, называют стандартной теорией речевых актов.

Предоставляя общую характеристику теории речевых актов (далее ТРА), приведём следующее определение: это логико-философское и лингвистическое учение о строении речевого акта, который понимается как реализация предложения[[34]](#footnote-34).

Каждая модель общения включает в себя такие компоненты, как говорящий и слушающий, высказывание и обстоятельства. Модель речевого акта в ТРА прибавляет к перечисленному цель и результат такого действия. Главная особенность данной теории заключается в понимании речевого акта в качестве способа достижения участником акта конкретной цели и изучении в данном контексте используемых языковых средств.

В ТРА единый речевой акт является трёхуровневым образованием: один уровень выделяется для локутивного акта (под данным термином понимается речепорождение как таковое); другой уровень определяется как иллокутивный акт (обладает признаками целенаправленности и конвенциональности); и, наконец, перлокутивный акт занимает третий уровень (отвечает за достижение определённого результата речевого акта, намеренное воздействие на принимающую сторону – на её мысли и чувства и, на этом основании, на её дела и поступки). Стоит отметить, что наибольший интерес и внимание в ТРА уделяются понятию иллокуции. Впервые это понятие было введено Дж. Остином, однако логик не дал точного определения данному явлению, тем не менее, он предложил ряд примеров иллокутивных актов: информирование, вопрос-ответ, предупреждение, критика и другие. Отличительными признаками иллокуции, как уже было вскользь упомянуто выше, являются целенаправленность (или интенциональность – этим иллокутивный акт отличается от локутивного) и конвенциональность (особенность в противопоставление перлокутивному акту). В отличие от Остина, Сёрль решил заменить понятие конвенции в иллокутивном акте понятием правила, тем самым подчёркивая, что данный акт является действием, подчиняющимся правилам, которые, в свою очередь, делятся на две группы: регулятивные правила (так называемые, формы поведения, установленные в обществе) и конститутивные (такие правила не просто регулируют, но и могут создавать новые формы поведения). Наряду с этим, американский логик отказывается и от понятия локуции в уровневом разделении речевого акта, вместо этого он вводит акты референции и предикации, а также, рассматривает пропозиции, или другими словами, суждения[[35]](#footnote-35).

С целью определения обеспечения понимания иллокутивной силы высказывания были разработаны классификации иллокутивных актов. В нашем исследовании мы будем опираться на классификацию, предложенную Дж. Сёрлем, в которой автор выделяет 12 параметров, участвующих в различении иллокутивных актов (первые три пункта из следующей таксономии образуют основу для выделения ключевых классов иллокутивных актов):

1) «Различия в цели данного (типа) акта»: например, целью акта обещания служит взятие на себя ответственности за совершение определённого действия, а целью приказа – достижение выполнения слушающим требований говорящего. Однако, как подчёркивает автор классификации, ошибочно считать, что всякий иллокутивный акт наделён перлокутивной интенцией по определению;

2) «Различия в направлении приспособления между словами и миром»: мы либо приспосабливаем мир (или действия) под слова, либо наоборот, слова – под мир;

3) «Различия в выраженных психологических состояниях»: здесь отмечается выражение отношения, состояния и прочих психологических моментов относительно пропозиционального содержания у совершаемого иллокутивного акта;

4) «Различия в энергичности, или в силе, с которой подаётся иллокутивная цель»;

5) «Различия в статусе или положении говорящего и слушающего в той мере, в какой это связано с иллокутивной силой высказывания»;

6) «Различия в том способе, которым высказывание соотнесено с интересами говорящего и слушающего»;

7) «Различия в соотношении с остальной частью дискурса»: некоторые перформативные выражения выполняют функцию соотнесения высказывания с остальной частью дискурса;

8) «Различия в пропозициональном содержании, определяемые на основании показателей иллокутивной цели»;

9) «Различия между теми актами, которые всегда должны быть речевыми актами, и теми, которые могут осуществляться как речевыми, так и неречевыми средствами»;

10) «Различия между теми актами, которые требуют для своего осуществления внеязыковых установлений, и теми, которые их не требуют»: существует масса иллокутивных актов, для осуществления которых необходимо наличие институциональности, или, иначе говоря, особого положения адресанта и адресата в социуме;

11) «Различия между теми актами, в которых соответствующий иллокутивный глагол употреблён перформативно, и теми, в которых перформативное употребление глагола отсутствует»;

12) «Различия в стиле осуществления иллокутивных актов»[[36]](#footnote-36).

В лингвистике в речевом акте различают две его стороны – внешнюю и внутреннюю. Внутренняя сторона, как мы уже отмечали ранее, включает три компонента: локутивный, иллокутивный и перлокутивный акт. Рассмотрим их более детально. В локутивном акте выделяют три акта: фонация (что есть произнесение фразы), референция (наделение высказывания смыслом и референцией) и предикация (процесс, в котором объекты получают определённые свойства и отношения). Иллокутивный акт подразумевает целевую обусловленность произнесённой фразы в сторону слушающего, которая, как правило, должна вызвать ответную реакцию. На данном этапе выделяют иллокуцию (или иллокутивную силу высказывания), которую понимают как смысл, вкладываемый в произносимую фразу, которая в дальнейшем воспринимается и осознаётся слушающим.

На основе классификации параметров различения типов иллокутивных актов, Дж. Сёрль делит множество таких актов на пять основных категорий: а) репрезентативы (констатация, прогноз) – такие речевые акты, которые описывают определённое положение дел, при том, говорящий несёт ответственность за истинность транслируемой информации; б) директивы (приказ, просьба, приглашение, совет, инструкции-вопросы, мольба) - изречения, характеризующиеся побуждением к определённому действию; в) комиссивы (обещание, угроза, предложение, заверение, клятва) – речевые акты, обязывающие говорящего исполнить действия, заключённые в его речи; г) экспрессивы (удивление, благодарность, возмущение, извинение, соболезнование, упрёк) – акты речи, отвечающие за передачу психологического состояния говорящего; д) декларации (объявление, назначение, приговор)[[37]](#footnote-37).

В теории речевых актов, также, привлекается внимание к таким феноменам, как прямые и косвенные речевые акты. В первом случае мы имеем дело с прямым значением высказывания, в то время как в косвенных речевых актах иллокутивная цель не отражается напрямую в языковой структуре высказывания. К примеру, в предложении «Ты не мог бы закрыть окно?» косвенно передаётся вежливое побуждение. В процессе косвенного выражения своей цели, говорящий испытывает надежду на такие знания со стороны слушающего, как, прежде всего, языковые и неязыковые: знания принципов и условий успешной манифестации речевых актов, а также, владение представлениями о мире.

Наконец, перлокутивный акт – результат речевого воздействия, оказываемого говорящим на слушающего. В данном случае учитываются изменения состояния или поведения реципиента, являющиеся следствием осознания полученной информации.

Касаемо внешней стороны речевого акта, Аристотель определил три основных компонента: оратор, предмет дискуссии и сторона, к которой обращается оратор. Однако данный список не является абсолютным: на основании проведённых исследований, учёными выделяются и такие компоненты, как пресуппозиция, цель высказывания, ситуация общения, контекст и другие.

Для успешного достижения цели речевого акта говорящий применяет различные речевые стратегии и тактики. Лингвист О.С. Иссерс в работе «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи», руководствуясь исследованиями ван Дейка, приводит следующее определение речевых стратегий с когнитивной точки зрения: «…специфические способы речевого поведения, осуществляемые под контролем «глобального намерения»[[38]](#footnote-38). Другими словами, как поясняет автор, таким образом адресант принуждает адресата, пытается изменить его модель мира, преобразовать его сознание, в котором установлены определённые концепты. По мнению К. Кэллерманн стратегическим характером обладает любой акт коммуникации, и это может осуществляться как осознанно, так и без намерений самого говорящего[[39]](#footnote-39). Такое утверждение основывается на том факте, что само общение между людьми не лишено цели, и как правило, любая цель находится в прямой зависимости от желаний говорящего прийти к определённому результату при помощи своих речевых действий. Также, что представляет важность для настоящего исследования, следует отметить, что речевые стратегии определяют «семантический, стилистический и прагматический выбор говорящего»[[40]](#footnote-40). Резюмируя представленную информацию, подчеркнём, что стратегический аспект любого речевого акта заключается в отборе языковых средств и их применении в соответствии с их приемлемостью и эффективностью в коммуникативной ситуации.

Несмотря на заявленную «стратегичность» речевых актов, О.С. Иссерс вносит поправку о том, что всё же существуют нестратегические речевые действия. К ним относятся акты приказа, примеры которых могут быть следующими: «Организовать дежурство в праздничные дни…», «Считать выходным днём 3 мая»[[41]](#footnote-41).

На основе классификации, выведенной Иссерс, речевые стратегии делятся на общие и частные. В общих стратегиях выделяются основные (когнитивные, или семантические) и вспомогательные стратегии. По большей части, основные стратегии напрямую связаны с влиянием на реципиента, а вспомогательные – отвечают за достижение оптимальной эффективности такого воздействия. Вторая группа стратегий включает: прагматические (или коммуникативно-ситуационные) стратегии, которые подразумевают мотивированное использование косвенных речевых актов; диалоговые стратегии, осуществляющие регулирование построения диалога, в ходе которых происходит оценка темы, степени понимания и инициативы; риторические стратегии – обращение к ораторскому искусству и риторическим техникам[[42]](#footnote-42). К семантическим стратегиям О.С. Иссерс относит дискредитацию и подчинение, к прагматическим – построение имиджа и формирование эмоционального настроя, к диалоговым – контроль над темой и контроль над инициативой, и наконец, к риторическим – привлечение внимания и драматизацию[[43]](#footnote-43).

«Речевой тактикой следует считать одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии»[[44]](#footnote-44). Речевые тактики обеспечивают быстрое реагирование на ситуацию и гарантируют гибкость стратегии, а также, «они и являются практическим инструментом говорящего»[[45]](#footnote-45). Автор, помимо прочего, вносит ясность в разграничение понятий речевых тактик и речевых актов: объект анализа в теории речевых актов – отдельное высказывание, тогда как анализ речевых тактик учитывает социальные и психологические факторы речевой ситуации.

Цель каждой тактики – корректировка модели мира реципиента, его знаний, оценок и деланий в соответствии с намерением адресанта. Согласно исследованиям О.С. Иссерс можно выделяются следующие тактики: контактоустанавливающая, обвинение, оправдание, запугивание, эмоционально настраивающая, апелляция к разуму, оскорбление, упрёк, блокирующая контакт, обобщение, контроль над темой, инициативой и пониманием, запрос информации, приведение примера, апелляция к высшим ценностям, усиление, повтор, обещание, самопрезентация и уговоры[[46]](#footnote-46).

**1.4. Когнитивная лингвистика и концептуальная метафора**

Когнитивная лингвистика представляет собой современную научную область, продолжающую своё развитие. Официальной датой появления когнитивной лингвистики как самостоятельной науки считают весну 1989г., когда состоялся Международный лингвистический симпозиум в городе Дуйсбург, Германия. Тем не менее, изучением данной отрасли лингвистики занимались и раньше, выпускались монографии, которые в дальнейшем стали классикой данного направления. Так, в знаменитой книге Джорджа Миллера и Филипа Джонсона-Лэрда «Язык и восприятие»[[47]](#footnote-47) авторы представляли своей задачей заложить основы «психолексикологии» - науки, которая рассматривала бы систему языка в психологическом аспекте, однако на предложенных идеях и подходах сложилась, в последствии, когнитивная лингвистика.

Когнитивная лингвистика – междисциплинарная наука, это объясняется тем, что в неё входят элементы других наук, таких как, например, психология, философия, нейрофизиология, социология, теория искусственного интеллекта и другие. Среди прочих, главная роль отдаётся лингвистике, поскольку именно она продолжает вносить вклад в развитие данного направления.

Когнитивная лингвистика представляет собой «лингвистическое направление, в центре внимания которого находится язык как общий когнитивный механизм, как когнитивный инструмент – система знаков, играющих роль в репрезентации (кодировании) и трансформировании информации»[[48]](#footnote-48). Итак, основополагающий принцип когнитивной лингвистики – связь языка и когниции (познания и знания), а главным предметом исследования является семантика. Центральные вопросы, попадающие под исследование когнитивной лингвистики, заключаются в следующем: какими знаниями обладают люди касательно себя и мира в целом, откуда берутся эти знания, как эти знания организованы и как активируются. Как правило, анализ языковых фактов позволяет получить ответы на перечисленные вопросы. Исходя из положения когнитивной лингвистики о том, что механизмы познания и сознательные структуры непременно выражаются в языке, то язык понимается как уникальный ресурс данных о мыслительной базе, а также, как средство обнаружения и объяснения разных сторон когниции[[49]](#footnote-49).

Одним из наиболее известных достижений когнитивной лингвистики является теория концептуальной метафоры, основы которой представлены в научной работе лингвиста Дж. Лакоффа и философа М. Джонсона «Метафоры, которыми мы живём» (1980). Авторы мирового научного бестселлера переосмыслили прежнее понимание метафоры, и теперь вместо видения её как фигуры речи или одного из видов переносных значений, она предстаёт как явление мышления и, даже больше, культуры. Именно понятийная система человека, как отмечается, метафорична, а языковые метафоры – всего лишь выражение данного феномена[[50]](#footnote-50). Другими словами, «метафорична сама мысль, она развивается через сравнение и отсюда возникают метафоры в языке»[[51]](#footnote-51).

По мнению Лакоффа и Джонсона, в связи с использованием на регулярной основе определённых образов относительно определённых явлений, является разумным заключить, что в сознании носителей языка существуют соответственные концептуальные метафоры. Учёные выделяют две «сущности» в отношении метафоры: сфера-источник, или донорская зона, и сфера-мишень, или реципиентная зона. В соответственной замене этих сущностей заключается суть метафоры - это происходит в процессе отображения области «источника» на область «цель»[[52]](#footnote-52). Так, например, словом «война» (область «источник») мы можем охарактеризовать «спор» (область «цель»); следует отметить, что в области «цели» сохранилась когнитивная типология области «источника». Функция концептуальной метафоры заключается в том, чтобы посредством более простых и конкретных областей человеческого опыта передать более сложные и отвлечённые. Как правило, концептуальные метафоры культурно обусловлены, и, в силу привычности их применения в языке и укоренения в сознании человека, чаще всего не осознаются носителями языка.

Выделяют следующие типы концептуальных метафор:

1. Ориентационные – метафоры, основанные на человеческом физическом и культурном опыте и связанные с ориентацией в пространстве: «верх – низ», «внутри – снаружи», «передняя сторона – задняя сторона», «на поверхности – с поверхности», «глубокий – мелкий», «центральный – периферийный»[[53]](#footnote-53). Для первой оппозиционной группы «верх – низ» примером могут служить выражения типа «быть в приподнятом настроении» и его английский эквивалент – «to be in high spirits», «упасть духом» - «spirits-to sink», «взлететь до небес» - «to be sky-high/ to skyrocket», причём зачастую всё, что стремится вверх, имеет позитивную характеристику, и, наоборот, всё, что направлено вниз, - негативную. Лакофф и Джонсон высказывают предположение о том, что ориентационные метафоры, основанные на таких оппозициях, как, например, «верх – низ», «внутри – снаружи» различаются от культуры к культуре. Ориентационные метафоры тесно связаны с фундаментальными ценностями любой культуры, в которой они закреплены; исключением могут быть лишь ценности отдельных субкультур и групп людей, имеющих миропонимание, отличающееся от такового в среде глобальной группы.

Рассмотрим подробнее данную группу концептуальных метафор. Лакофф и Джонсон останавливают внимание на группе оппозиций «верх-низ» и выделяют в ней несколько категорий, соответствующих этим противопоставленностям. Первая категория – счастье-печаль – определяется физической основой: те глаголы, предлоги и выражения в целом, которые направлены своей семантической структурой вверх, метафорически передают значение счастья, и, соответственно, те речевые единицы, что выражают направление вниз, ответственны за отражение значения печали, депрессии. В человеческом опыте заложено, что когда человек грустит, испытывает душевную боль, положение его тела обычно склоняется вниз к земле, в то время как, когда человек счастлив, поза его тела прямая, голова поднята к окружающему его миру. Такое объяснение хорошо просматривается в примерах: «He fell into a depression (Он впал в депрессию)» (буквально, упал) или «I am over the Moon (Я на седьмом небе от счастья)» (буквально, над Луной). Следующая категория – сознание-бессознательное состояние: здесь речь идёт, в основном, о сне и пробуждении, а также о состоянии человека, находящегося вне собственного сознания; превалирующая часть живых существ спит в положении лёжа (иначе говоря, тело ориентационно находится внизу), и пробуждаясь, поднимается, соответственно, вверх. Примерами служат следующие выражения: «to wake up», «to get up», «to be up», «to rise», «to fall asleep», «to drop off to sleep», «to stay under hypnosis», «to sink into coma». Третья категория подобна первым предыдущим по характеру осмысления – жизнь и здоровье (направленность вверх) -смерть и болезнь (направленность вниз): «to be at the peak of health», «to fall ill», «to sink» (в значении «угасать, увядать» о жизни), «to drop dead» (умереть; дословно «упасть мёртвым»).

Четвёртая категория – власть и сила-подчинение контролю и силе; данная оппозиция может быть объяснена следующим образом: в результате схватки, как правило, победитель находится сверху своего противника, занимает верхнюю позицию. Так, выражения «to be under one's control», «to be low man» (занимать низкое положение), «to fall into line» (подчиняться) имеют значение нахождения в низкой позиции, в положении, направленном вниз, тогда как, к примеру, выражения «to have control over someone», «to be in superior position», «to stay at the height of one's power» говорят о высоком положении, направленности вверх. Подобно этому, пятая категория – больше-меньше – так же имеет физическую основу: при добавлении, например, в кучу всё большего и большего количества вещей, эта куча растёт, тем самым стремясь вверх; и в обратную сторону, если её разобрать, количество будет уменьшаться, и соответственно устремляться вниз. Примеры: «income-to rise», «the number of something dropped down», «to be underage». Шестая категория «предсказуемых будущих событий» (направлены вперёд или наверх) основывается на представлении о том, что, когда мы движемся по направлению к какой-либо цели, мы устремляемся вперёд; или, когда мы приближаемся к какому-либо высокому объекту, например, то он в поле нашего зрения увеличивается, визуально поднимается вверх. Примеры для данной категории могут быть следующими: «What’s up?» («Как дела?», или дословно, «что находится наверху?»), «what’s coming next» («что нас ждёт впереди»), «upcoming events» («грядущие события», или буквально, «идущие вверх»).

Другая категория – социальный статус (высокий/низкий) – примеры для неё: «to climb the ladder» («делать карьеру», буквально – взбираться по лестнице (вверх)), «to have a lofty position» («занимать высокое положение»), «rise to the top» («достигать больших высот»), «to fall in status» («понизиться в статусе»), «upward mobility» («повышение в должности/карьерный рост»). Как и первая категория, следующая признаёт стремящимся вверх всё хорошее, а плохое – вниз; всё, что представляется лучшим для человека, направлено наверх: «to hit a peak» («достичь вершины»), «things – to be at a low» («дела – на низком уровне»), «to look up» (в значении «улучшаться»). Девятая категория – добродетели (верх) – порочности (низ): в определении того, что является добродетелью, а что – порочностью, важную роль играет общественная или личностная точка зрения, обусловленная культурой народа. Примеры: «to be underhanded» («быть подлым»), «to be high-minded» («быть великодушным»), «stoop to something» («опуститься до чего-то»), a «low-down thing» («низкий поступок»). И, наконец, группа рациональное (верх) – эмоциональное (низ): человек, как существо разумное стоит на верхушке иерархии над животными, растениями и другими объектами материального мира; также, условлено принимать важные решения, опираясь на разум, а не на эмоции, отсюда и вытекает соответственное противопоставление верх-низ. Примеры: «to rise above one’s emotions» («стать выше своих эмоций»), «to put feelings aside» («оставить чувства в стороне»), «fall to the emotional level» («опуститься на эмоциональный уровень»).

2. Онтологические – метафоры, с помощью которых человек воспринимает нематериальные явления (опыт человека) как материальные. Выделяют следующие виды онтологических метафор:

- Метафоры сущности и субстанции – это такие метафоры, посредством которых происходит осмысление абстрактного через конкретное.

- Метафоры вместилища: человек по своему опыту воспринимает себя как вместилище, которое отграничено от остального мира кожей; по этому примеру человек воспринимает и другие сущности как вместилища, у которых есть внутренняя часть и внешняя.

- Персонификация – процесс восприятия неживых предметов и отвлечённых понятий через термины мотиваций, характеристик и деятельности человека.

3. Структурные метафоры. По сравнению с ориентационными и онтологическими метафорами, структурные предоставляют возможность более точно определить суть понятия, вводя в его осмысление более точные концепты. Для одного и того же явления могут быть использованы разные метафоры, которые, в свою очередь, раскрывают разные стороны этого явления. Например, «идеи» могут представляться как пища, растения; «любовь» - как сумасшествие, война, колдовство. Структурные метафоры обладают отличительной особенностью, с её помощью не происходит абсолютное наложение сферы-источника на сферу-мишень, а лишь частичное. Яркий пример тому – «время – деньги»: здесь концепт «деньги» не может в полной мере характеризовать «время», так как деньги, к примеру, можно вернуть, но ушедшее время вернуть нельзя. Такие метафоры акцентируют внимание на отдельных гранях определённого концепта, а какие-то грани, так сказать, уходят в тень.

**Выводы по Главе 1**

Понятие дискурс по сей день не имеет однозначного определения, однако его можно интерпретировать как: 1) образование, превосходящее одно предложение; 2) текст как продукт речепорождения и собственно процесс; 3) речь или текст, помещённые в определённую ситуацию и наделённые социальными, психологическими и культурными особенностями. С помощью дискурса происходит обмен идеологий и воспроизведение культуры.

Предвыборный дискурс – особая сфера коммуникации, где одни из основных компонентов – время и место реализации предвыборной кампании. Наряду с этим, предвыборный дискурс – официальная публичная речь, наделённая функцией призыва к действию. В данной области осуществляется имплицитное, так и эксплицитное воздействие на сознательную сферу адресата. Существование политического дискурса зависит от принципов: ориентация – интеграция – агональность.

Согласно исследованию В.Л. Бенуа, выделяются следующие аксиомы американского политического дискурса: «голосование – это акт сравнения», «кандидаты должны выделяться среди оппонентов», «сообщения политической кампании – важная движущая сила для различения кандидатов», «восхваление, нападение и защита – методы создания предпочтительного образа кандидата», «дискурс выборов разворачивается вокруг двух тем: политики и личности кандидатов», «кандидат должен получить большинство голосов избирателей, участвующих в выборах».

Прагматика занимается изучением языка в контексте ситуации, в которой и происходит его реализация. Объект исследования прагматики – высказывание как единица речевого общения. Два основополагающих элемента, составляющих прагматику – информация, поступающая через наблюдение или опыт, и понятийная система. Все высказывания обусловлены определённой иллокутивной силой. Компонентами речевого акта являются: адресант, адресат, высказывание, ситуация общения, а также, цель и результат речевого акта. С помощью речевых стратегий, реализуемых в речевом акте, говорящий получает возможность воздействовать на сознание реципиента и даже менять его модель мира. Таким образом, исследования в данной области – области прагмалингвистики – представляют особый интерес для анализа речевого воздействия кандидатов, баллотирующихся на пост президента США; такие исследования позволят охарактеризовать речевые высказывания и определить их иллокутивную цель.

Когнитивная лингвистика – ещё одна важная область науки, позволяющая раскрывать значения речевых произведений. Связь языка и когниции – основополагающий принцип когнитивной лингвистики. Важно отметить, что понятийная система человека – метафорична, имеет в своём составе концептуальные метафоры, которые, помимо прочего, культурно обусловлены.

**Глава 2.** АНАЛИЗ КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ АМЕРИКАНСКОГО ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА

Материалом для анализа когнитивных и прагматических особенностей предвыборного американского дискурса послужил транскрипт финальных предвыборных дебатов, состоявшихся 19 ноября в 2016 году между кандидатом от партии республиканцев Дональдом Джоном Трампом и представителем Демократической партии Хиллари Дайан Родэм Клинтон на английском языке[[54]](#footnote-54). Третьи заключительные дебаты прошли в здании Университета Невады, где роль модератора исполнил журналист американского информационного канала Fox News, Крис Уоллес.

В дебатах, длительность которых составляет один час, были освещены следующие темы: Верховный Суд (в транскрипте - the Supreme Court), Вторая поправка к Конституции США (the Second Amendment), проблема абортов (the issue of abortion), вопрос иммиграции (the subject of immigration), вмешательство России в президентские выборы США (2016 года) (interference by Russia in the American election), экономика (the economy), соответствие критериям, необходимым кандидату на пост президента (fitness to be president of the United States); обсуждалось дело по работе некоммерческой организации the Clinton Foundation и причастия к ней Хиллари Клинтон и, в свою очередь, был затронут вопрос существования фонда the Trump Foundation; далее осуществлялась дискуссия по одной из особо важных проблем – вопрос вытеснения ИГИЛА с территории Ирака и введения войск США с целью предупреждения возвращения данной группировки, а также, обсуждалась ситуация в Сирийском городе Алеппо; финальный сегмент дебатов был посвящён национальному долгу США (national debt) и главному сектору, потребляющему большую часть государственных займов, - пособиям, которые предоставляются на такие программы, как Медикэр (Medicare) и система социального страхования (Social Security).

Помимо представленных тем, на рассуждение которых кандидатам отводилось две минуты, модератором, также, задавались дополнительные вопросы и предлагались открытые дискуссии.

Стоит отметить, что итоговые дебаты Трампа и Клинтон были названы журналистами «Ночью боя» (“Fight night”): президентская гонка проходила в условиях жёсткой конкуренции (зачастую республиканец Трамп опережал Клинтон в опросах избирателей, однако представитель от демократов так же вырывалась вперёд), и ожидалось, что финальные дебаты окажут значительное влияние на рейтинги кандидатов. Согласно проведённому исследованию телеканалом CNN с участием компании Opinion Research Corporation, в итоге третьих финальных предвыборных дебатов большее предпочтение зрители отдали Хиллари Клинтон (голоса составили 52%), в то время как Дональд Трамп получил меньшее количество голосов (39%). Тем не менее, читатели газеты Washington Times в большой мере перевесили последние результаты, предоставив победу Трампу в 74%, тогда как в пользу Клинтон проголосовали 21% опрошенных.

**2.1. Анализ речи Хиллари Клинтон в финальных дебатах 2016 года**

Первый сегмент обсуждений отведён работе Верховного Суда. Ведущий дебатов задал следующие два вопроса касаемо данной темы:

«Прежде всего, как вы представляете направление развития Верховного Суда в нашей стране? И каким образом следует интерпретировать Конституцию?» (здесь и далее наш перевод)

Оригинальная версия: “First of all, where do you want to see the court take the country? And secondly, what’s your view on how the Constitution should be interpreted?”

В своём ответе Хиллари Клинтон делает акцент на важности благополучия страны, а точнее, жизни её граждан:

“You know, I think when we talk about the Supreme Court, it really raises the central issue in this election, namely, what kind of country are we going to be? What kind of opportunities will we provide for our citizens? What kind of rights will Americans have?”

Таким образом можно отметить, что уже с самого начала своего выступления Клинтон старается показать своим избирателям, что в первую очередь её интересует народ и то, какие блага она сможет ему принести, если ей представится возможность встать во главе страны. Об этом говорит выбор таких выражений, как: «центральная проблема настоящих выборов – будущее страны» (“the central issue in this election, namely, what kind of country are we going to be”), «возможности для наших граждан» (“opportunities…for our citizens”), «права американцев» (“rights will Americans have”).

Как мы и далее будем наблюдать, Клинтон на протяжении всего своего выступления придерживалась именно этого направления мысли. В ходе нашего исследования мы получили следующие данные: cлово “people” было произнесено около 29 раз, из них 9 раз Клинтон употребила данное существительное в значении «народ/люди Америки»; также, встречались такие слова, как “Americans” (7 раз), “American people” (3 раза), “citizens” (1 раз), и среди прочего были слова: “our country”, “America”, “families of America” и другие, подчёркивающие стремление представителя от демократии послужить доброй совестью своему народу. Помимо этого, данный отрывок представляет собой репрезентативный иллокутивный акт; риторическую стратегию, нацеленную на привлечение внимания; тактика – эмоционально настраивающая.

“And I feel strongly that the Supreme Court needs to stand on the side of the American people, not on the side of the powerful corporations and the wealthy. For me, that means that we need a Supreme Court that will stand up on behalf of women’s rights, on behalf of the rights of the LGBT community…”

В предложенном выше примере, согласно классификации Лакоффа и Джонсона, применена ориентационная «периферийная» метафора - “to stand on the side of the American people” («встать на сторону американского народа»): встать на чью-то сторону значит встать на защиту этой стороны. А далее – ориентационная метафора, направленная «вверх»: “stand up on behalf of women’s rights”: предлог “up” имеет положительное значение, значение «пребывания в сознании», что, таким образом, придаёт фразе характер уверенности в позитивном исходе исполнения предлагаемого действия. Согласно классификации речевых стратегий, в данной отрывке представлена прагматическая стратегия, направленная на формирование эмоционального настроя (это особенно выражается в части, где Клинтон защищает права ЛГБТ сообщества); тактики, посредством которых реализуется такая стратегия – эмоционально настраивающая и апелляция к разуму (когда Клинтон говорит о том, что верховный суд должен стоять на защите народа, а не «золотой верхушки» страны).

“…Citizens United…permits dark, unaccountable money to come into our electoral system”.

Для характеризации денег, к которым причастна американская организация Citizens United, Клинтон применяет такие прилагательные, как “dark” (тёмные) и “unaccountable” (неподотчётные), олицетворяющиеся в сознании аудитории как «злое деяние», а ориентационная метафора, направленность которой - «внутрь», “to come into” – передаёт, как это «зло» проникает в жизнедеятельность страны, тем самым принося ей вред. Посредством таких приёмов оратор выстраивает определённое восприятие у избирателей, убеждая, что её (Клинтон) управление страной положит конец работе и, возможно, существованию такой и ей подобным организациям. Иллокутивный акт – репрезентатив; риторическая стратегия, выражающаяся в драматизации, тактика – эмоционально настраивающая.

В соответствии с представленным анализом ответа Хиллари Клинтон уже можно сделать заключение о том, что метафоры довольно часто встречаются в речи, и мы настолько привыкли к их присутствию в ней, что, если не углубляться в их изучении с лингвистической точки зрения, то они не идентифицируются как таковые с первого взгляда, зачастую незаметно вплетаются в язык на подсознательном уровне.

“I have major disagreements with my opponent about these issues and others that will be before the Supreme Court… The Supreme Court should represent all of us”.

С помощью данного заявления “I have major disagreements with my opponent about these issues” («Мы с моим оппонентом имеем серьёзные разногласия по настоящим вопросам») Клинтон как бы ставит под сомнение перед избирателями правильность подхода Трампа к вопросу Верховного Суда и представляет себя своим слушателям в качестве уверенного в своих действиях и убеждениях кандидата. И далее подчеркивает “The Supreme Court should represent all of us” («Верховный Суд должен представлять каждого из нас»), показывая вновь, что она стоит на стороне народа и её намерения во благо народа, а не собственная выгода. В представленных примерах прослеживается суггестивный характер сообщения, то есть происходит внушение определённого видения положения вещей в таком замаскированном виде, что нельзя его вычленить сиюминутно. Таким образом оратор выстраивает в мышлении своих реципиентов картину мира, которая была бы максимально удобна отправителю такой информации. В классификации иллокутивных актов по Дж. Сёрлю, первое предложение из отрывка относится к репрезентативам, тогда как второе – можно отнести в группу директивов, так как выражает в определённом смысле совет, в каком направлении должна осуществляться работа Верховного суда. Также, прослеживается семантическая стратегия имплицитной дискредитации по отношению к оппоненту Клинтон и даже Верховного суда, так как подразумевается, что последний не выполняет таковую функцию, которую подчёркивает говорящий. Помимо этого, данный отрывок представляется возможным отнести и к риторической стратегии привлечения внимания. Что касается речевых тактик, реализующих предложенные стратегии, их можно определить, как апеллирующие к высшим ценностям (благосостояние народа, а не отдельной группы людей, занимающих высокое положение в государстве), также, присутствует имплицитный упрёк.

«I would hope that the Senate would do its job... That’s the way the Constitution fundamentally should operate. The president nominates, and then the Senate advises and consents, or not, but they go forward with the process”.

Клинтон, продолжая говорить о работе Верховного Суда, вновь, как и в предыдущем примере, использует в своей речи модальный глагол “should” (“That’s the way the Constitution fundamentally should operate ” - «Именно таким образом Конституция, по своей сути, должна функционировать»), посредством которого политик указывает, как должно быть и как не должно, продолжая прививать своей аудитории чувство уверенности в её позиции не только по данному вопросу, но и в целом, как достойного кандидата на президентский пост. Иллокутивный акт – репрезентатив; риторическая стратегия привлечения внимания; речевая тактика апеллирует к разуму, выражает контроль над пониманием того, как должна работать Конституция; и наконец, оратор приводит пример, в каком порядке осуществляется такая работа.

Далее в дебатах последовала 10-ти минутная открытая дискуссия, где обсуждался вопрос о ношении оружия и ведущий Крис Уоллес обратился со следующими словами к Хиллари Клинтон:

“Secretary Clinton, you said last year, let me quote, “The Supreme Court is wrong on the Second Amendment.” And now… the court ruled that there is a constitutional right to bear arms, but a right that is reasonably limited… What’s wrong with that?”

В данном отрывке остановим внимание на цитировании слов Хиллари Клинтон, в которых подчёркивается её отношение, характеризующееся отрицательным характером, к внесённой в 1791 году поправке к Конституции США: “The Supreme Court is wrong on the Second Amendment” («Верховный Суд неправ в вопросе Второй поправки»). В последующем ответе политика нас привлекли такие слова:

“Well, first of all, I support the Second Amendment. I lived in Arkansas for 18 wonderful years … I understand and respect the tradition of gun ownership. It goes back to the founding of our country”.

Здесь мы сталкиваемся с абсолютной противоположностью и даже отрицанием произнесённых ранее собственных слов – что представляет собой психологическую защитную реакцию на выдвинутое своего рода «обвинение», а также, попытку удержать доверие избирателей. И далее оратор использует такой оценочный эпитет “wonderful” («прекрасный»), который заставляет слушателей проникнуться тёплым чувством, что, как следствие, приводит к расположению к автору такого послания. При помощи репрезентативов (одного из типов иллокутивных актов, согласно классификации Дж. Сёрля) “understand” и “respect” Клинтон продолжает попытки спасти своё положение перед всеми зрителями и слушателями (а в последствии, и читателями), доказывая преданность традициям и установкам, которые были заложены основателями – так как, как известно, такая позиция представляется авторитетной в глазах американского народа. Здесь прагматическая стратегия, выраженная в построении собственного имиджа, реализуется посредством тактик оправдания, эмоционально настраивающей и приведения примера.

Тем не менее, политик-демократ, подготовив, так скажем, «благоприятную почву», незамедлительно и, в то же время, не резко приступает к обозначению своей радикальной позиции по вопросу:

“But I also believe that there can be and must be reasonable regulation. Because I support the Second Amendment doesn’t mean that I want people who shouldn’t have guns to be able to threaten you, kill you or members of your family”.

«Но я, также, считаю, что может быть и должно быть разумное урегулирование вопроса. Несмотря на то, что я поддерживаю Вторую поправку к Конституции, это не значит, что я хочу, чтобы люди, которым не следует владеть оружием, имели возможность угрожать вам, убивать вас или членов вашей семьи».

Такая тактика припугивания через слова “people who… have guns to be able to threaten you, kill you or members of your family” позволяет передать подобные опасения в головы адресатов и этим способом получить оправдание своей позиции. Ещё более усиливает обозначенный эффект цифра погибших от оружия, которую Клинтон приводит в пример: “…we have 33,000 people a year who die from guns” – что подталкивает избирателей задуматься и посмотреть на поправку глазами оратора.

И, наконец, политик заключает:

“You mentioned the Heller decision. And what I was saying that you referenced, Chris, was that I disagreed with the way the court applied the Second Amendment in that case… So I see no conflict between saving people’s lives and defending the Second Amendment”.

Клинтон указывает на то, что её слова были неправильно интерпретированы, и поясняет, что она «не согласилась с тем, каким образом суд применил Вторую поправку по решению (упомянутого) дела». А её финальная фраза «Таким образом, я не вижу конфликта между спасением жизни людей и защитой Второй поправки» направлена, как уже отмечалось, на убедительное оправдание высказываемой позиции и утверждение подобных взглядов в мировоззрении аудитории – что с точки зрения прагматики понимается как перлокутивный эффект изречений оратора. Здесь проявляется диалоговая стратегия контроля над темой, где говорящий пытается добиться правильного понимания со стороны собеседника.

Следующая тема обсуждений – решение Верховного Суда США относительно законности абортов (Roe v. Wade).

Хиллари Клинтон: “Well, I strongly support Roe v. Wade, which guarantees a constitutional right to a woman to make the most intimate, most difficult, in many cases, decisions about her health care that one can imagine. And in this case, it’s not only about Roe v. Wade. It is about what’s happening right now in America”.

Применение таких эмоционально окрашенных слов в выражениях, как “I strongly support” («решительно поддерживаю»), “the most intimate, most difficult… decisions… that one can imagine” («самые интимные, самые сложные… решения… какие только можно представить»), наряду с ранее представленными примерами оказывают располагающее к говорящему воздействие и даже пробуждают сочувствие по отношению к обсуждаемому предмету. Не лишним будет подчеркнуть и гендерное отличие оратора, когда дело касается использования в речи слов, имеющих эмоциональную окраску, так как данная особенность присуща в большинстве случаев представительницам женского пола. Данный отрывок можно отнести к экспрессивному иллокутивному акту, так как выражает эмоциональное состояние автора таких слов в отношении затронутой темы. Что касается речевой стратегии: в данном примере выделяется прагматическая стратегия построения имиджа для кампании Roe v. Wade. Речевые тактики: оправдание существования организации, усиление значения (это вопрос не только организации, но и всей Америки) обсуждаемого вопроса.

“So many states are putting very stringent regulations on women that block them from exercising that choice…”

«Так много штатов вводят очень строгие правила в отношении женщин, которые не позволяют им осуществлять этот выбор…»

В данном примере выделяются две метафоры: “putting… regulations on women” – ориентационная метафора; согласно классификации Лакоффа и Джонсона, данная метафора относится к подтипу «на поверхности», так как имеет в своём составе предлог “on”, таким образом фраза воспринимается так, как будто на «женщин» накладываются оковы, они накрываются словно щитом, который не даёт им высвободиться и независимо существовать, и предпринимать необходимые конкретно для них действия, а не те, которые им диктуют те, кто находится сверху и диктует мораль, управляет их неприкосновенностью. Подобным эффектом обладает и следующее метафорическое словосочетание “regulations… that block them from exercising that choice”: одно из концептуальных представлений, которое может возникнуть в мышлении по отношению к глаголу “block” – возникновение препятствия, баррикад на пути к достижению какой-либо цели. Последняя метафора является онтологической и относится к такому её виду, как персонификация – таким образом, неодушевлённое существительное “regulations” («правила») наделяется характеристиками, присущими живому существу, правом на осуществление действий. Как следствие, перлокутивный эффект заключается в убеждении реципиентов предлагаемой информации в том, что те представители, которые выступают за закрытие программы, поддерживающей планирование семьи, не должны получать одобрение народа, так как первые стремятся ограничить свободы вторых. Иллокутивный акт – репрезентатив; семантическая стратегия – дискредитация; речевая тактика – упрёк.

“Donald has said he’s in favor of defunding Planned Parenthood. He even supported shutting the government down to defund Planned Parenthood. I will defend Planned Parenthood. I will defend Roe v. Wade, and I will defend women’s rights to make their own health care decisions”.

«Дональд сказал, что он выступает за прекращение финансирования организации Запланированного родительства. Он даже поддерживал прекращение работы правительства, чтобы лишить эту организацию денежных средств. Я буду защищать Запланированное родительство. Я буду защищать Roe v. Wade, и я буду защищать права женщин на принятие их личных решений относительно охраны здоровья».

В первых двух предложениях прослеживается тактика нападения: Клинтон пристыжает Трампа и подрывает доверие и симпатии избирателей в его отношении. Частица “even” («даже») оказывает эмоциональное усиление фразы. Также, здесь присутствует ориентационная метафора “shutting the government down”, характеризующаяся направленностью «вниз» и, соответственно, имеющая негативное значение. Тем временем, на фоне такого безвыигрышного характера положения оппонента, Клинтон продолжает укреплять своё основание: с помощью лексического троекратного повтора “I will defend”, резко противопоставляя свою позицию позиции Трампа, политик вселяет надежду в свою аудиторию и предстаёт перед ними в качестве защитника их же прав. Вместе с тем, последнее высказывание по Дж. Сёрлю является комиссивом – речевым актом, иллокутивная цель которого – обещание. Речевые стратегии в данном отрывке: семантическая – дискредитация оппонента, прагматическая – построение собственного имиджа посредством обещаний. Речевые тактики: упрёк, усиление и обещание.

Клинтон не оставляет тактику нападения и в следующей реплике:

“And, indeed, he said women should be punished, that there should be some form of punishment for women who obtain abortions. And I could just not be more opposed to that kind of thinking”.

Подобно работе детской психологии, когда ребёнок ябедничает перед взрослыми, как другой ребёнок сказал или сделал что-то нехорошее, чтобы выделиться на фоне того ребёнка и тем самым отграничить его как негативного персонажа, в то время как сам предстанет положительным. Так и взрослый человек зачастую использует данную тактику обозначения непривлекательных сторон соперника, дабы на его фоне выглядеть более выигрышно. В приведённом примере слов Клинтон касательно точки зрения Трампа по вопросу абортов, при помощи модального глагола “should” оратор представляет, какой исход событий диктуют убеждения автора такого суждения: “women should be punished… there should be some form of punishment” («женщин следует наказывать… следует ввести определённую форму наказания»). В этом читается следующее предположение: если вы (избиратели) изберёте себе президентом, то смотрите, какие несвободы вы себе приобретёте; вы не сможете принимать собственные решения, которые относятся к вашему личному здоровью, к вашей личной жизни; такие убеждения кандидата привнесут в вашу личную жизнь правила, которым вы не будете рады. «И я больше, чем против такого мышления» (“And I could just not be more opposed to that kind of thinking”) – этим заявлением Клинтон посылает сообщение адресатам о том, что она вновь на стороне народа, что личная свобода не должна быть абсолютно регулируема государственной властью. Помимо прагматического аспекта данных изречений, большую эмотивную окраску им придаёт причастие прошедшего времени “opposed”: говорящая не использует неяркое по эмоциональности слово “disagree”, но показывает, что она находится как бы на противоположной стороне по отношению к сопернику, и её взгляд на предмет такого деликатного вопроса, как принятие решение совершить аборт, полностью не соответствует взгляду оппонента. В классификации иллокутивных актов, первое предложение является репрезентативом, второе – экспрессивом. Стратегия – дискредитация оппонента и драматизация, а также, построение собственного имиджа (в последнем предложении). Речевые тактики: обвинение оппонента в его видении по решению вопроса легализации абортов, самопрезентация.

“The kinds of cases that fall at the end of pregnancy are often the most heartbreaking, painful decisions for families to make. I have met with women who toward the end of their pregnancy get the worst news one could get, that their health is in jeopardy if they continue to carry to term or that something terrible has happened or just been discovered about the pregnancy. I do not think the United States government should be stepping in and making those most personal of decisions”.

«Случаи, которые выпадают на конец беременности часто являются самыми душераздирающими, болезненными решениями, которые приходится принимать семьям. Я встречалась с женщинами, которые получали в последние периоды их беременности самые ужасные новости, какие только могут быть, что их здоровье под угрозой, если они продолжат вынашивать ребёнка, или что что-то ужасное случилось, или только что было обнаружено касательно беременности. Я не считаю, что правительству Соединённых Штатов следует вмешиваться и принимать такие самые личные из решений».

Представленные выше слова, как и в других примерах, анализируемых ранее, можно было наблюдать, взывают к сочувствию слушателей (так и читателей) и к их проникновенности по отношению к обсуждаемой ситуации. Такую роль исполняют эмоционально-оценочные слова - “the most heartbreaking, painful decisions”, “the worst news”, “health is in jeopardy” и “something terrible”, причём первые возведены в превосходную степень, что, в свою очередь, направлено на формирование ответного чувства у аудитории. Также, здесь обнаруживаются две ориентационные метафоры - “cases that fall at the end of pregnancy” и “government should be stepping in”. Глагол “fall” своим значением направлен «вниз» и, таким образом, подразумевает собой действие отрицательного характера, а это таким образом усиливает желаемый эффект, который оратор стремится произвести на реципиентов. Так же, как когда какой-то предмет падает на другой предмет и накрывает его, или разбивает его, или ударяет и отскакивает, - так и с неприятными случаями, которые как бы «падают» сверху на протекаемую беременность и накрывают «счастье» «болью», и эта «боль», неважно накрывает ли, разбивает, или ударяет и отскакивает, но оставляет тяжёлый отпечаток на душе того, кто переживает соприкосновение с ней. Такой приём, выраженный в использовании эмотивных слов, является манипулятивным и позволяет скрыто управлять чувствами аудитории. Фразовый глагол “step in”, который в данном контексте переводится в значении «вмешиваться», ввиду наличия предлога “in” направлен «внутрь» (при его рассмотрении в соответствии с классификацией Лакоффа и Джонсона). Иначе данное сочетание можно интерпретировать как «сделать шаг внутрь какого-то пространства», и применимо к предложению, которое произносила Клинтон, оно раскрывает следующий смысл: государство может ступить ногой в вашу семью, наступить на вашу авторитетность в решении интимных вопросов, но оно не должно так работать, как заявляет представитель демократов. Отметим на этом этапе анализа, что подобные образы, возникающие при рассмотрении тех или иных выражений, обусловлены выстроенной картиной мира и заложены на подсознательном уровне каждого человека, и таким образом при получении подобной информации нам не приходится анализировать на месте, так как наше мышление незаметно проводит такой анализ и решает поддаваться влиянию сообщения или же сопротивляться, взывая к холодному рассудку. Вдобавок ко всему сказанному, данный отрывок может быть определён как репрезентативный, согласно классификации иллокутивных речевых актов, а также, экспрессивный (последнее предложение отрывка). Речевые стратегии: риторическая – драматизация, прагматическая – построение имиджа и формирование эмоционального настроя. Тактики, применённые в речи: эмоционально настраивающая, апелляция к разуму, приведение примера.

“The government has no business in the decisions that women make with their families in accordance with their faith, with medical advice. And I will stand up for that right”.

«Правительство не имеет никакое отношение к решениям, которые принимают женщины со своими семьями в зависимости от своих верований, или же медицинского заключения. И я буду защищать это право».

Такие заключительные слова по вопросу разрешения абортов произнесла Хиллари Клинтон, в которых она провела чёткую границу между государством и личной жизнью его граждан, а конкретно, женщин: это было произведено с помощью абсолютного отрицания “has no business”, подчеркнув также культурные особенности, участвующие в принятии тех или иных решений, - “in accordance with their faith” и аспект состояния здоровья матери – “in accordance… with medical advice”. В финальной фразе-аффирмации “And I will stand up for that right” выделяется ориентационная метафора с направлением своего значения «вверх» - “stand up”, что, как уже отмечалось, создаёт положительные эмоции у реципиентов такого сообщения и располагает их в пользу говорящего. Второе предложение является примером комиссива (по классификации иллокутивных актов), тогда как первое - экспрессив.

Следующей темой был вопрос иммиграции. Первым с ответом выступил Дональд Трамп, а за ним слово было предоставлено Хиллари Клинтон. Она начала свою речь такими словами:

“Well, as he was talking, I was thinking about a young girl I met here in Las Vegas, Carla, who is very worried that her parents might be deported, because she was born in this country but they were not. They work hard, they do everything they can to give her a good life.

And you’re right. I don’t want to rip families apart. I don’t want to be sending parents away from children. I don’t want to see the deportation force that Donald has talked about in action in our country”.

Стратегическая цель представленного отрывка заключается в апелляции к высшим ценностям – целостность семьи, и к пробуждению сопереживания в сознании аудитории. Для реализации такой цели Клинтон приводит пример маленькой девочки, с которой она (Хиллари) встретилась в Лас-Вегасе, чьи родители будут подвержены депортации, если план Трампа по депортации нелегальных иммигрантов вступит в силу в случае его победы в президентских выборах. А это будет означать, что девочка останется в США, так как родилась в этой стране и является её гражданкой, и соответственно, будет жить без родителей. Такая история не может не затронуть чувства избирателей, а потому представляется вполне успешным приёмом в применяемой речевой стратегии. Также Хиллари говорит о чувствах, которые переживает эта девочка (“who is very worried”): усилительная частица “very” придаёт причастию прошедшего времени “worried” более глубокое значение, способствуя тактике апелляции к чувствам аудитории. Для того, чтобы показать, что не все нелегальные иммигранты так опасны, как их представил в своём ответе Дональд Трамп, Клинтон выделяет эту семью, говоря о том, как родители бросают все свои силы (это подчёркивается в преувеличенно-обобщённом существительном “everything”, и в выражении “work hard”) на обеспечение своей дочери хорошей жизни: “They work hard, they do everything they can to give her a good life”. Обратим внимание, также, на вступительные слова: “Well, as he was talking, I was thinking about…” – Клинтон показывает слушателям, что речь её оппонента важна, и она была внимательна к его выступлению. Это демонстрирует небезразличное отношение кандидата к тому, что говорит её собеседник, а значит и к голосу народа она способна внимать, дабы в последствии предоставить своё суждение по теме, суждение, подвергающееся ею самой анализу и обработке в соответствии с высказанной точкой зрения собеседника. Далее Хиллари Клинтон использует ориентационную метафору “rip apart”, где наречие “apart” находится в «периферийном» положении, если дословно перевести - «разорвать» семьи, разрушить и развести в разные стороны: “to rip families apart” («разделить семьи»). Такой же коннотацией наделено и выражение “to be sending parents away”. В утверждении своей позиции оратор пользуется лексическим повтором “I don’t want”, который усиливает эмоциональную составляющую её речи, выделяя её нежелание участвовать в такой политике, которая затрагивала бы институт семьи, принося в него боль, разрушая его. А упоминание своего оппонента “that Donald has talked about” посреди такого трогающего, эмоционально наполненного примера, имплицитно работает на дискредитацию Трампа.

“I think that is an idea that is not in keeping with who we are as a nation. I think it’s an idea that would rip our country apart...

… So I think we are both a nation of immigrants and we are nation of laws and that we can act accordingly. And that’s why I’m introducing comprehensive immigration reform within the first 100 days with the path to citizenship”.

(«Я считаю, эта идея не соответствует тому, кем мы являемся как нация. Я считаю, что такой план разорвёт нашу страну на части…

…Я считаю, что мы нация как иммигрантов, так и нация законов, и мы можем действовать соответственно. И именно поэтому я предлагаю комплексную иммиграционную реформу в течение первых 100 дней на пути к гражданству».)

Данный отрывок представляет собой репрезентативный речевой акт (первое предложение), который обладает перлокутивным эффектом апелляции к национальным ценностям: спикер убеждает, что даже иммигранты составляют национальную часть Америки и она равно важна, как и законные граждане страны. Также, во втором предложении – пример комиссива, где Клинтон вносит предложение по решению обсуждаемого вопроса. В представлении своего взгляда на проблему в речи Клинтон прослеживается лексический повтор “I think”. Однако в этом случае не представляется возможным отнести данный приём к значимой тактике, применяемой в целях достижения определённого результата влияния на аудиторию, так как в ней нет призыва к какому-либо действию или пробуждению определённых эмоций. Во второй части представленного выше отрывка выделяется тактика контроля над инициативой в плане предложения способа по решению проблемы незаконных иммигрантов. Также, Клинтон обобщает “we are” (“who we are as a nation”, “we are both a nation of immigrants and we are nation of laws”) – прагматическая стратегия формирования эмоционального настроя, так оратор внушает своей аудитории идею о том, что те люди, которые могут представлять некоторую проблему, в то же время являются неотъемлемой частью американского народа и так же заслуживают понимания и заботы об их жизни.

“Now, what I am also arguing is that bringing undocumented immigrants out from the shadows, putting them into the formal economy will be good, because then employers can’t exploit them and undercut Americans’ wages.”

(«Итак, я также настаиваю, что было бы хорошо вывести иммигрантов, не имеющих документов, из тени и определить их в официальную экономику, так как в таком случае работодатели не смогут их эксплуатировать и урезать зарплату американцев»)

Клинтон привлекает внимание аудитории к трудностям, с которыми сталкиваются незаконные иммигранты в Америке, используя различного рода метафоры. Так, в первом предложении в отрывке, представленном выше, выражение “bringing … out from the shadows” – онтологическая метафора, значение которой передаёт непривлекательное положение иммигрантов, которые как бы скрыты в тени, словно прячутся, или же им не оказывается равное внимание, как и к законным гражданам страны. Клинтон же высказывает идею о том, что иммигранты – такие же люди, как и все, и имеют право на честное отношение и обращение, и необходимо уравнять их положение в американском обществе. Ориентационная метафора “putting them into the formal economy”, имеющая направленность «внутрь», демонстрирует стремление оратора переместить иммигрантов с периферийной области, так скажем, внутрь (“into”) официального поля американской системы, чтобы более, как говорилось ранее, «они не оставались в тени». Для придания драматического оттенка тем действиям, которые совершаются над иммигрантами, оратор вводит глагол, обладающий отрицательной коннотацией, значение которого можно передать следующим образом: “exploit” – «использовать в своих интересах». Таким образом, создаётся впечатление, что иммигранты действительно не расцениваются работодателями наравне с американскими работниками, но ими пользуются как второсортной группой, к которой, вероятно, больше претензий, но, как утверждается в дальнейшем, зарплата выплачивается не равноценная их труду. Так, выражение “undercut … wages” представляет собой онтологическую метафору, которую можно проанализировать так: негативный эффект глагола “undercut” усиливается за счёт отрицательных значений двух отдельных частей данного слова. Предлог “under” имеет значение положения «внизу», «под (чем-то)», и так как по большей части, всё, что находится на нижнем уровне, воспринимается неблагоприятным, то представляется справедливым определить его в группу отрицательных значений. Глагол “cut”, в переводе – «резать», обозначает отделение части от целого, и так как такое действие равно не признаётся выгодным и привлекательным, следовательно, его можно наделить отрицательным оттенком. Представленная фраза в целом является риторической стратегией, реализующейся через тактику упрёка в сторону американских работодателей, обобщения (американского народа, а также группы иммигрантов, не разделяя их на «плохих» и «хороших») и скрытой апелляции к высшим ценностям – а именно человечности и равного положения в обществе.

“And Donald knows a lot about this. He used undocumented labor to build the Trump Tower. He underpaid undocumented workers, and when they complained, he basically said what a lot of employers do: “You complain, I’ll get you deported.””

Хиллари Клинтон, как представляется логичным предположить, отвечает на «нападение» Дональда Трампа с критикой в её сторону (подробный анализ примера см. в пункте Анализ речи Дональда Трампа в финальных дебатах 2016 года), в котором республиканец изобличает давнее желание Клинтон построить стену на границе США с Мексикой, тогда как теперь на дебатах она выступает против данной задумки. Кандидат-демократ дискредитирует своего оппонента посредством предоставления компрометирующей информации перед аудиторией о том, что Трамп использовал нелегальный труд иммигрантов при постройке Трамп-тауэра, и это в свою очередь направлено на создание негативного восприятия в сознании избирателей по отношению к оппоненту Клинтон. Для обозначения положения иммигрантов, которыми распоряжался Трамп, Клинтон применяет обобщающие выражения “undocumented labor” («незаконный труд»), “undocumented workers” («нелегальные рабочие»): здесь приставка “un” имеет значение нехватки чего-либо, отсутствия, и таким образом, отмечается негативным оттенком, что придаёт фразе сочувственное ощущение по отношению к людям, о которых ведётся дискуссия. С целью обличить своего оппонента, оратор ставит Трампа наравне со всеми остальными работодателями, несправедливо относящимися к иммигрантам в качестве работников, заявляя, что «он в основном говорил то, что и многие работодатели говорят» (“he basically said what a lot of employers do”). Последующая цитация фразы Трампа усиливает эффект предыдущих слов, так как в нём передаётся явная угроза: «Будешь жаловаться, я тебя депортирую» (“You complain, I’ll get you deported”). Итак, данный отрывок репрезентирует семантическую стратегию дискредитации, реализуемую через тактику упрёка и приведения примера действий оппонента.

“I want to get everybody out of the shadows, get the economy working, and not let employers like Donald exploit undocumented workers, which hurts them, but also hurts American workers.”

(«Я хочу вывести всех из тени, заставить экономику работать, и не позволить работодателям, таким как Дональд, эксплуатировать незаконных работников, так как от этого они страдают, а вместе с тем страдают и американские рабочие».)

Клинтон возвращается к ранее упомянутой метафоре о том, что иммигранты находятся в тени у американских граждан, развивая её (метафору) и перенаправляя в положительную сторону – “to get everybody out of the shadows”, где предлог “out” наделён значением «вне», «наружу» и по отношению к негативной в данном контексте коннотации слова “shadows” в словах Клинтон звучит как обещание, что люди смогут вырваться из той тени на свободу, словно, проведём параллель, из душного помещения, в котором они заперты, наружу, на свободу. Упоминая своего оппонента в упрёке действующей системы – “like Donald”, Клинтон подчёркивает непривлекательные действия Дональда Трампа, дабы в сознании избирателей представить его отрицательным героем. Данный отрывок может быть рассмотрен как комиссивный речевой акт, так как содержит элемент обещания, что в свою очередь является тактикой, реализующей стратегию построения имиджа.

“CLINTON: We will not have open borders. That is…

WALLACE: Well, let me – Secretary…

CLINTON: That is a rank mischaracterization.

WALLACE: Secretary Clinton…

CLINTON: We will have secure borders, but we’ll also have reform.”

Представленная часть диалога Клинтон с ведущим Уоллесом демонстрирует проявление стратегии контроля над темой (относится к диалоговой стратегии), выполняемую Клинтон. В своей речевой стратегии оратор применяет тактику оправдания в ответ на попытки её оппонента, Дональда Трампа, дискредитировать кандидата-демократа в вопросе возведения стены и укрепления границ США. Выражения “We will not have open borders” и “We will have secure borders, but we’ll also have reform” – пример комиссивов согласно классификации речевых актов, выражающих заверение (в первом случае) и обещание (второе предложение).

Далее по транскрипту находим следующее заявление, относящееся к теме вмешательства российских властей в политику США:

“And I think it’s time you take a stand…”

(«И я думаю, настало время оказать сопротивление…»)

Этот пример интересен с точки зрения использования в нём метафоры “take a stand”: онтологическая метафора, вид – метафора сущности; благодаря глаголу “take” который в сознании человека подразумевает, что возможно «взять» что-то руками, осязать, слово “stand” получает осмысление как что-то материальное. Стратегия – риторическая, драматизация; тактика – эмоционально настраивающая. Согласно классификации речевых актов, данный отрывок представляет собой декларацию.

“TRUMP: She has no idea whether it’s Russia, China, or anybody else.

CLINTON: I am not quoting myself… I am quoting 17… 17 intelligence – do you doubt 17 military and civilian…agencies.

TRUMP: Yeah, I doubt it. I doubt it.

CLINTON: Well, he’d rather believe Vladimir Putin than the military and civilian intelligence professionals who are sworn to protect us.”

(«ТРАМП: Она даже не знает, Россия это, Китай или кто-то ещё.

КЛИНТОН: Я не говорю от себя… Я цитирую слова 17… 17-ти разведслужб – вы не доверяете 17-ти военным и гражданским агентствам?

ТРАМП: Да, я в них не уверен. Я в них не уверен.

КЛИНТОН: Ну, он с радостью поверит Владимиру Путину, чем военным и гражданским профессионалам разведывательных служб, которые поклялись защищать нас.»)

В своё оправдание и защиту, Клинтон использует тактику усиления эмотивной составляющей своей речи в стратегии построения имиджа как своего, так и разведывательных агентств США: это прослеживается в словах “I am not quoting myself… I am quoting 17… 17 intelligence – do you doubt 17 military and civilian…agencies”. Дабы ответить на попытки Трампа дискредитировать Клинтон, демократический представитель бросает вызов в сторону республиканца, обвиняя его в предпочтительности в большей степени доверять словам российского президента, пренебрегая проделанной работой американских разведслужб: “he’d rather believe Vladimir Putin”. Утверждение “who are sworn to protect us”, содержащее глагол “swear”, характеризующийся ярко выраженной эмоциональной окраской, придаёт большую значимость органу государства, обеспечивающего защиту граждан. Предложения данного отрывка (речь Клинтон) являются репрезентативами, а также, имеется директивное высказывание “do you doubt 17 military and civilian…agencies”, побуждающее собеседника предоставить ответ. Здесь реализуется диалоговая стратегия контроля над темой посредством тактик оправдания, обвинения и усиления (выражено в обозначении обязанностей разведслужб).

**2.2. Анализ речи Дональда Трампа в финальных дебатах 2016 года**

“Well, first of all, it's great to be with you, and thank you, everybody. The Supreme Court: it’s what it’s all about. Our country is so, so -- it’s just so imperative that we have the right justices”.

Такая вступительные слова произнёс Дональд Трамп, когда ему предоставили возможность ответить на первый вопрос первого сегмента дебатов. Уже с самого начала выступления представителя республиканской партии отмечается некоторая неуверенность говорящего в себе, присутствует ощущение того, что выступающий в недостаточной мере владеет ситуацией. Такая черта выступления оратора может повлиять на мнение адресатов, имея как минимум два исхода: в первом случае, адресат, наблюдая шаткий характер речи кандидата, может усомниться в правильности его избрания, так как стране требуется лидер, которого венчает уверенность в понимании ситуации, затем уверенность в своих словах и принимаемых решениях; во втором случае, адресат может проникнуться такой ситуацией, увидев в кандидате в первую очередь «живого» человека, а не, так скажем, машину, которая выдаёт безоговорочные, условные ответы, и тогда проникнется симпатией именно к нему (кандидату). В представленном отрывке речи Трампа предлагаем обратить внимание на слова “The Supreme Court: it’s what it’s all about” («Верховный Суд: это и есть главная тема»): фраза “it’s what it’s all about” представляется здесь как элемент лишь заполняющий пустоту в речи, не несущий важной информации. Так и далее, встречается слово-паразит – “so, so --” – и небольшая пауза: всё это как раз и работает на создание впечатления, словно говорящий не имеет чёткого представления о том, что нужно говорить, и старается подбирать слова на ходу. Данный отрывок представляет собой экспрессивный (выражение эмоций, благодарности за присутствие) и репрезентативный речевой акт; речевая стратегия – формирование эмоционального настроя; тактика – эмоционально настраивающая.

“Something happened recently where Justice Ginsburg made some very, very inappropriate statements toward me and toward a tremendous number of people, many, many millions of people that I represent. And she was forced to apologize. And apologize she did”.

Здесь повтор слов имеет уже другую коннотацию, выполняя, в большей степени, роль усилителей эмоционального посыла последующих описательных слов: “very, very inappropriate statements” и “many, many millions of people”. Несмотря на это, передаваемая информация вводится словом “something” («что-то»): такое существительное придаёт фразе оттенок неточности, неоднозначности, словно её автор забыл, что конкретно произошло, а в ходе развития своей мысли вспомнил, или же не мог подобрать нужных слов для описания той ситуации, о которой собирается рассказать. Однако данная черта, которая, тем не менее, и в последствии будет прослеживаться, не полностью разрушает образ оратора как лидера в целом. При помощи стилистического приёма нарушения прямого порядка слов, иными словами говоря, инверсии “And apologize she did”, Трамп акцентирует внимание на том факте, что те, кто попытался, так скажем, неоправданно очернить его имя, не справились со своей задачей и были вынуждены (“forced”) принести свои извинения. Это так же является одной из тактик манипуляции мнением аудитории: говорящий таким образом информирует и предупреждает, что он не терпит несправедливость и стоит на стороне правосудия, и, следовательно, этого политик будет добиваться и для своей страны, для своего народа. Такой же силой обладает и предшествующее заявление “people that I represent” («люди, представителем которых я выступаю»): использование такой речевой тактики способствует укреплению образа оратора как обладающего лидерскими качествами. Касаемо классификации иллокутивных актов, данный пример – репрезентатив. Речевая стратегия – дискредитация (судьи), драматизация. Речевые тактики – обвинение, оправдание, приведение примера, усиление эмоциональной составляющей высказывания и лексический повтор.

“I believe if my opponent should win this race, which I truly don’t think will happen, we will have a Second Amendment which will be a very, very small replica of what it is right now”.

“…which I truly don’t think will happen” («в чём я сильно сомневаюсь») – смелое и довольно колкое заявление Трампа, которое безусловно является оскорбительным для оппозиционной стороны и, более того, данное сообщение программирует сознание аудитории, представляя собой феномен скрытой манипуляции: аудитории скрыто внушается, что кандидат, о котором идёт речь, не должен победить, что при его правлении положение в стране будет только хуже - это отражается в последующих словах – “a Second Amendment… will be a very, very small replica of what it is right now” – «Вторая поправка… будет очень сильно обесценена по сравнению с тем, чем она является на данный момент». Также, в данном отрывке снова встречается повторение “very, very” в качестве усиления эмоционального оттенка выражения мысли.

“…the justices that I'm going to appoint will be pro-life. They will have a conservative bent. They will be protecting the Second Amendment. They are great scholars in all cases, and they’re people of tremendous respect. They will interpret the Constitution the way the founders wanted it interpreted. And I believe that’s very, very important”.

Дональд Трамп, являясь представителем республиканской партии США, придерживается идеологии консерватизма, отсюда и его стремление сохранить действие Второй поправки и Конституции в той форме, в которой это установили создатели. Это подчёркивается в словах: “the justices… will have a conservative bent” («судьи будут придерживаться консервативных взглядов») и “They will interpret the Constitution the way the founders wanted it interpreted ” («Они будут интерпретировать Конституцию таким образом, как хотели этого основатели»). Здесь применяются следующие речевые тактики: обещание, самопрезентация, апелляция к высшим ценностям (предпоследнее предложение: акцент на тех ценностях и установках, которые были заложены отцами-основателями).

“It’s all about the Constitution of -- of -- and so important, the Constitution the way it was meant to be”.

В продолжении своего ответа Трамп делает заминку, словно, как уже отмечалось, теряет звено в цепочке своей мысли (“of -- of --”), а затем вновь повторяет, упрочивая ранее высказанное утверждение, - “the Constitution the way it was meant to be” («такая Конституция, какой она задумывалась»). В данном примере прослеживается семантическая стратегия подчинения, которая передаётся через выражение “it was meant to be”.

На данном этапе анализа представляется возможным резюмировать следующее: речь политика-республиканца обусловлена простотой, применяются несложные грамматические обороты, в ней усматривается некая непрофессиональность. При сравнении выступлений Дональда Трампа и Хиллари Клинтон, отмечается, что на фоне своего оппонента (см. анализ речи Хиллари Клинтон) политик-демократ выглядит более подготовленной и готовой к любым, даже неожиданным, вопросам, и своими ответами, которые можно охарактеризовать как чёткие и ясные, внушает адресату чувство уверенности в таком кандидате, претендующем на пост личности, управляющей страной – на пост президента.

“We are going to appoint justices -- this is the best way to help the Second Amendment. We are going to appoint justices that will feel very strongly about the Second Amendment, that will not do damage to the Second Amendment”.

В данном примере единственно подчеркнём характерную черту, присущую речи Дональда Трампа: политик, начав передачу какого-либо сообщения, зачастую, добавляет свои комментарии, прерывая это сообщение (“We are going to appoint justices -- this is the best way to help the Second Amendment” – «Мы назначим судей -- и это лучший способ поспособствовать Второй поправке»). Такая особенность речевого поведения обусловлена желанием человека высказать своё мнение, оказаться услышанным, и конечно же, в нашем случае – выделить важность произносимой мысли. В сторону адресата это работает следующим образом: мысль, подкреплённая комментарием, таким образом прочнее внедряется в сознание реципиента и убеждает его в её адекватности и верности.

“Wallace: Mr. Trump, you’re pro-life. But I want to ask you specifically: Do you want the court, including the justices that you will name, to overturn Roe v. Wade, which includes – in fact, states – a woman’s right to abortion?

Trump: Well, if that would happen, because I am pro-life, and I will be appointing pro-life judges, I would think that that will go back to the individual states.

Wallace: But I’m asking you specifically. Would you like to…

Trump: If they overturned it, it will go back to the states.

Wallace: But what I’m asking you, sir, is, do you want to see the court overturn – you just said you want to see the court protect the Second Amendment. Do you want to see the court overturn Roe v. Wade?

Trump: Well, if we put another two or perhaps three justices on, that’s really what’s going to be – that will happen. And that’ll happen automatically, in my opinion, because I am putting pro-life justices on the court. I will say this: It will go back to the states, and the states will then make a determination”.

Трамп уклоняется от прямого ответа, так как, можно предположить, понимает, что тема довольно щепетильная, и большинству избирателей, с большей вероятностью, могут не понравиться его слова. Вдобавок к этому, его соперница в дебатах, и гонке за власть в целом, имеет иную точку зрения по данному вопросу, с которой американский народ будет более чем согласен. А это значит, что, высказав свою позицию, республиканец предоставит возможность демократическому представителю осудить его (Трампа) слова и утвердить свою правоту. Тем не менее, отвечающему ничто не препятствует, также, и попытаться убедить свою аудиторию в том, что его взгляд на проблему вполне оправдан. Для такой цели оратор в своей речи использует прилагательное “pro-life”, что дословно можно перевести «за жизнь», или иными словами, «против абортов». Таким образом адресант заставляет принимающих эту информацию остановить внимание на вопросе жизни в данной проблеме, проникнуться и осознать причинность такой позиции, которую он (адресант) отстаивает. В этом примере, равным образом, как и в других перечисленных до этого момента примерах, усматривается перлокутивный эффект, внедрённый в произносимые Трампом фразы, и скрытое управление сознанием реципиентов, закладывание установок, необходимых выступающему.

Следующая тема обсуждений – иммиграционный вопрос. Первое слово было предоставлено Дональду Трампу, где он выразил следующие мысли:

“Well, first of all, she wants to give amnesty, which is a disaster and very unfair to all of the people that are waiting on line for many, many years. We need strong borders”.

Говорящий применяет тактику нападения, упрекая своего оппонента в решении, которое она (Клинтон) намеревается предпринять, как только займёт пост президента. Он использует такое эмоционально-окрашенное существительное, как “disaster” - «катастрофа», подчёркивая тем самым, что её действия принесут вред стране, а также, слова “very unfair to all of the people…” – «очень нечестно по отношению ко всем людям…», которые, к тому же, можно сказать, взывают к чувствам аудитории, представляя перед ними всю несправедливость ситуации. Лексический повтор “many, many years” – усиление эмоционального качества высказывания – также способствует применяемой ролевой тактики обвинителя. Всё это в совокупности дискредитирует оппонента, представляющего демократическую партию, – Хиллари Клинтон. Декларация “We need strong borders” («Нам нужны укреплённые границы») заставляет адресатов-избирателей поверить в правильность суждения выступающего, и, в свою очередь, помогает ему (выступающему) подготовить благоприятную почву для последующих слов, которые уже будут восприниматься аудиторией в том ключе, в котором это видится оратору. Иными словами, здесь наблюдается воплощение стратегии подчинения.

“In the audience tonight, we have four mothers of – I mean, these are unbelievable people that I’ve gotten to know over a period of years whose children have been killed, brutally killed by people that came into the country illegally”.

«В нашей аудитории сегодня находятся четыре матери – я хочу сказать, это невероятные люди, с которыми мне представилось общаться в течение нескольких лет, чьи дети были убиты, жестоко убиты людьми, которые пришли в нашу страну нелегально».

Трамп продолжает апеллировать к чувствам аудитории, давит на жалость, приводя печальный пример матерей, с которыми он знаком. В этом ему помогает прилагательное “unbelievable”, с помощью которого он выделяет особенность этих матерей, закладывая в это слово значение стойкости, храбрости, несокрушимости. В этом прослеживается своего рода самопрезентация: таким образом Трамп показывает, что он близок к народу, он не безразличен к судьбам людей Америки. Вновь применяется лексический повтор: “killed, brutally killed”; происходит усиление эмоциональной составляющей глагола “killed” с помощью оценочного прилагательного “brutally”.

“Drugs are pouring in through the border. We have no country if we have no border”.

Глагольное выражение “pouring in” является ориентационной метафорой направления «внутрь», таким речевым приёмом оратор показывает, как проблема (drugs – наркотики), дословно, «вливаются» в страну, подчёркивая её масштабность (проблемы). Тем самым говорящий применяет прагматическую стратегию формирования эмоционального настроя при помощи тактики апелляции к разуму. Само предложение, содержащее анализируемое глагольное выражение, представляет собой речевой акт – репрезентатив. За ним следует декларация “We have no country if we have no border” («У нас нет страны, если у нас нет границы»), где лексический повтор «we have no… we have no…” – импликация тактики запугивания, реализация риторической стратегии драматизации.

“Hillary wants to give amnesty. She wants to have open borders. The border – as you know, the Border Patrol agents, 16,500-plus ICE last week, endorsed me. First time they’ve ever endorsed a candidate. It means their job is tougher. But they know what’s going on. They know it better than anybody. They want strong borders. They feel we have to have strong borders”.

Трамп обращается к прагматической стратегии построения имиджа, пользуясь тактикой самопрезентации, или другими словами, можно сказать, самовосхваления посредством следующих слов: “the Border Patrol agents… endorsed me. First time the’ve ever endorsed a candidate” («сотрудники пограничного патрулирования… поддержали меня. Впервые они поддержали кандидата»). Таким образом Трамп пытается показать своей публике, что у его мнения уже есть поддержка со стороны людей, участвующих в обеспечении безопасности границ США. Дабы подготовиться к реализации вышепредставленной тактики, оратор применяет другую тактику – скрытый упрёк в сторону своего оппонента, Хиллари Клинтон: “Hillary wants to give amnesty. She wants to have open borders” («Хиллари хочет предоставить амнистию. Она хочет сделать границы открытыми»), при этом, здесь просматривается семантическая стратегия дискредитации. Стоит отметить, какой глагол использует говорящий, передающий намерения своего оппонента – “wants”, этот глагол не имеет отношения к высокому стилю политической темы, а стилистически-нейтральный; тем самым автор слов стоит в ответе за выражение желаний оппонента. И наконец, в целях укрепления своей позиции, Трамп использует усиление, продолжая говорить о его поддержке от лица пограничной службы: “They know it better than anybody. They want strong borders. They feel we have to have strong borders” («Они знают это лучше, чем кто-либо другой. Они хотят укреплённые границы. Они осознают, что нам необходимо иметь укреплённые границы»). Здесь градация глаголов “know” – “want” – “feel” апеллирует к обоснованию выдвигаемой идеи в сознании аудитории, с помощью обозначения ментальной осознанности по проблеме, аспекта сферы волеизъявлений и ощущений. Всё это способствует утверждению мысли у реципиентов такой информации о том, что пограничная служба абсолютно доверяет позиции кандидата по данному вопросу. В дополнение к прочему использование глагола “have to” выражает тот факт, что страна буквально «вынуждена» укрепить свои границы, что в свою очередь увеличивает значимость мнения Трампа. Снова отметим, что таким образом осуществляется стратегия построения имиджа говорящего, а тактики, которые в ней выявляются – обобщение (“they”), приведение примера (поддержка со стороны пограничников) и, как следствие, самопрезентация («..они поддержали меня», «..это произошло впервые» - а значит, моя позиция верная и заслуживает поддержки избирателей). В своём ответе по вопросу о южной границе США Трамп трижды повторяет идею “We have to have strong borders”, “We need strong borders”, такие повторные декларации усиливают восприятие данной проблемы именно в таком ключе, в каком представляет её говорящий; так работает риторическая стратегия привлечения внимания с применением тактики контроля над темой и пониманием. Трамп, также, использует обобщающее местоимение “we”, которое при принятии реципиентами такой информации действует в качестве убеждения в том, что “мы все в этом нуждаемся», «нам всем это нужно и без этого нашей жизни угрожает опасность», что это нужно не одному оратору, а всему народу. Таким образом, можно сказать, кандидат хочет и планирует отгородиться от того «зла» за границей своего государства, и как далее заявляет: “I want to build the wall. We need the wall” («Я хочу построить стену. Нам нужна стена»).

“I was up in New Hampshire the other day. The biggest complaint they have – it’s with all of the problems going on in the world, many of the problems caused by Hillary Clinton and by Barack Obama”.

В представленном отрывке ярко выражена тактика нападения на оппонента и его действия, семантическая стратегия дискредитации – “problems caused by Hillary Clinton” («проблемы, созданные Хиллари Клинтон») – усиленная прилагательным в превосходной степени “the biggest complaint” («самая большая жалоба»). Такое заявление Трампа делает акцент на том факте, что народ проявляет недовольства по отношению к политике, которую ведёт его оппонент.

“The NAFTA deal signed by her husband is one of the worst deals ever made of any kind, signed by anybody. It’s a disaster.”

Здесь Трамп выбирает тактику нападения на своего оппонента, выраженную в обвинении мужа Хиллари Клинтон; оратор предпринимает попытки выставить не в самом лучшем свете своего соперника в предвыборной схватке. При помощи превосходной степени прилагательного “the worst” и наречия “ever” в выражении “one of the worst deals ever made”, а также, существительного “disaster”, наделённого негативной эмоциональной окраской, говорящий придаёт большую степень отрицательному восприятию у аудитории избирателей по отношению к кандидату демократической партии. А слова “of any kind”, “by anybody” направлены на усиление эффекта изложенного приёма.

“Hillary Clinton wanted the wall. Hillary Clinton fought for the wall in 2006 or thereabouts. Now, she never gets anything done, so naturally the wall wasn’t built. But Hillary Clinton wanted the wall.”

Трамп занимает наступательную позицию, выявляя перед аудиторией тот факт, что Хиллари Клинтон, кандидат, который сейчас выступает против возведения стены, несколько лет назад выступала с абсолютно противоположными убеждениями. Используя градацию значений глаголов “wanted” («хотела») – “fought for” («сражалась за»), говорящий делает акцент на этой мысли – здесь реализация риторической стратегии привлечения внимания к прошлым замыслам оппонента; также, прослеживается тактика усиления и скрытого упрёка. Для утверждения своего аргумента в сознании аудитории, оратор дважды повторяет фразу “Hillary Clinton wanted the wall” («Хиллари Клинтон хотела, чтобы была стена»). С целью усилить эффект дискредитации оппонента, Трамп бросает упрёк в сторону Клинтон фразой “she never gets anything done” («она никогда ничего не делает»): семантическая стратегия дискредитации, тактика упрёка.

“Very unfair that somebody runs across the border, becomes a citizen, under her plan, you have open borders. You would have a disaster on trade, and you will have a disaster with your open borders.”

Для продолжения линии упрёка в адрес Клинтон, Трамп вносит предупредительные фразы о том, что в случае победы его соперницы в предвыборной гонке, страна потерпит неустройства, а точнее, он использует глагол, наделённый высокой степенью негативного значения, слово “disaster” – «катастрофа», «провал». Отметим присутствие ориентационной метафоры “under her plan” («в соответствии с её планом»), за счёт предлога “under” выражение направлено «вниз», и относится к категории подчинения контролю. Также, в этом отрывке просматривается стратегия драматизации и исполняющая её тактика запугивания; отрывок является репрезентативным речевым актом, реализующим прогноз на будущее положение дел в стране.

Во время обсуждения вопроса по укреплению границы и возведению стены, между Дональдом Трампом и Хиллари Клинтон произошёл некоторый конфликт в связи с вопросом обвинения России в шпионаже и вмешательстве в политику США:

“CLINTON: Well, that's because he'd rather have a puppet as president of the United States.

TRUMP: No puppet. No puppet.

CLINTON: And it's pretty clear...

TRUMP: You're the puppet!

CLINTON: It's pretty clear you won't admit...

TRUMP: No, you're the puppet.”

В ответ на нападение со стороны Клинтон Трамп сначала машинально произносит отрицательные реплики сиюминутного оправдания, используя дважды повтор слов “No puppet” («Никакой марионетки»), а затем переходит в наступательную позицию для собственной защиты, посылая обратные обвинения в сторону оппонента с восклицанием: “You're the puppet!” и “No, you're the puppet.” Здесь защищающимся (Трампом) применяется диалоговая стратегия, которую можно определить в группу контроля над инициативой, реализуемая посредством тактики оправдания, повтора (с целью обращения обвинений оппонента на неё саму (на Клинтон)) и обвинения.

“She doesn’t like Putin because Putin has outsmarted her at every step of the way… Putin outsmarted her in Syria… He’s outsmarted her every step of the way.”

В представленном отрывке прослеживается имплицитная тактика оскорбления в целях дискредитации оппонента (Хиллари Клинтон). Для большего эффекта разоблачения своего соперника в речи Трампа применяется лексический повтор, а точнее, два раза – эпифора “outsmarted her at every step of the way” («перехитрил её на каждом шагу») и конкретно глагол “outsmarted” («обошёл, обхитрил»). В последнем случае приставка “out” по отношению к ориентации в пространстве своим значением выходит из чего-то, на периферию, таким образом, как бы выбивая того, над которым совершается такое действие, из колеи. Более того, рассматриваемый глагол подразумевает превосходство над соперником Трампа, что направлено на непривлекательное восприятие публикой кандидата, выступающего от лица демократической партии.

**Выводы по главе 2**

В исследовании когнитивно-прагматических особенностей предвыборного дискурса США мы руководствовались классификацией теории речевых актов Дж. Сёрля, классификацией концептуальных метафор Дж. Лакоффа и М. Джонсона, а также, классификацией речевых стратегий и тактик, предложенной О.С. Иссерс.

Материалом для анализа послужили финальные предвыборные дебаты в США в 2016 году, участниками которых были Дональд Трамп и Хиллари Клинтон. По мере проведения анализа выяснялись следующие моменты: кандидаты нередко уходят от прямого ответа и стараются перевести тему разговора, делая мягкие переходы; Трамп часто перебивает своего оппонента и ведущего, делает это чаще, чем Клинтон; Клинтон, в свою очередь, старается быть более сдержанной, тактичной и уважительной по отношению к говорящему; оба оппонента используют в качестве защиты речевую тактику нападения с уличениями и обвинениями в адрес друг друга, и как правило стараются найти оправдание обвинениям, высказанным в их сторону.

В ходе анализа речи Хиллари Клинтон, в выбранных отрывках было выявлено:

1) согласно классификации иллокутивных актов Дж. Сёрля: 16 репрезентативов, 2 директива, 7 комиссивов, 5 экспрессивов, 1 декларация.

2) по классификации речевых стратегий и тактик О.С. Иссерс: 8 примеров прагматических стратегий, направленных на построение имиджа; 4 прагматических стратегии формирования эмоционального настроя; 8 семантических стратегий дискредитации оппонента и действующих организаций; 4 диалоговые стратегии контроля над темой; 1 диалоговая стратегия контроля над инициативой; 5 риторических стратегий привлечения внимания и 7 риторических стратегий драматизации. Тактики, участвующие в реализации перечисленных стратегий: 2 примера обвинения; 5 примеров оправданий; 1 запугивание; 8 эмоционально настраивающих тактик; 5 примеров апелляции к разуму; 6 упрёков; 2 обобщения; 4 примера, относящихся к контролю над темой, инициативой и пониманием; 6 приведений примеров; 3 тактики апелляции к высшим ценностям; 5 усилений значения сообщения и его эмоциональной составляющей; 4 повтора; 6 обещаний; 2 самопрезентации.

3) Клинтон применила в своём выступлении 9 ориентационных и 4 онтологические метафоры.

Таким образом, анализ речи Хиллари Клинтон в дебатах показал, что данная представительница демократической партии, как не раз отмечалось в нашей работе, чаще всего акцентировала внимание на значительной важности для неё благополучия народа, во главе которого ей предстояло бы стоять. В речи Клинтон преобладали выражения, направленные на эмоциональный настрой публики, склоняющий к хорошему расположению в пользу говорящего, и построение своего имиджа. Оратор проявляла сдержанность в репликах в сторону своего оппонента и старалась предоставить конструктивную критику, и чётко обозначить свой взгляд на решение тех или иных вопросов в стране.

В речи Дональда Трампа, в представленных примерах было обнаружено:

1) согласно классификации иллокутивных актов Дж. Сёрля: 13 репрезентативов, 1 директив, 6 комиссивов, 4 экспрессива, 1 декларация.

2) по классификации речевых стратегий и тактик О.С. Иссерс: 4 примера прагматических стратегий, направленных на построение имиджа; 3 прагматических стратегии формирования эмоционального настроя; 8 семантических стратегий дискредитации оппонента и действующих организаций; 2 семантические стратегии подчинения; 1 диалоговая стратегия контроля над темой; 2 диалоговые стратегии контроля над инициативой; 4 риторических стратегии привлечения внимания и 5 риторических стратегий драматизации. Тактики, участвующие в реализации перечисленных стратегий: 4 примера обвинения; 4 примера оправданий; 3 запугивания; 3 эмоционально настраивающие тактики; 1 пример апелляции к разуму; 2 оскорбления оппонента; 3 упрёка; 1 обобщение; 2 примера, относящихся к контролю над темой, инициативой и пониманием; 4 приведения примеров; 2 тактики апелляции к высшим ценностям; 10 усилений значения сообщения и его эмоциональной составляющей; 8 повторов; 6 обещаний; 2 самопрезентации.

3) также, была обнаружена одна ориентационная метафора.

В отличие от Клинтон, Дональд Трамп, по большей части, проявлял большую эмоциональность в дебатах, зачастую направляя высказывания в сторону оппонента с целью её (Клинтон) дискредитации, дабы представить себя перед избирателями лучшим кандидатом на пост президента США. Также, в ходе анализа отмечалась непоследовательность выражения мысли говорящего, Трамп не заканчивал мысль, обрывая её переходом к личным комментариям по теме дискуссии.

Как было указано в предисловии к Главе 2, аудитория прошедших дебатов отдавала предпочтение Хиллари Клинтон, что позволяет прийти к заключению о том, что построение речи данного кандидата сыграло немаловажную роль в борьбе за превосходство над оппонентом. Однако, как известно, в предвыборной кампании 2016 года в США, в итоге, победу одержал Дональд Трамп, а это говорит о том, что речь – не единственно верный и действенный инструмент для одержания победы в борьбе за власть.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данное диссертационное исследование посвящено проблеме анализа когнитивно-прагматических особенностей американского предвыборного дискурса. В результате исследования предвыборного дискурса были выделены его сущностные характеристики, функции и цели.

В первой главе диссертационного исследования были изучены труды таких учёных как А. Греймас, П. Серио, Дж. Лакофф и С. Джонсон, Дж. Остин, Дж. Сёрль, Н.Д. Арутюнова, Е.И. Шейгал, В.Л. Бенуа и многих других. Мы рассмотрели такие понятия, как дискурс, политический дискурс и выделили в нём предвыборный дискурс. Далее была представлена теоретическая основа исследования по вопросу когнитивной лингвистики и прагмалингвистики, их особенностей и инструментов реализации таковых в дискурсе.

Вторая глава данной работы посвящена анализу речи Дональда Трампа и Хиллари Клинтон в финальных предвыборных дебатах 2016 года в США. В ходе анализа были выявлены следующие особенности:

Речь Хиллари Клинтон обусловлена применением большего количества лексических и стилистических средств (были обнаружены 9 ориентационных метафор и 4 онтологические метафоры – согласно классификации концептуальных метафор Дж. Лакоффа и С. Джонсона); речевые стратегии зачастую были направлены на построение собственного имиджа, а также скрытой, неявно выраженной дискредитации оппонента; преобладающая речевая тактика – эмоционально настраивающая, что показывает стремление оратора оказать влияние на эмоциональную сторону своей аудитории. Что касается теории речевых актов, речь данного представителя по большей части была представлена репрезентативами, второе место по количеству использования заняли комиссивы (обещания и заверения).

Дональд Трамп, в отличие от своего оппонента в дебатах, не отличался чётко построенной речью, нередко обрывал фразы, вставляя новые комментарии. Речевые стратегии Трампа чаще были направлены на дискредитацию оппонента, драматизацию описания произошедших и предположительных будущих ситуаций, и посредством этого – построение собственного имиджа. С более конкретными данными исследования можно ознакомиться в разделе Приложения, где приведены сводные таблицы по классификации иллокутивных актов Дж. Сёрля, речевых стратегий и тактик О.С. Иссерс, а также, концептуальных метафор Дж. Лакоффа и С. Джонсона.

Проведённое исследование может быть использовано в качестве иллюстрации применения речевых стратегий и тактик представителями политических партий, оказывающих влияние на сознание избирателей, и формирующих у них определённой картины мира и политической ситуации в стране.

**Список использованной (научной) литературы**

1. Benoit W. L. Seeing spots: A functional analysis of presidential television advertisements from 1952-1996. New York: Praeger, 1999.
2. Fauconnier G. Methods and generalizations // Th. Janssen, G. Redeker (eds). Cognitive Linguistics: Foundations, Scope, and Methodology. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 1999.
3. Greimas, A. Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage / A. Greimas, J. Courtes. – Paris : Hachette, 1979. – 389 p.
4. Grimm J. Deutsches Wörterbuch. – Leipzig, 1854. – Bd.1.
5. John R. Searle. A classification of illocutionary acts. – «Language in Society», 1976, №5, /Cambridge University Press, London, 1976. - p. 1-23.
6. Kellermann, K. (1992). Communication: Inherently strategic and primarily automatic. Communication Monographs, 59, 288-300.
7. Miller G.A., Johnson-Laird M. Language and perception. Cambridge (Mass.): Harvard University Press; L.: Cambr. University Press, 1974.
8. Teun Van Dijk. Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage, 1998.
9. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 136-137.
10. Бажалкина Н.С. К проблеме различных подходов к пониманию дискурса в современном языкознании. URL: https://vestnik.kemsu.ru/jour/article/viewFile/1880/1884 (дата обращения 07.12.2020)
11. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров// Эстетика словесного творчества/ Сост. С. Г. Бочаров; Текст подгот. Г.С. Бернштейн и Л.В. Дерюгина; Примеч. С.С. Аверинцева и С. Г. Бочарова. — М.: Искусство, 1979. — 424 с. — (Из истории сов. эстетики и теории искусства)
12. Бенвенист, Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – 3-е изд. – М. : Эдиториал УРСС, 2009. – 448 с.
13. Бенуа В.Л. Функциональная теория дискурса политической кампании // Будаев Э.В., Чудинов А.П. Современная политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2006. С. 92-119.
14. Бочарникова Е.А. О соотношении понятий «текст» и «дискурс» в лингвистике // Филологические науки. Вопросы теории и практики, 2010. URL: https://www.gramota.net/articles/issn\_1997-2911\_2010\_1-1\_11.pdf (дата обращения: 09.12.2020)
15. Брандес, М.П. Стилистика немецкого языка/ М.П. Брандес. – М.: Высш. Школа, 1990.
16. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика. – Волгоград: Перемена, 1997.
17. Гаджиев К.С. Политология. – М.: Высшее образование, 2009. 363 с.
18. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация/ Т.А. ван Дейк. – М., 1989.
19. Демьянков В. З., Кубрякова Е. С. Когнитивная лингвистика // Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. – М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В.Ломоносова, 1996. – КСКТ, с.53–55.
20. Звегинцев, В. А. О цельнооформленности единиц текста / В.А. Звегинцев // Известия АН СССР. Сер. литературы и языка. – 1980. – Т. 39. – № 1. – С. 13–21.
21. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
22. Кобозева, И. Интенциональный и когнитивный аспекты смыслового высказывания: дис. … д-ра филол. наук. М., 2003. – С. 112.
23. Кубрякова Е.С., Александрова О.В. Виды пространства, текста и дискурса // Категоризация мира: пространство и время: материалы научной конференции. М.: Диалог-МГУ, 1997. С. 19-20.
24. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. М., 2004.
25. Левшина Н.Г. Косвенные речевые тактики в предвыборном дискурсе: на материале выборов Главы Администрации Псковской области: автореф. дис. … канд. филол. наук. – СПб, 2005. URL: https://www.dissercat.com/content/kosvennye-rechevye-taktiki-v-predvybornom-diskurse-na-materiale-vyborov-glavy-administratsii (дата обращения: 29.01.2021)
26. Макаров М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе /Макаров М.Л. – Тверь: Изд-во Тверского ун-та, 1998. – 200 с.
27. Михалева, О.Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: автореф. дис... канд. филол. наук / О.Л. Михалева. – Кемерово, 2004.
28. Моррис, Ч. Основания теории знаков// Семиотика. М., 1983. – С. 63.
29. Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. Сборник. Пер. с англ./Сост. и вступ. ст. И. М. Кобозевой и В. 3. Демьянкова. Общ. ред. Б. Ю. Городецкого. — М.: Прогресс, 1986.— 424с.
30. Попов А. Ю. Формы экономических текстов и дискурсов // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: сборник научных статей. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. С. 130-137.
31. Ричардс А. А. Философия риторики // Теория метафоры / Вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; Общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журинской. М., 1990.
32. Седов, К.Ф. Дискурс и личность. Эволюция коммуникативной личности/ К.Ф. Седов. – М.: Лабиринт, 2004.
33. Серио П. Как читают тексты во Франции/ Серио П.// Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. – М., 1999. – С. 26-27.
34. Федосеев, А.А. Метафора как средство манипулирования сознанием в предвыборном агитационном дискурсе: автореф. дис... канд. филол. наук / А.А. Федосеев. – Челябинск, 2004.
35. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. 2-е изд-е, испр. М.: Флинта; Наука, 2007. 256 с.
36. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса: монография / Е. И. Шейгал. – М.; Волгоград: Перемена, 2000.
37. Шейгал, Е.И. Культурные концепты политического дискурса/ Е.И. Шейгал // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах: материалы Междунар. науч.-практ. конф. «Коммуникация-2002». – Пятигорск: Изд-во ПГЛпглУ, 2002.

**Список источников материала исследования**

1. The final Trump-Clinton debate transcript, annotated. The Washington Post. URL: https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/10/19/the-final-trump-clinton-debate-transcript-annotated/ (дата обращения: 11.03.2020)

ПРИЛОЖЕНИЯ

Классификация иллокутивных актов по Дж. Сёрлю (ответы Хиллари Клинтон):

|  |  |
| --- | --- |
| Репрезентативы | 1111111111111111 |
| Директивы | 11 |
| Комиссивы | 1111111 |
| Экспрессивы | 11111 |
| Декларации | 1 |

Классификация иллокутивных актов по Дж. Сёрлю (ответы Дональда Трампа):

|  |  |
| --- | --- |
| Репрезентативы | 1111111111111 |
| Директивы | 1 |
| Комиссивы | 111111 |
| Экспрессивы | 1111 |
| Декларации | 1 |

Речевые стратегии и тактики по О.С. Иссерс (ответы Хиллари Клинтон):

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Прагматические стратегии | | Семантические стратегии | | Диалоговые стратегии | | Риторические стратегии | |
| Построение имиджа | Формирование эмоционального настроя | Дискредитация | Подчинение | Контроль над темой | Контроль над инициативой | Привлечение внимания | Драматизация |
| 11111111 | 1111 | 11111111 |  | 1111 | 1 | 11111 | 1111111 |

|  |  |
| --- | --- |
| Тактики | |
| Обвинение | 11 |
| Оправдание | 11111 |
| Запугивание | 1 |
| Эмоционально настраивающая | 11111111 |
| Апелляция к разуму | 11111 |
| Оскорбление |  |
| Упрёк | 111111 |
| Обобщение | 11 |
| Контроль над темой, инициативой и пониманием | 1111 |
| Приведение примера | 111111 |
| Апелляция к высшим ценностям | 111 |
| Усиление | 11111 |
| Повтор | 1111 |
| Обещание | 111111 |
| Самопрезентация | 11 |

Речевые стратегии и тактики по О.С. Иссерс (ответы Дональда Трампа)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Прагматические стратегии | | Семантические стратегии | | Диалоговые стратегии | | Риторические стратегии | |
| Построение имиджа | Формирование эмоционального настроя | Дискредитация | Подчинение | Контроль над темой | Контроль над инициативой | Привлечение внимания | Драматизация |
| 1111 | 111 | 11111111 | 111 | 1 | 11 | 1111 | 11111 |

|  |  |
| --- | --- |
| Тактики | |
| Обвинение | 1111 |
| Оправдание | 1111 |
| Запугивание | 111 |
| Эмоционально настраивающая | 111 |
| Апелляция к разуму | 1 |
| Оскорбление | 11 |
| Упрёк | 111 |
| Обобщение | 1 |
| Контроль над темой, инициативой и пониманием | 11 |
| Приведение примера | 1111 |
| Апелляция к высшим ценностям | 11 |
| Усиление | 1111111111 |
| Повтор | 11111111 |
| Обещание | 111111 |
| Самопрезентация | 11 |

Классификация концептуальных метафор по Лакоффу и Джонсону (ответы Хиллари Клинтон):

|  |  |
| --- | --- |
| Ориентационные метафоры | 111111111 |
| Онтологические метафоры | 1111 |
| Структурные метафоры |  |

Классификация концептуальных метафор по Лакоффу и Джонсону (ответы Дональда Трампа):

|  |  |
| --- | --- |
| Ориентационные метафоры | 1 |
| Онтологические метафоры |  |
| Структурные метафоры |  |

1. Серио П. Как читают тексты во Франции/ Серио П.// Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. – М., 1999. – С. 26-27. [↑](#footnote-ref-1)
2. Макаров М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе /Макаров М.Л. – Тверь: Изд-во Тверского ун-та, 1998. – 200 с. – С.63-75. [↑](#footnote-ref-2)
3. Grimm J. Deutsches Wörterbuch. – Leipzig, 1854. – Bd.1. – p.345. [↑](#footnote-ref-3)
4. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 136-137. [↑](#footnote-ref-4)
5. Кубрякова Е.С., Александрова О.В. Виды пространства, текста и дискурса // Категоризация мира: пространство и время: материалы научной конференции. М.: Диалог-МГУ, 1997. С. 19-20. [↑](#footnote-ref-5)
6. Попов А. Ю. Формы экономических текстов и дискурсов // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: сборник научных статей. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. С. 130-137. – С. 41-42. [↑](#footnote-ref-6)
7. Звегинцев, В. А. О цельнооформленности единиц текста / В.А. Звегинцев // Известия АН СССР. Сер. литературы и языка. – 1980. – Т. 39. – № 1. – С. 13–21. [↑](#footnote-ref-7)
8. Бенвенист, Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – 3-е изд. – М. : Эдиториал УРСС, 2009. – 448 с. – С. 296. [↑](#footnote-ref-8)
9. Greimas, A. Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage / A. Greimas, J. Courtes. – Paris : Hachette, 1979. – 389 p. [↑](#footnote-ref-9)
10. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация/ Т.А. ван Дейк. – М., 1989. – С. 35. [↑](#footnote-ref-10)
11. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация/ Т.А. ван Дейк. – М., 1989. – С. 53. [↑](#footnote-ref-11)
12. Teun Van Dijk. Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage, 1998. [↑](#footnote-ref-12)
13. Teun Van Dijk. Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage, 1998. [↑](#footnote-ref-13)
14. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. 2-е изд-е, испр. М.: Флинта; Наука, 2007. 256 с. – С. 53. [↑](#footnote-ref-14)
15. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика. – Волгоград: Перемена, 1997. – С. 19. [↑](#footnote-ref-15)
16. Шейгал, Е.И. Культурные концепты политического дискурса/ Е.И. Шейгал // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах: материалы Междунар. науч.-практ. конф. «Коммуникация-2002». – Пятигорск: Изд-во ПГЛпглУ, 2002. [↑](#footnote-ref-16)
17. Федосеев, А.А. Метафора как средство манипулирования сознанием в предвыборном агитационном дискурсе: автореф. дис... канд. филол. наук / А.А. Федосеев. – Челябинск, 2004. – С. 69. [↑](#footnote-ref-17)
18. Михалева, О.Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: автореф. дис... канд. филол. наук / О.Л. Михалева. – Кемерово, 2004. [↑](#footnote-ref-18)
19. Шейгал, Е.И. Культурные концепты политического дискурса/ Е.И. Шейгал // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах: материалы Междунар. науч.-практ. конф. «Коммуникация-2002». – Пятигорск: Изд-во ПГЛпглУ, 2002. – С. 25. [↑](#footnote-ref-19)
20. Седов, К.Ф. Дискурс и личность. Эволюция коммуникативной личности/ К.Ф. Седов. – М.: Лабиринт, 2004. – С. 69. [↑](#footnote-ref-20)
21. Брандес, М.П. Стилистика немецкого языка/ М.П. Брандес. – М.: Высш. Школа, 1990. – С. 29. [↑](#footnote-ref-21)
22. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров// Эстетика словесного творчества/ Сост. С. Г. Бочаров; Текст подгот. Г.С. Бернштейн и Л.В. Дерюгина; Примеч. С.С. Аверинцева и С. Г. Бочарова. — М.: Искусство, 1979. — 424 с. — (Из истории сов. эстетики и теории искусства) – С. 242. [↑](#footnote-ref-22)
23. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса: монография / Е. И. Шейгал. – М.; Волгоград: Перемена, 2000. – С. 255-270. [↑](#footnote-ref-23)
24. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса: монография / Е. И. Шейгал. – М.; Волгоград: Перемена, 2000. – С. 255-270. [↑](#footnote-ref-24)
25. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса: монография / Е. И. Шейгал. – М.; Волгоград: Перемена, 2000. – С. 273. [↑](#footnote-ref-25)
26. Бенуа В.Л. Функциональная теория дискурса политической кампании // Будаев Э.В., Чудинов А.П. Современная политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2006. С. 92-119. [↑](#footnote-ref-26)
27. Benoit W. L. Seeing spots: A functional analysis of presidential television advertisements from 1952-1996. New York: Praeger, 1999. [↑](#footnote-ref-27)
28. Бенуа В.Л. Функциональная теория дискурса политической кампании // Будаев Э.В., Чудинов А.П. Современная политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2006. С. 92-119. [↑](#footnote-ref-28)
29. Бенуа В.Л. Функциональная теория дискурса политической кампании // Будаев Э.В., Чудинов А.П. Современная политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2006. С. 92-119. [↑](#footnote-ref-29)
30. Моррис, Ч. Основания теории знаков// Семиотика. М., 1983. – С. 63. [↑](#footnote-ref-30)
31. Кобозева, И. Интенциональный и когнитивный аспекты смыслового высказывания: дис. … д-ра филол. наук. М., 2003. – С. 112. [↑](#footnote-ref-31)
32. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация/ Т.А. ван Дейк. – М., 1989. – С. 15. [↑](#footnote-ref-32)
33. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация/ Т.А. ван Дейк. – М., 1989. – С. 21. [↑](#footnote-ref-33)
34. Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. Сборник. Пер. с англ./Сост. и вступ. ст. И. М. Кобозевой и В. 3. Демьянкова. Общ. ред. Б. Ю. Городецкого. — М.: Прогресс, 1986.— 424 с. – С. 12. [↑](#footnote-ref-34)
35. John R. Searle. A classification of illocutionary acts. – «Language in Society», 1976, №5, /Cambridge University Press, London, 1976. - p. 1-23. [↑](#footnote-ref-35)
36. Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. Сборник. Пер. с англ./Сост. и вступ. ст. И. М. Кобозевой и В. 3. Демьянкова. Общ. ред. Б. Ю. Городецкого. — М.: Прогресс, 1986.— 424 с. – С. 172-177. [↑](#footnote-ref-36)
37. Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. Сборник. Пер. с англ./Сост. и вступ. ст. И. М. Кобозевой и В. 3. Демьянкова. Общ. ред. Б. Ю. Городецкого. — М.: Прогресс, 1986.— 424 с. – С. 181-188. [↑](#footnote-ref-37)
38. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с. – С. 104. [↑](#footnote-ref-38)
39. Kellermann, K. (1992). Communication: Inherently strategic and primarily automatic. Communication Monographs, 59, 288-300. – С. 288. [↑](#footnote-ref-39)
40. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с. – С. 105. [↑](#footnote-ref-40)
41. Там же: С. 104. [↑](#footnote-ref-41)
42. Там же: С. 106-107. [↑](#footnote-ref-42)
43. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с. – С. 108. [↑](#footnote-ref-43)
44. Там же: С. 110. [↑](#footnote-ref-44)
45. Там же: С. 111. [↑](#footnote-ref-45)
46. Там же: С. 116, 122-124, 127. [↑](#footnote-ref-46)
47. Miller G.A., Johnson-Laird M. Language and perception. Cambridge (Mass.): Harvard University Press; L.: Cambr. University Press, 1974. [↑](#footnote-ref-47)
48. Демьянков В. З., Кубрякова Е. С. Когнитивная лингвистика // Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. – М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В.Ломоносова, 1996. [↑](#footnote-ref-48)
49. Fauconnier G. Methods and generalizations // Th. Janssen, G. Redeker (eds). Cognitive Linguistics: Foundations, Scope, and Methodology. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 1999. – С. 102. [↑](#footnote-ref-49)
50. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. М., 2004. [↑](#footnote-ref-50)
51. Ричардс А. А. Философия риторики // Теория метафоры / Вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; Общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журинской. М., 1990. – С. 47. [↑](#footnote-ref-51)
52. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. М., 2004. – С. 9. [↑](#footnote-ref-52)
53. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. М., 2004. – С. 35. [↑](#footnote-ref-53)
54. The final Trump-Clinton debate transcript, annotated. The Washington Post. URL: https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/10/19/the-final-trump-clinton-debate-transcript-annotated/ (дата обращения: 11.03.2020) [↑](#footnote-ref-54)