

## РЕЧЕВЫЕ АКТЫ В СТРАТЕГИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ НА ПРИМЕРЕ БРИТАНСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

### SPEECH ACTS IN THE STRATEGY OF SELF-PRESENTATION IN BRITISH POLITICAL DISCOURSE

*O. Tarasova*

*Summary.* The article focuses on the analysis of the opening statements of the participants of British teledebates. The most common speech acts, used in different tactics of the strategy of self-presentation have been discovered. Not only verbal part of communication, its lexical and grammatical aspects, but also nonverbal components of communication, used by the speaker have been analyzed. Comprehensive analysis of all means of communication used by the speaker for effective communication is carried out.

*Keywords.* Speech act, speech strategies, speech tactics, political discourse, recipient, intention, illocutionary acts.

**Тарасова Олеся Николаевна**

*К.филол.н., доцент, Ивановский государственный  
политехнический университет  
olesyatarasova@rambler.ru*

*Аннотация.* В статье проведён анализ видеозаписи вступительного слова британских политических теледебатов. Выявлены наиболее характерные речевые акты, которые используются в речевых тактиках, посредством которых реализуется стратегия самопрезентации. Рассматривается не только вербальная составляющая коммуникации, лексические и грамматические приёмы, способствующие более сильному воздействию, но и невербальные компоненты, используемые говорящим. Проводится комплексный анализ всех средств, которые использует говорящий, для того, чтобы коммуникация была эффективной, и чтобы иллокутивная цель была достигнута.

*Ключевые слова:* речевой акт, речевые стратегии, речевые тактики, политический дискурс, адресат, интенция, иллокутивные акты.

**П**олитический дискурс в последнее время оказывается в центре внимания учёных-лингвистов как в России, так и за рубежом, что говорит об актуальности изучения данных вопросов. Сфера политики также является очень важной частью жизни людей, а участники политического дискурса, политики и аудитория, участвуют в коммуникации, когда целью одного из участников является оказание определённого воздействия, достижение иллокутивной цели. Коммуникация рассматривается как взаимодействие с другими людьми, как направленное на других действие, и как реакция на действия других людей. [7, с. 57]. От правильного выбора стратегий и тактик говорящим для воздействия на адресата зависит, насколько успешной будет коммуникация.

Целью данной работы является выявление наиболее характерных для стратегии самопрезентации речевых актов. Попытка провести комплексный анализ главных составляющих коммуникативного акта, а именно, речевого акта, речевой стратегии, вербальных и невербальных составляющих коммуникации составляет научную новизну исследования, поскольку такого анализа ранее не проводилось.

В качестве метода исследования выбран видеонализ, поскольку именно он даёт возможность рассмотреть коммуникативный акт в аспекте мультимодальной интеракции. Мы имеем возможность слышать коммуникантов, а также одновременно наблюдать за их невер-

бальными действиями. В случаях, когда говорит один из участников коммуникации, видеозапись позволяет наблюдать за поведением остальных участников коммуникации и оценивать эффективность оказываемого воздействия.

В структуре коммуникативного акта можно выделить следующие компоненты: речевая стратегия, которая может быть реализована использованием различных речевых тактик, которые, в свою очередь, состоят из речевых актов.

Минимальной единицей речевой деятельности, выделяемой и изучаемой в теории речевых актов, является речевой акт [6, 16]. Известно, что речевой акт ограничен не только устной речью, а возможны и невербальные действия, сопровождающие его [20].

Речевой акт — это очень сложное явление. В теории речевых актов можно выделить три уровня, или аспекта анализа речевого акта [8, 10, 11, 12]. Первый уровень — это, когда речевой акт исследуется как собственно говорение чего-либо. Рассматриваемый в этом аспекте, речевой акт выступает как локутивный акт (от латинского *locutio* «говорение») — это «речевой акт в отношении к используемым языковым средствам», по мнению И.М. Кобозевой [5]. Лингвистика на протяжении длительного времени была сосредоточена на изучении именно локутивного аспекта речевого акта.

Одновременно с говорением (по-латински *in locutio*) человек совершает еще и некоторое действие, имеющее внеязыковую цель: он информирует, отвечает или спрашивает, предупреждает и т.д. Иллокутивную цель рассматривают как некоторый «ментальный акт, совершение которого добивается от слушателя говорящий, или ментальное состояние, в которое говорящий намерен привести слушающего» [2]. Речевой акт с точки зрения его внеязыковой цели выступает как иллокутивный акт, что является вторым уровнем анализа речевого акта.

В основе речевого акта лежит интенция говорящего, т.е. желание, для реализации которого будут предприняты определённые шаги.

Принимая это во внимание, Сёрль разделил все иллокутивные акты на пять основных классов [10]: репрезентативы, комиссивы, директивы, декларативы, экспрессивы. Но в настоящее время существуют различные подходы к их классификации, например, некоторые исследователи выделяют семь основных речевых актов, добавив к вышеперечисленным рогативы и контактивы [17]. В данной работе мы будем придерживаться классической классификации, разработанной Сёрлем.

Наиболее распространённые речевые акты это репрезентативы. Они ориентированы от действительности к высказыванию и имеют целью отразить положение дел в мире. К репрезентативам относятся сообщения, описания, объяснения, отчёты, прогнозирования, осуждения, признания и др. Предикатом в репрезентативах являются глаголы в изъявительном и сослагательном наклонении, например: *отвечать, считать, информировать, констатировать* и др.

Следующий класс, директивы, имеют целью побудить слушающего делать или не делать что-либо, предполагают наличие у говорящего соответствующего желания, а их пропозициональное содержание всегда состоит в том, что адресат совершит или не совершит некоторое действие в будущем. К этому классу относятся просьбы, запреты, советы, инструкции, призывы и другие виды побудительных речевых актов.

Комиссивы, как и директивы, ориентированы от высказывания к действительности и используются говорящим с целью связать себя обязательством делать или не делать что-либо, предполагают наличие у него соответствующего намерения, и их пропозиция всегда имеет своим субъектом именно говорящего. Таким образом, можно сказать, что комиссивы являются директивами, но не по отношению к адресату, а по отношению говорящего к самому себе. К этому классу относятся в основном обещания, договорённости, угрозы.

Экспрессивы имеют своей целью выразить определенное эмоциональное состояние говорящего (чувство благодарности, сожаления, радости и т.п.) в качестве реакции на положение дел, определяемое в рамках пропозиции, например, чувство вины или благодарности за что-либо, или сожаление. Поскольку экспрессивы выражают эмоциональную реакцию говорящего на существующее положение дел, то их часто называют неинформативными актами речи, и они чаще всего выражаются различными этикетными фразами или клише, например, *благодарю, извините, сожалею* и т.д.

Пятый иллокутивный класс — декларации — отличается от остальных четырех по параметру связи с внеязыковыми институтами и вытекающей из этого факта спецификой соответствия между высказыванием и действительностью: объявляя (декларируя) некоторое положение дел существующим в реальном мире. Можно привести следующие примеры декларативов: объявление заседания открытым, назначение на должность, приговоры, объявление повестки дня и др. Следует отметить, что говорящему необходимо иметь определённый статус и социальное положение, чтобы речевой акт, произнесённый им, был успешным.

Теория речевых актов является источником научного интереса к тому, как говорящий пытается воздействовать на слушающего, как они взаимодействуют друг с другом.

Речевое воздействие — наука о выборе подходящего, адекватного способа речевого воздействия на личность в конкретной коммуникативной ситуации, об умении правильно сочетать различные способы речевого воздействия в зависимости от собеседника и ситуации общения для достижения наибольшего эффекта [15].

Различают два основных аспекта воздействия — вербальный и невербальный [15]. Вербальное (от латинского *verbum*, слово) воздействие — это воздействие при помощи слов. В этом случае имеет значение, в какой речевой форме коммуникант выражает свою мысль, в каких словах, в какой последовательности, как громко, с какой интонацией. Невербальное воздействие — это воздействие при помощи несловесных средств, которые сопровождают нашу речь (жесты, мимика, внешность говорящего, дистанция до собеседника и др.). Высказывание окажет большее влияние на адресата, если коммуникант при этом, например, улыбнётся, или дотронется рукой до собеседника, или будет пристально смотреть на него, или нахмурится. Важную роль играют и фонетические средства воздействия, такие как, громкость, темп речи и др.

Понятие воздействия тесно связано с такими терминами, как «речевая стратегия» и «речевая тактика».

Каждый участник дискурса выбирает определённые коммуникативные стратегии и тактики для оказания определённого воздействия на адресата для того, чтобы коммуникация была успешной, и чтобы он добился запланированного результата.

Стратегия может трактоваться как «свойство когнитивных планов», которые «представляют собой общую организацию некоторой последовательности действий и включают цель и цели взаимодействия [3, с. 272].

Т.А. Скопинцева определяет речевую стратегию как «способ формирования иллокутивных и пропозициональных компонентов высказывания, характерный для типового дискурса» [14, с.36].

О.С. Иссерс даёт следующее определение речевой стратегии — это совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего», а речевой тактикой называет «одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии». [4, с. 109]

Таким образом, рассмотрев различные подходы к определению речевых стратегий и тактик, можно сказать, что все они имеют нечто общее и рассматривают данные категории как род и вид, а также, что стратегия рассматривается как цепочка, последовательность действий, ведущих к реализации намеченной цели — «strategic goal» («стратегическая цель») [19, с. 48; 18, с. 15]. Данной совокупностью речевых действий (речевых актов) является коммуникативная тактика — «what to do now» («что делать сейчас»).

Большинство исследователей-лингвистов поддерживают данную точку зрения. Но, например, Формановская Н.И. считает, что стратегии связаны с общим замыслом конечной цели общения, а тактики представляют собой конкретные речевые ходы, соответствующие данной стратегии. Формановская Н.И. даже склонна объединять такие понятия, как «речевая тактика» и «речевой акт». [17]. Мы не согласны с данной точкой зрения и считаем, что речевая тактика состоит из речевых актов и тактических ходов, посредством которых реализуется определённая коммуникативная цель. Авторы Рытникова Я.Т., Борисова И.Н. имеют аналогичную точку зрения и в их понимании, понятие речевой тактики сближается с понятием речевого жанра и речевого акта например, речевой жанр угрозы, речевой акт угрозы в ТРА (Теория речевых актов). Но различие состоит в том, что термины «речевая тактика» и «речевая стратегия» обозначают более крупную единицу, чем речевой акт и речевой жанр [9, с. 94; 1, с. 22].

Задачей нашего исследования было выявить, какие речевые акты используются участниками политических теле-

дебатов на этапе вступительного слова, так называемого «opening statement». В проанализированном видеосюжете, мы посмотрели выступления семи представителей различных партий. Стратегия самопрезентации в рассмотренном нами видеосюжете реализуется чаще всего тактиками солидаризации, обещания и выгодного сравнения.

Одними из распространённых речевых актов для политического дискурса в целом и для стратегии самопрезентации в частности являются комиссивы. Это неудивительно, поскольку по своему значению этот вид речевых актов предполагает то, что говорящий связывает себя определёнными обязательствами, даёт обещания — это как раз то, что предполагает предвыборная кампания. Комиссивы характерны для тактики обещания, которая тоже достаточно часто применяется политиками.

Ярким примером использования данной тактики, которая была построена на комиссивах, является выступление Ника Клегга. Практически все предложения в его вступительной речи представляли собой комиссивы, обещания того, что он будет или не будет делать. Оратор использует разнообразные лексические обороты для того, чтобы рассказать избирателям о своих намерениях: “I’m not gonna pretend...” («Я не собираюсь притворяться...»); “What you will get from me...” («Что вы получите от меня...»); “I will always act responsibly” («Я всегда буду действовать ответственно»); “I will never let anyone else...” («Я никогда никому не позволю...»); “I will always act fair” («Я всегда буду действовать справедливо») и другие. Для того, чтобы сблизиться с электоратом, он даже использует грамматически не совсем корректную, но весьма употребимую в разговорной речи форму “I’m not gonna...” («Я не собираюсь...»), которая представляет собой сокращение от “I’m not going to...”.

Особое внимание следует обратить на то, что говорящий сопровождает данный вид речевого акта жестовыми НВК: руки коммуниканта или направлены к зрителям или используется жест-«щепотка» для того чтобы, подчеркнуть главную мысль. Это является весьма символическим, поскольку говорящий даёт обещания избирателям и именно поэтому протягивает руки к ним для того, чтобы оказать на них большее воздействие. Зрительный контакт со зрителями играет очень важную роль, и мы можем наблюдать за тем, как Ник Клегг серьёзно и сосредоточенно смотрит на аудиторию.

Тактика солидаризации подразумевает стремление говорящего отождествлять себя с определённым, «своим» кругом лиц. Это может быть, например, партия, представителем которой он является, или избиратели. Отождествление себя с аудиторией может способствовать принятию избирателями «выгодной для говорящего интерпретации действительности» [13, с. 187].

Характерными речевыми актами для тактики солидаризации являются репрезентативы, например в речи Найджела Фэрреджа: "We believe we're good enough to do that" («Мы считаем (верим), что мы достаточно хороши, чтобы сделать это») (Перевод с английского на русский выполнен автором Тарасовой О.Н.). Тактика солидаризации в данном примере реализуется с помощью местоимения "we" («мы»), которое помогает говорящему отождествить себя с партией, которую он представляет на выборах. В вербальной части используется положительно маркированная лексика, которая помогает создать позитивный образ партии у избирателей. Репрезентатив сопровождается невербальной частью, а именно жестовым компонентом коммуникации: говорящий протягивает руки в сторону зрителей, таким образом солидаризуясь уже и с ними. Кроме того, в описываемом примере мы видим лексический повтор: «we believe» («мы верим»). Он несколько раз используется в репрезентативах и способствует оказанию большего влияния на адресата, помогает убедить избирателей в правильности тех слов, которые говорит представитель партии и поверить в них.

Для тактики солидаризации характерным также является использование директивов, в основном призывающих адресата к какому-либо действию. Например, рассмотрим директив из речи Дэвида Кэмерона: "I'd say, let's not go back to square one, Britain can do so much better than that!" («Я бы сказал, давайте не будем возвращаться к прошлому, в Британии всё может быть намного лучше, чем раньше!»). Данный директив интересен тем, что он побуждает к действию не только слушателей, а говорит о совместных действиях («давайте сделаем это вместе») участников коммуникации, что должно способствовать успешной реализации тактики солидаризации с избирателями.

Особенностью директивов для тактики солидаризации является то, что они, как мы только что отметили, или призывают к совместному действию или побуждают к действию адресата, но в вежливой форме, например: "But, please, remember..." («Но, пожалуйста, помните...»). Данный способ воздействия в рамках политического дискурса также является весьма эффективным. Кроме вербальных компонентов, отметим ещё и использование говорящим невербальных средств дополнительно воздействия, например, миремический НВК — взгляд,

направленный на избирателей, который имеет контакто-устанавливающую функцию.

В случаях, когда директив представляет собой только побуждение к действию адресата, например: "Vote for change, vote green" («Голосуйте за перемены, голосуйте за зелёных»), отсутствие вежливого обращения к аудитории компенсируется невербальным компонентом коммуникации — улыбкой. Как известно, улыбка способствует созданию положительной эмоциональной реакции у адресата, а значит, увеличению шансов на то, что коммуникация будет успешной.

Ярким примером, который может проиллюстрировать тактику выгодного сравнения, является речь Дэвида Кэмерона, в которой он говорит о положении дел в стране пять лет назад и сейчас. Для данной тактики характерно использование репрезентативов: "We had millions of people unemployed" («У нас были миллионы безработных людей»); "We've cut taxes for thirty million working people." («Мы сократили налоги для тридцати миллионов работающих людей...») и др. В репрезентативах в речи Кэмерона используется достаточно много отрицательно маркированной лексики, когда говорится о том, что было раньше и сравнивается с тем, как хорошо стало жить сейчас. Таким образом, тактика выгодного сравнения проявляется на вербальном уровне. Из невербальных компонентов коммуникации оратор использует в основном миремический НВК — серьёзный взгляд на зрителей.

В заключение можно сказать, что для успешного воздействия на избирателей политические деятели используют целый спектр различных приёмов. Мы постарались выявить наиболее распространённые, как вербальные, так и невербальные. Для стратегии самопрезентации характерно использование говорящим таких речевых актов, как репрезентативы, директивы и комиссивы. Часто используются коммуникантами лексико-грамматические повторы или лексика с положительной семантикой для оказания воздействия на адресата. Сопровождаются данные речевые акты чаще всего такими невербальными компонентами, как жестовые НВК (движения руками), миремический (взгляд), мимический (улыбка). Именно использование различных каналов и способов воздействия в комплексе позволяет достичь максимального результата.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Борисова, И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге // Русская разговорная речь как явление городской культуры. Екатеринбург, 1996. С. 21–48.
2. Вендлер З. «Иллокутивное самоубийство» // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16: Лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. С. 238–250.

3. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. С. 312.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. // Омск: Изд-во ОмГУ. 1999. С. 285.
5. Кобозева И.М. «Теория речевых актов» как один из вариантов теории речевой деятельности. // Новое в зарубежной лингвистике, т. 17. М., 1986. С. 7–21.
6. Колшанский Г. В. Паралингвистика. М., 1974. С. 79.
7. Коробова О. В. Когнитивные технологии построения, трансляции и восприятия концептуальных систем участников мультимодальной интеракции // Вестник Волгогр. Гос. ун-та. Сер.2, Языкознание. 2014. № 4 (23). С. 56–63.
8. Остин Дж. Л. Слово как действие. // Новое в зарубежной лингвистике, т. 17. М. 1986. С. 181.
9. Рытникова, Я. Т. Русская разговорная речь как явление городской культуры. Екатеринбург, 1996. С. 94–115.
10. Сёрль Дж. Р. Классификация иллокутивных глаголов. // Новое в зарубежной лингвистике, т. 17. Теория речевых актов. М., 1986. С. 181.
11. Сёрль Дж. Р. Косвенные речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике, т. 17. Теория речевых актов. М., 1986. С. 181.
12. Сёрль Дж. Р. Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике, т. 17. Теория речевых актов. М., 1986. С. 181
13. Семкин М. А. Коммуникативные стратегии и речевые тактики конфронтационных электоральных риторик (на материале третьего этапа дебатов президентской предвыборной кампании США 2012 г.) // Политическая лингвистика. № 1 (47). 2014
14. Скопинцева, Т. А. Речевые стратегии британских парламентариев в ходе обсуждения бюджета [Текст] / Т. А. Скопинцева: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / ИГЛУ. Иркутск, 1998. С. 137.
15. Стернин И. А. Речевое воздействие как интегральная наука. Воронеж, 2012. С. 178.
16. Сусов И. П. Семантика и прагматика предложения. Калинин, 1980. С. 51.
17. Формановская Н. И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц обучения. М.: Ин-т русск.яз. 1998. С. 291.
18. Craig, R. T. Conversational coherence: Form, structure, and strategy. — Beverly Hills, CA: Sage, 1983. — P. 10–22.
19. Jacobs, S., Jackson S. Conversational coherence: Form, structure, and strategy. — Beverly Hills, CA: Sage, 1983. — P. 47–66.
20. Lyons N. Emotion. Cambridge, 1980.

© Тарасова Олеся Николаевна (olesyatarasova@rambler.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



mr-aviaman.livejournal.com Bezrukov Pavel

Г. Иваново