

УДК 81.111'272

**ИНТЕНЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА  
ПРЕДВЫБОРНЫХ ТЕЛЕДЕБАТОВ  
(НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕДЕБАТОВ МАЙКЛА ДУКАКИСА  
И ДЖОРДЖА БУША – СТАРШЕГО)**

**А.А. Лаврова**

*Нижегородский государственный лингвистический университет  
им. Н.А. Добролюбова, Нижний Новгород*

В статье приводится классификация коммуникативных стратегий и речевых тактик, реализуемых в предвыборных теледебатах; рассматриваются стратегии, апеллирующие к рациональной (стратегии аргументации) и эмоциональной (стратегии конфронтации и кооперации) стороне реципиента. В рамках стратегий конфронтации выделяются стратегии на понижение (стратегии дискредитации и подчинения) и повышение. В рамках стратегий кооперации выделяются стратегии интеграции и агитации.

**Ключевые слова:** коммуникативные стратегии, речевые тактики, стратегии конфронтации, стратегии кооперации, стратегии аргументации.

**Intentional Peculiarities of Presidential Debates  
(on the example of Michael Dukakis and George Bush Senior presidential debates)**

**Anna A. Lavrova**

*Nizhny Novgorod State Linguistics University*

The article features a classification of communicative strategies and speech tactics in presidential debates, focuses on the strategies targeting the rational (strategies of argumentation) and emotional (strategies of confrontation and cooperation) spheres of the recipient. Recession (discredit and submission strategies) and escalation strategies are distinguished among the strategies of confrontation. Integration and agitation strategies are distinguished among the strategies of cooperation.

**Key words:** communicative strategies, speech tactics, strategies of confrontation, strategies of cooperation, strategies of argumentation.

Статья посвящена рассмотрению коммуникативных стратегий и речевых тактик, реализуемых в предвыборных теледебатах.

Интенциональная специфика политической коммуникации в целом во многом определяется жанровыми особенностями политического дискурса и зависит от таких факторов, как характер текста (письменный или устный), состав и численность аудитории, наличие прямого контакта с аудиторией или опосредованность контакта с аудиторией теле- или радиоэфиром, текущая политическая ситуация и т. д. Жанр предвыборных теледебатов характеризуется следующими признаками:

- устная форма реализации;
- относительная спонтанность (основная часть выступления политика не может быть подготовлена им заранее);

- наличие собеседника (оппонент, ведущий, журналисты в телестудии);
- наличие прямого контакта с аудиторией в телестудии;
- теле-/радио-/онлайн-трансляция, создающая опосредованность контакта с основной частью аудитории;
- ориентированность на многочисленную и разнородную аудиторию;
- инициация события президентской предвыборной кампанией и т. д.

Коммуникативной стратегией можно назвать совокупность мер по реализации коммуникативных намерений говорящего. Актуализация той или иной стратегии происходит за счет тактик, определяющих выбор языковых средств и способов выражения, связанных с достижением цели [1; 2; 6; 7; 8; 12].

Существующие классификации выделяют коммуникативные стратегии конфронтации и кооперации [2; 3; 7; 14; 15; 16; 17], стратегии на повышение и понижение [1; 8], сближение и дистанцирование [10], стратегии позиционирования [2; 3; 7; 14], театральности [1; 6; 8], дискредитации [4, 5, 9], подчинения, защиты, убеждения, агитации [4; 5; 9; 12; 13] и др., а также многочисленные речевые тактики, реализуемые в рамках этих стратегий.

Представляется, что многообразие коммуникативных стратегий, апеллирующих к эмоциональной сфере реципиента, может быть сведено к двум дихотомически организованным группам: (1) стратегиям конфронтации (*SC*) и (2) стратегиям кооперации (*SU*).

Стратегии конфронтации *SC* (1) реализуются через два противопоставленных друг другу по типу эмоционального воздействия на адресата вида стратегий – на понижение и повышение.

Стратегии на понижение *SR* (1.1) связаны с формированием отрицательной оценки объекта у реципиента через понижение статуса данного объекта. Стратегий на понижение значительно больше, чем стратегий на повышение. Стратегии на понижение реализуются через стратегии дискредитации *SD* (1.1.1) и стратегии подчинения *SS* (1.1.2).

Стратегии дискредитации *SD* (1.1.1) направлены на дискредитацию оппонента, которым является политический противник. Данная стратегия подразумевает использование тактик, имплицитно и эксплицитно выражающих отрицательное отношение к предмету коммуникации. Как правило, стратегия дискредитации избирается коммуникантами преднамеренно. Стратегия дискредитации реализуется в политическом дискурсе через ряд речевых тактик.

Тактика прямого обвинения *SD01* (1.1.1.1) заключается в приписывании кому-либо вины, представлении ситуации и оппонента в негативном свете. Для реализации тактики прямого обвинения могут использоваться лексические средства с негативным оценочным значением. Обвинение при этом может быть бездоказательным и голословным. В

предвыборных теледебатах бездоказательные обвинения нечастотны:

*Dukakis: I guess the question I would ask of Mr. Bush is how we instill those values, how we create this environment for the drug free schools that we want in this country. If he or representatives of the administration are either with or involving people like Noriega in our foreign policy, or don't pursue that connection in a way that makes it possible for us to cut it off and to be an example to our kids all over the country [11].*

Тактика контробвинения SD02 (1.1.1.2) заключается во встречном обвинении, выдвигаемом оппоненту. Может быть предъявлено обвинение во лжи, замалчивании информации, неправильности или нелегитимности действий и т.п.:

*Bush Senior: And as the governor of Massachusetts knows, there was no evidence that governor – that Mr. Noriega was involved in drugs, no hard evidence until we indicted him [11].*

Тактика безличного обвинения SD03 (1.1.1.3), при которой обвиняемый открыто не называется. При этом используются грамматические конструкции и лексические единицы с очень широким значением. Использование подобных языковых средств может быть очень выгодно в коммуникативном плане: во-первых, таким образом политик снимает с себя ответственность за обвинение кого-то конкретно. Во-вторых, лексические единицы с широким значением могут иметь потенциально очень широкую референциальную отнесенность, т. е. включать очень большой круг участников. За счет этого политику удастся усилить впечатление от противопоставления двух групп – «своих» и «чужих». При этом группа «свои» автоматически наделяется всеми позитивными характеристиками, а группа «чужие» показывается в негативном свете. В-третьих, подобные безличные обвинения могут иметь мощный манипулятивный потенциал за счет эффекта недосказанности, инсинуации:

*Dukakis: But it's important that our leaders demonstrate those values from the top. = Our leaders do not demonstrate those values [11].*

Тактика обвинения во лжи SD04 (1.1.1.4):

*Dukakis: If he keeps this up, he's going to be the Joe Isuzu of American politics (Джо Исузу – символ патологического лжеца из мира рекламы) [11].*

Тактика обличения SD05 (1.1.1.5) заключается в обвинении оппонента, но не голословно, как предполагает тактика обвинения, а с использованием аргументов и фактов, подтверждающих его виновность. Отличительной чертой данной тактики является указание на конкретную вину, которая приписывается говорящим оппоненту:

*Bush Senior: Massachusetts doesn't have an enormous defense budget, but nevertheless, the governor raised taxes five different times. That happens to be a fact [11].*

Тактика возмущения SD08 (1.1.1.8) эксплицирует резко негативное

эмоциональное отношение говорящего к предмету речи. В её реализации могут участвовать междометия, эмоционально-оценочная лексика, экспрессивные конструкции:

*Dukakis: Why that's more than the average teacher makes. We've had enough of that, ladies and gentlemen [11].*

Тактика иронии SD09 (1.1.1.9) предполагает скрытую насмешку:

*Dukakis: If he's serious about what he's saying, then the only place he can go to balance that budget is to raid the Social Security Trust Fund, and he tried that in 1985, and I think he's going to try it again [11].*

Тактика иронии может сочетаться с другими тактиками дискредитации: см. пример 1.1.1.4.

Тактика дистанцирования SD11 (1.1.1.10) заключается в построении оппозиции свои – чужие, которая характерна для политического дискурса. Оратор стремится показать потенциальному избирателю, что он не имеет отношения к негативным событиям, отстраняясь от деятельности недостойного оппонента. Лексическими элементами, участвующими в реализации данной тактики, могут быть личные и притяжательные местоимения *I / we – he / they, my – his*, неопределенные местоимения *some, somebody*, знаменательные слова, выстраивающие оппозицию, например, существительное *difference* или наречный комплекс *never again*:

*Bush Senior: So that's one of the things that I think makes a big difference between us [11].*

Тактика критики SD12 (1.1.1.12) подразумевает эксплицитное выражение отрицательного отношения к предмету сообщения:

*Bush Senior: I think we've seen a deterioration of values. I think for a while as a nation we condoned those things we should have condemned. For a while, as I recall, it even seems to me that there was talk of legalizing or decriminalizing marijuana and other drugs, and I think that's all wrong [11].*

Тактика «анализ-минус» SD13 (1.1.1.13) предполагает систематическое исследование отрицательных сторон, констатацию слабых мест и ошибок в поведении противника:

*Dukakis: You know, we have five percent of the world's population in this country. We're consuming 50 percent of the world's cocaine [11].*

*Bush Senior: So, the answer lies, it seems to me, in full enforcement of the catastrophic program. It lies to me in flexibility in Medicaid so people at the lowest end can buy in there and get their needs covered and then it also - I do not want to see us mandate across the board that every company has to do this, because I really think that marginal operators are going to go say, "We can't make it [11].*

Могут быть также выделены такие тактики, как тактика разоблачения SD06 (1.1.1.6), упрека SD07 (1.1.1.7), оскорбления SD10 (1.1.1.10).

Стратегии подчинения SS (1.1.2) направлены на утверждение

собственного авторитета, проявление власти говорящего. Отличительной чертой данной стратегии является то, что один из коммуникантов ставит себя на более высокую статусную ступень. Доминирующей установкой в речевом поведении является навязывание своего мнения, совета или запрета.

Тактика давления SS17 (1.1.2.4) может выражаться в привлечении оппонента к ответственности за содеянное, в призыве к ответу:

*Dukakis: I guess the question I would ask of Mr. Bush is how we instill those values, how we create this environment for the drug free schools that we want in this country. If he or representatives of the administration are either with or involving people like Noriega in our foreign policy, or don't pursue that connection in a way that makes it possible for us to cut it off and to be an example to our kids all over the country [11].*

В рамках стратегий подчинения выделяются также тактика угрозы SS14 (1.1.2.1), приказа SS15 (1.1.2.2) и требования SS16 (1.1.2.3).

Стратегии на повышение SE (1.2) связаны с формированием положительной оценки объекта у реципиента через повышение статуса данного объекта. Как правило, объектом является сам говорящий, его партия, союзники. Стратегий на повышение значительно меньше, чем стратегий на понижение.

Тактика отвода критики SE01 (1.2.1) заключается в приведении аргументов, которые позволили бы оправдать те или иные поступки. Говорящий старается дистанцироваться от факта участия в той или иной негативной ситуации, стремится оправдать себя в глазах аудитории:

*Dukakis: Mr. Bush has been critical of me for that, but I think those are the kinds of tough choices you have to make* [11].

Тактика «анализ-плюс» SE02 (1.2.2) предполагает такое описание предмета речи, которое имплицитно или эксплицитно выражает положительное отношение к рассматриваемой ситуации, предполагает систематический анализ сильных позиций:

*Bush Senior: More Americans at work today than any time in history, a greater percentage of the work force* [11].

Тактика сближения SE03 (1.2.3) предполагает сближение говорящего со своей партией. Местоимение *we* имеет широкий референциальный диапазон (администрация, правительство, партия, социальные группы и т.д.), способствует принятию целевой аудиторией выгодной для говорящего интерпретации действительности:

*Dukakis: We're helping youngsters; we're reaching out to them [11].*

Тактика презентации SE04 (1.2.4) заключается в представлении какого-либо лица в положительном свете:

*Bush Senior: And the formula I've given you works, we've put it through a good economic model, we've got good economists on the West Coast, Michael Boskin and Marty Feldstein up there who's a very respected economist in the –*

Massachusetts [11].

Тактика самопрезентации SE05 (1.2.5) позволяет политику выставить себя и свою партию в наиболее выгодном свете. В реализации данных тактик участвует оценочная лексика с положительной коннотацией (существительные, прилагательные, глаголы):

*Bush Senior: And I have put forward a many-point drug program that includes what I would do as president of the United States; in terms of doing better on interdiction; and in terms of better in the neighborhoods* [11].

Тактика конструктивного предложения SE06 (1.2.6) представляет собой программу действий, предлагаемую оратором:

*Bush Senior: So, my formula says grow at the rate of inflation. Permit the president to set the priorities on where we do the spending. And remember the Federal deficit has come down \$70 billion in one year, in 1987* [11].

*Dukakis: First, I've suggested that there are certain weapons systems which we don't need and we can't afford. Secondly, we've got to invest in economic growth in this country, in every part of this country. Thirdly, we have to bring interest rates down, and we will as we come up with a good, solid plan with the Congress for bringing that deficit down. And, finally, we've got to go out there and collect billions and billions of dollars in taxes owed that aren't being paid to this country* [11].

Стратегии кооперации SU (2) отличаются установкой на партнера по коммуникации и являются возможными в случае, когда оба партнера стремятся решить конфликт мирным путем. Такая линия поведения нацелена на сохранение отношений. В отличие от стратегий конфронтации, которые создают оппозицию свой – чужой и закрепляют за «своим» положительные характеристики, а за «чужим» – отрицательные, стратегии кооперации нацелены на сближение с оппонентом и аудиторией. Стратегии кооперации реализуются через стратегии интеграции SI (2.1) и стратегии агитации SA (2.2).

Стратегии интеграции SI (2.1) актуализируются через тактики комплимента и похвалы SI01 (2.1.1), поддержки SI02 (2.1.2), сочувствия SI03 (2.1.3), солидаризации SI04 (2.1.4), солидаризации с оппонентом SI07 (2.1.7), благодарности SI05 (2.1.5), персонализации SI06 (2.1.6).

Тактика солидаризации SI04 (2.1.4) предполагает солидаризацию оратора с аудиторией. Это происходит за счет использования местоимения *we*, сочинительных словосочетаний *I and the American people*, существительных с обобщающим значением *people, nation, country, America*:

*Bush Senior: But I think we're all in this together, and my plea to the American people is values in the schools* [11].

Тактика персонализации SI06 (2.1.6) заключается в том, что говорящий делится личным опытом, рассказывает о личных переживаниях:

*Dukakis: I remember being in a high school in my own state as we were organizing something we call the Governor's Alliance Against Drugs, and a young 16 year old girl coming up to me, desperate, addicted, dependent, saying, Governor, I need help [11].*

Тактика солидаризации с оппонентом SI07 (2.1.7) предполагает стремление оратора объединить усилия со своим оппонентом в решении общих задач:

*Bush Senior: I'd like to ask the Governor to join in getting for the president what 43 governors have, the line-item veto [11].*

Стратегии агитации SA (2.2) реализуются через тактики призыва / побуждения SA01 (2.2.1), обещания SA02 (2.2.2), апелляции к патриотизму SA03 (2.2.3), состраданию SA04 (2.2.4).

В рамках тактики призыва / побуждения SA01 (2.2.1) говорящий стремится побудить аудиторию к совершению того или иного действия:

*Bush Senior: Capital gains, one more point on that, please let's learn from history [11].*

Тактика апелляции к состраданию SA04 (2.2.4):

*Dukakis: I remember being in a high school in my own state as we were organizing something we call the Governor's Alliance Against Drugs, and a young 16 year old girl coming up to me, desperate, addicted, dependent, saying, Governor, I need help [11].*

Кроме противоположно ориентированных укрупненных групп стратегий конфронтации и кооперации, можно выделить в отдельный блок группу стратегий аргументации SP (3), апеллирующих не к эмоциональной, а к рациональной сфере аудитории. Стратегии аргументации реализуются через ряд речевых тактик.

Тактика апелляции к здравому смыслу SP01 (3.1) может быть представлена причинно-следственными конструкциями, например сложноподчиненными предложениями с придаточным условия:

*Dukakis: But if our government itself is doing business with people who we know are engaged in drug profiteering and drug trafficking, if we don't understand that that sends out a very, very bad message to our young people, it's a little difficult for me to understand just how we can reach out to that youngster that I talked about and to young people like her all over the country, and say to them we want to help you [11].*

Тактика апелляции к авторитету SP05 (3.5):

*Bush Senior: And they [prominent economists from MIT] agree, that if we can do what I've said, we can get it down without going and socking the American taxpayer once again [11].*

Тактика апелляции к опыту SP06 (3.6):

*Bush Senior: And the formula I've given you works, we've put it through a good economic model, we've got good economists on the West Coast, Michael Boskin and Marty Feldstein up there who's a very respected economist in the –*

*Massachusetts* [11].

Тактика апелляции к количественным аргументам SP09 (3.9):

*Dukakis: Why that's more than the average teacher makes. We've had enough of that, ladies and gentlemen* [11].

В рамках стратегий аргументации можно также выделить тактику апелляции к выгоде SP02 (3.2), риску / безопасности SP03 (3.3), аналогии SP04 (3.4), общественному мнению SP07 (3.7), фактам SP08 (3.8) и др.

По всей видимости, данная классификация не является исчерпывающей. Дальнейшее исследование предполагает изучение речевых особенностей политического дискурса с целью выявления статистически значимых корреляций между собственно лингвистическими параметрами и интенциями оратора.

### **Библиографический список**

1. *Аконова Д.Р.* Стратегии и тактики политического дискурса // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 6 (1). С. 403-409.

2. *Гончаров М.А.* Основные стратегии поведения в конфликте // Электронный ресурс Интернет: [www.elitarium.ru/2006/12/14/osnovnye\\_strategii\\_povedeniya\\_v\\_konflikte/html](http://www.elitarium.ru/2006/12/14/osnovnye_strategii_povedeniya_v_konflikte/html) (дата обращения 30.03.2016).

3. *Дмитриев А.В.* Введение в общую теорию конфликтов // Юридическая конфликтология. М., 1993. Ч. 1. 212 с.

4. *Залегдинова А.Р.* Основные стратегии и тактики в общественно-политическом дискуссионном ток-шоу (на материале русского и английского языков) // Филология и культура. 2012. № 3 (29). С. 47-50.

5. *Зигманн Ж.В.* Структура современного политического дискурса: речевые жанры и речевые стратегии: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2003. С. 17-18.

6. *Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: УРСС, 2008. 288 с.

7. *Лакофф Дж.* Метафоры, которыми мы живем // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987. 256 с.

8. *Михалева О.Л.* Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. М.: Либроком, 2009. 256 с.

9. *Петрухина О.П.* Аргументативные стратегии британского политика: на примере языковой личности премьер-министра Т. Блэра: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2009. 18 с.

10. *Семкин М.А.* Коммуникативные стратегии и речевые тактики конфронтационных электоральных риторик (на материале третьего этапа дебатов президентской предвыборной кампании США 2012 г.) // Политическая лингвистика. 2014. № 1 (47). С. 186-190.

11. Стенограммы предвыборных теледебатов // Электронный ресурс Интернет: [www.debates.org/pages](http://www.debates.org/pages) (дата обращения 30.03.2016).

12. *Третьякова В.С.* Речевой конфликт и гармонизация общения: Дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 2003. 301 с.

13. *Фирстова Л.А.* Дискурсивные стратегии и тактики в рамках телепублицистического дискурса (на материале русскоязычных и англоязычных информационных программ): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2008. 22 с.

14. *Шкуратова Е.А.* Коммуникативные стратегии и тактики передачи сообщений о военном конфликте // Вестник КемГУ. 2013. № 2 (54) Т. 2. С. 204-209.

15. *Esser J.K. et al.* Strategies for Oligopoly Negotiations Involving Multiple Issues // Journal of Applied Social Psychology. 1991. P. 234-245.

16. *Maddux R.* Team Building (exercise in leadership) / R. Maddux, B. Wingfield. 1992. 256 p.

17. *Buunk B.P. et al.* Conflict Resolution Styles Attributed to Self and Partner in Premarital Relations // Journal of Social Psychology. 1990. P. 821-824.