

2. Васильев Л. М. Современная лингвистическая семантика / Л. М. Васильев. – 2-е изд. – М. : Высшая школа, 2005. – 175 с.
3. Гайсина Р. М. Межчастеречные семантические поля / Р. М. Гайсина // Проблемы формирования языковой личности учителя-русиста. – Волгоград : Перемена, 1993. – С. 342–351.
4. Золотова Г. А. Очерк функционального синтаксиса русского языка / Г. А. Золотова. – М. : Наука, 1973. – 352 с.
5. Кузнецова Э. В. Лексико-семантическая группа глаголов и семантические модели предложения // Классы глаголов в функциональном аспекте / Э. В. Кузнецова. – Свердловск : Изд-во Уральского ун-та, 1990. – С. 4–13.
6. Москвин В. П. Семантика и синтаксис русского глагола / В. П. Москвин. – Киев, 1993. – 246 с.
7. Морковкин В. В. Идеографические словари / В. В. Морковкин. – М. : Изд-во МГУ, 2013. – 71 с.

References

1. Apresyan Yu. D. Izbrannye trudy. Leksicheskaya semantika. Integral'noe opisanie yazyka i sistemnaya leksikografiya. 2nd ed. M.: Shkola «Yazyki russkoj kul'tury», 1995. 975 p.
2. Vasil'ev L. M. Sovremennaya lingvisticheskaya semantika. 2nd ed. M. : Vysshaya shkola, 2005. 175 p.
3. Gajgina R. M. Mezchasterechnye semanticheskie polya // Problemy formirovaniya yazykovoj lichnosti uchitelya-rusista. Volgograd : Peremena, 1993, pp. 342–351.
4. Zolotova G. A. Ocherk funkcional'nogo sintaksisa russkogo yazyka. M.: Nauka, 1973. 352 p.
5. Kuznecova E. V. Leksiko-semanticheskaya gruppa glagolov i semanticheskie modeli predlozheniya // Klassy glagolov v funkcional'nom aspekte. Sverdlovsk: Ural University Publ., 1990, pp. 4–13.
6. Moskvina V. P. Semantika i sintaksis russkogo glagola. Kiev, 1993. 246 p.
7. Morokvin V. V. Ideograficheskie slovari. M.: MSU Publ., 2013. 71 p.

DOI: 10.21672/1818-4936-2020-73-1-051-055

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ УБЕЖДЕНИЯ В БРИТАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Тарасова Олеся Николаевна, кандидат филологических наук, доцент, Ивановский государственный политехнический университет, 153000, Россия, г. Иваново, Шереметевский пр-т, 21, e-mail: olesyatarasova@rambler.ru.

Данная статья посвящена особенностям реализации стратегии убеждения в британском политическом дискурсе на материале теледебатов. Стратегия убеждения рассматривается как макростратегия, которая включает в себя агитационную и аргументативную субстратегии. В статье реализован мультимодальный подход: проанализированы примеры с учётом использования коммуникантами нескольких каналов передачи информации. Рассматриваются наиболее характерные для данной стратегии тактики, а также вербальные и невербальные компоненты коммуникации, которые использует говорящий с целью оказания воздействия на адресата.

Ключевые слова: политический дискурс, стратегия убеждения, тактики, вербальные компоненты, невербальные компоненты, говорящий, адресат, мультимодальная коммуникация

PECULIARITIES OF PERSUASIVE STRATEGY REALIZATION IN BRITISH POLITICAL DISCOURSE: MULTIMODAL APPROACH

Tarasova Olesya N., *Candidate of Philological Sciences, Ivanovo State Polytechnical University, 153000, Russia, Ivanovo, 21 Sheremetevsky Pr-t, e-mail: olesyatarasova@rambler.ru.*

The article deals with peculiarities of persuasive strategy realization in British political discourse. Strategy of persuasion is viewed as macrostrategy, which includes agitation and argumentation substrategies. The author uses multimodal approach: examples have been analyzed taking into account several channels of information transfer used by the speaker. The most common verbal and non-verbal means of communication used by the speaker with the purpose of persuasion are analyzed.

Keywords: political discourse, persuasive strategy, tactics, verbal components, non-verbal components, speaker, addressee, multimodal communication

Одним из популярных направлений в области лингвистики в настоящее время является политический дискурс. Большинство учёных фокусирует своё внимание на вербальной стороне дискурса, но, на наш взгляд, только рассмотрение вербальных и невербальных каналов коммуникации во взаимодействии может дать наиболее полную картину. Давно известно, что не только слова, но и язык тела, интонация играют огромную роль при оказании воздействия на собеседника и достижения оптимальной передачи информации [2]. Именно применение нескольких каналов передачи информации принято называть мультимодальностью, которую многие учёные понимают как взаимодействие вербальных и невербальных знаков (кодов) в коммуникации [1]. Популярность мультимодального подхода к анализу любого дискурса, не только политического, растёт с каждым днём, что говорит об актуальности данного исследования.

Участники коммуникации стараются быть понятыми адресатами и оказать на них определённое воздействие, используя различные речевые стратегии [6]. Одной из них является стратегия убеждения, т.е. акт коммуникации, имеющий целью убедить в чём-то собеседника, изменить его точку зрения [5].

Участники политического дискурса используют стратегию убеждения для достижения собственных целей, задействуя различные модальности, в том числе и невербальные компоненты коммуникации. Твёрдый, решительный взгляд, например, повышает уровень доверия к говорящему; выражение лица может выражать несогласие с чем-то или недовольство. Невербальный канал используется для усиления семантического аспекта вербального компонента, который связан с убеждением. Говорящий может использовать невербальные компоненты коммуникации для убеждения адресата не только во время речи, но и сохраняя молчание, выражая своё отношение с помощью жестов, мимики или взгляда.

Во время политических теледебатов участники стараются создать свой положительный образ как компетентных людей, и эта цель является не менее важной, чем тема дискуссии. Поэтому изучение их образа, включающего и невербальное поведение, является особенно важным. Политики используют невербальные компоненты коммуникации, чтобы выразить положительное или отрицательное отношение к обсуждаемому вопросу или к собеседнику.

Стратегия убеждения, будучи макростратегией [3], включает в себя аргументативную и агитационную субстратегии. Целью аргументативной стратегии является убедить адресата с помощью аргументов, а агитационной – побудить слушателя совершить определённый поступок.

Любая речевая стратегия реализуется с помощью одной или нескольких речевых тактик, которые представляют собой «практическую реализацию микрозадач адресанта посредством выбора языковых средств, значение которых помогает их достигнуть» [4]. В аргументативной стратегии выделяют следующие наиболее распространённые тактики: тактику сопоставительного анализа, тактику указания на перспективу, тактику обоснованных оценок. Для агитационной стратегии характерны тактики обещания и призыва.

Целью данного исследования было выявить наиболее характерные для стратегии убеждения вербальные и невербальные компоненты коммуникации в британском политическом дискурсе. Материалом исследования послужила видеозапись британских политических теледебатов. На наш взгляд, именно видеоматериалы являются наиболее удобными для изучения мультимодальной коммуникации, поскольку мы имеем возможность не только слышать речь, но и наблюдать за невербальным поведением всех участников процесса.

Проанализируем наиболее распространённые примеры тактик, используемых для реализации макстратегии убеждения.

Политики часто используют тактику указания на перспективу, которая по своей сути формулирует планы на будущее конкретной партии. Вот, например слова Дэвида Кэмерона, лидера Консервативной партии Великобритании: “The truth about this is that we’ve cut the deficit in half and we need to clear the rest of it and we’ll do that in the coming years, but only if we stick to the plan and the plan, that is working” («Правда в том, что мы сократили дефицит наполовину и нам нужно убрать оставшуюся часть, и мы сделаем это в предстоящие годы, но только если мы будем придерживаться плана, плана, который работает»¹). В вербальной части присутствует условная синтаксическая конструкция с союзом “if” («если»), перед которым употреблена усилительная частица “only” («только»). Такая конструкция является характерной для тактики указания на перспективу, которая изначально предполагает информацию о путях решения какой-то проблемы и прогнозируемый результат. Для аргументативной субстратегии характерно использование статистики, цифр, что также проиллюстрировано в приведённом выше примере. С точки зрения использования невербальных компонентов коммуникации говорящий использует миремический канал – взгляд, который направлен в сторону оппонента. Кроме того, голова Кэмерона также направлена в сторону адресата и движется вверх/вниз параллельно с аналогичными движениями рукой (жестовый невербальный компонент). Движения головы и руки происходят в такт интонации и ударению, которое использует говорящий, чтобы подчеркнуть наиболее важные с его точки зрения вербальные компоненты.

Одной из распространённых тактик политического дискурса в рамках стратегии убеждения является тактика призыва, которая чаще всего представлена глаголами в форме побудительного наклонения, но также может быть представлена имплицитно, как, например в следующем примере: “We have to be a humane fair decent society. We have to support the most vulnerable” («Мы должны быть цивилизованным, справедливым, достойным обществом. Мы должны поддерживать самых уязвимых»). С вербальной точки зрения это два утверждения, но они подразумевают призыв к действию, и мы легко можем заменить “we have to” («мы должны») на “let’s” («давайте»). Лексический повтор “we have to” («мы должны») и слова с положительной семантикой “fair” («справедливый»), “decent” («достойный»), “humane” («цивилизованный») также способствуют усилению воздействия на адресата и увеличивают вероятность того, что говорящий сможет убедить слушателей. Тактика призыва в данном примере реализуется совместно с тактикой отождествления, на это указывает употреблённое говорящим личное местоимение “we” («мы»).

¹Перевод с английского на русский здесь и далее выполнен автором статьи.

Таким образом, коммуникант подчёркивает то, что он и его партия и аудитория – это единое целое, и данное высказывание – это призыв к совместным действиям.

Рассмотрим невербальное поведение говорящего. Она достаточно активно использует жестовые компоненты – симметричные движения головой и рукой: он поднимает и опускает руку, подчёркивая таким образом ударные слова, и одновременно с этим поднимает и опускает голову вверх/вниз. Именно совокупность всех используемых вербальных и невербальных компонентов коммуникации позволяет добиться наибольшего эффекта в достижении иллокутивной цели.

В целом можно выявить следующие предпочтения коммуникантов в использовании невербальных компонентов коммуникации: чаще всего используются жесты и мимика, и лишь небольшой процент использования отводится движениям тела. Говоря о мимике, наиболее часто используемыми являются улыбка, смех, взгляд, движения головы, рта, бровей. Самые распространённые жестовые невербальные компоненты включают в себя движения одной или обеими руками в различных направлениях. К наиболее часто используемым движениям тела относятся наклоны торса вперёд или назад, влево или вправо, наклоны и повороты. Наиболее распространёнными комбинациями невербальных компонентов являются следующие: 1) поднятие руки и бровей; 2) поднятие одной руки и наклон головы; 3) наклон головы и торса вперёд / назад.

Говоря о вербальных и невербальных компонентах коммуникации во взаимодействии, следует отметить, что для них характерны параллелизм (или симметрия) и повторы, что позволяет коммуниканту достигнуть иллокутивной цели и убедить адресата.

Список литературы

1. Крейдлин Г. Е. Семиотическая концептуализация тела и проблема мультимодальности / Г. Е. Крейдлин // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 2. – С. 100–120.
2. Лисариди Е. К. Взаимосвязь вербальной и невербальной коммуникации / Е. К. Лисариди, Б. Н. Нурмухамбетова // Вестник КазНМУ. – 2014. – № 1. – С. 162–163.
3. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : автореф. дис ... д-ра филол. наук / О. Н. Паршина. – Саратов, 2005. – 48 с.
4. Самойлова А. Д. Дискурс: к проблеме определения понятия / А. Д. Самойлова. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/9932133/page:21/>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 27.01.2020).
5. Diamond G., Cobb M. The Candidate as Catastrophe: Latitute Theory and the Problems of Political Persuasion // Diana Mutz, Paul Sniderman and Richard Brody (Eds). Political Persuasion and Attitude Change. – The University of Michigan Press. Ann Arbor., 1999.
6. Fairclough N. Language and Power. Pearson Education Limited / N. Fairclough. – England, 2001.
7. The ITV Leaders' Debate (UK General Election 2015) 2nd April 2015. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=vc6YH4-IHME>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ. (дата обращения: 28.01.2020).

References

1. Kreidlin G. E. Semioticheskaja kontseptualizatsija tela i problema multimodalnosti // *Ecologia yazyka i kommunikativnao praktika*, 2014, № 2, pp. 100–120.
2. Lisaridi E. K., Nurmuhambetova B. N. Vzaimosvyaz verbalnoj i neverbalnoj kommunikatsii // *Vestnik KazNMU*, 2014, № 1, pp. 162–163.

3. Parshina O. N. Strategii i takтики rechevogo povedenija sovremennoj politicheskoj eliti Rossii. Saratov, 2005. 48 p.
4. Samojlova A. D. Diskurs: k problem opredelenija poniatija. Available at: <https://studfile.net/preview/9932133/page:21/>.
5. Diamond G., Cobb M. The Candidate as Catastrophe: Latitude Theory and the Problems of Political Persuasion // Diana Mutz, Paul Sniderman and Richard Brody (Eds). Political Persuasion and Attitude Change. The University of Michigan Press. Ann Arbor., 1999.
6. Fairclough N. Language and Power. Pearson Education Limited. England, 2001.
7. The ITV Leaders' Debate (UK General Election 2015) 2nd April 2015. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=vc6YH4-IHME> (28.01.2020).

DOI: 10.21672/1818-4936-2020-73-1-055-062

ЦЕННОСТНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СЛУХОВ КАК ЖАНРА НЕФОРМАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В АДМИНИСТРАТИВНОМ ДИСКУРСЕ

Евтушенко Оксана Александровна, доктор филологических наук, доцент, Волгоградский государственный технический университет, 400005, Россия, г. Волгоград, пр. им. Ленина, 28, e-mail: 28ksenja22@yahoo.com.

Янкина Елена Владимировна, старший преподаватель, Волгоградский государственный технический университет, 400005, Россия, г. Волгоград, пр. им. Ленина, 28, e-mail: schepetovaelena@mail.ru.

Статья посвящена рассмотрению проблем горизонтальных коммуникаций, встраивающихся в систему административного дискурса. В центре внимания авторов находится жанр «слухи», являющийся самым распространённым типом неформальных коммуникаций. Рассматривается ценностная составляющая слухов для административного дискурса, и сделан вывод об их антиценности для него. На основании проведённого авторами лингвистического анализа выявлены языковые особенности выражения данного жанра в рамках рассматриваемого дискурса. К ним относятся наличие ксенопоказателей, ирония, преувеличение, недоговаривание, доведение до абсурда. Определено, что эффективными тактиками руководителя для преодоления слухов является использование дискредитации автора слухов, ирония, опережение или трансформация слухов в другой жанр, контрслух. Представленные в статье выводы показывают, что владение разнообразными стратегиями для борьбы со слухами является важным аспектом профессиональных управленческих коммуникаций.

Ключевые слова: слухи, контрслухи, ценности, административный дискурс, ксенопоказатели

VALUE COMPONENT OF RUMORS AS A GENRE OF INFORMAL COMMUNICATION IN ADMINISTRATIVE DISCOURSE

Evtushenko Oksana A., Doctor of Philological Sciences, Assistant Professor, Volgograd State Technical University, 400005, Russia, Volgograd, 28 Lenin ave., e-mail: ksenja22@yahoo.com.

Yankina Elena V., Senior Teacher, Volgograd State Technical University, 400005, Russia, Volgograd, 28 Lenin ave., e-mail: schepetovaelena@mail.ru.

The article covers the problems of horizontal communications embedded in the administrative discourse. The authors focus on the “rumors” genre which is the most common type of informal communication. The paper considers the value