

УДК 81'42

ЖАНРОВОЕ ПРОСТРАНСТВО АМЕРИКАНСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

СПИРИДОВСКИЙ Олег Владимирович,

кандидат филологических наук, доцент кафедры теории перевода и межкультурной коммуникации,
Воронежский государственный университет

АННОТАЦИЯ. Настоящая статья посвящена рассмотрению проблем политической лингвистики, в частности, президентского политического дискурса США. Обсуждаются вопросы специфики жанрового пространства президентского дискурса США. Доказывается, что оно состоит из трёх основных частей – агональных (состязательных), ритуальных и ориентационных жанров. Каждая из них обеспечивается определёнными стратегиями и лексическими способами выражения главных коммуникативных мотивов политического общения, таких как соперничество, интеграция и информирование.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политическая коммуникация, президентский дискурс, жанр, состязательность, интеграция.

THE GENRE SPACE OF THE AMERICAN POLITICAL DISCOURSE

SPIRIDOVSKY O.V.,

Cand. Philolog. Sci., Docent of the Department of Translation Theory and Intercultural Communication,
Voronezh State University

ABSTRACT. The article deals with the problems of political linguistics based on the presidential political discourse of the USA. The specifics of the genre space of the American presidential political discourse are also discussed. The author claims that it consists of the three basic parts, namely the competitive, the ritual and the orientational genres, each of which is sustained by particular communicative strategies and lexical means expressing the chief motivations of the political communication.

KEY WORDS: political communication, presidential discourse, genre, competition, integration.

В числе ключевых вопросов, обсуждаемых в современной лингвистике (в особенности её антропоцентрической парадигме), в последнее время оказывается проблема структурирования и описания социально ориентированной коммуникации. Как известно, социальные и профессиональные традиции задают свои правила организации и языкового оформления коммуникативных событий в различных сферах [2; 3; 9; 16], в частности, в сфере политики. Последняя получает детальное освещение в работах отечественных и зарубежных лингвистов. В России наибольший вклад в разработку проблем политической лингвистики внесли представители научных школ Волгограда и Екатеринбурга [1; 5; 6]. В их работах чётко прослеживается линия изучения политической коммуникации как структурированного семиотического пространства, складывающегося из различных жанров и риторических произведений.

Исходя из того, что семиотика – это наука о знаках и знаковых системах, попытаемся определить означаемое основных знаков политической коммуникации. В качестве **материала исследования** нами был избран президентский политический дискурс США как страны с давними и устойчивыми традициями функционирования различных институтов политики, не в последнюю очередь поддерживаемых именно коммуникативными способами. **Актуальность** настоящего исследования обусловлена тем, что институт президентства США в последнее время неизменно привлекает к себе повышенное внимание специалистов в области социологии, политологии, лингвистики как яркий пример реали-

зации основных функций власти с помощью риторических стратегий и тактик.

Целью проводимого исследования служит моделирование современного жанрового пространства президентского дискурса США. Американская лингвокультура содержит достаточное количество примеров разнообразных жанровых форматов и разновидностей политической коммуникации, в особенности в сфере президентского политического дискурса.

Как глава государства президент принимает участие в коммуникации, осуществляемой между институтом власти, который он представляет, и народом, используя при этом различные риторические стратегии и тактики. Задачи, а, следовательно, и способы этого общения, между тем, могут быть весьма разнородными – от информирования граждан до воздействия на общественное мнение и прямого побуждения к тем или иным действиям.

По мнению Е.И. Шейгал, существует определённая корреляция между целью коммуникации и определённым жанром коммуникации (в другой терминологии – типом текста, форматом общения). В частности, сама суть политического дискурса наиболее отчётливо проявляется в **агональных** (состязательных) жанрах политики [6]. К их числу можно отнести целый ряд конкретных жанров, нацеленных на получение власти в условиях предвыборной полемики, соперничества между кандидатами и оппонировающими сторонами. В известном смысле, в данном случае мы имеем дело с прототипической ситуацией реализации базовой интенции политического дискурса – продвижении собственного имиджа и нивелировании имиджа соперника. Агональность как постоянная особенность президентских кампаний именно в США отмечается мно-

гими исследователями американского политического дискурса [7; 8; 15].

Президентские кампании в особенности широко освещаются СМИ именно как зрелище и состязание, что даёт повод сегодня говорить о нежизнеспособности политики без учёта медийного фактора. Так, в последние десятилетия американские президентские теледебаты приобрели характер циклического коммуникативного события, получающего пристальное внимание как СМИ, так и самых широких групп населения. Достаточно сказать, что президентские дебаты между Хиллари Клинтон и Дональдом Трампом осенью 2016 года посмотрели 84 млн телезрителей (и это без учёта аудитории Интернет-пользователей).

Далее мы охарактеризуем предвыборные теледебаты кандидатов в президенты с позиций общих признаков этого жанра. С целью выявления специфики всех необходимых параметров агональных жанров политического дискурса нами были исследованы теледебаты между Хиллари Клинтон и Дональдом Трампом, которые состоялись осенью 2016 года. Суммарная продолжительность этих теледебатов составляет 270 минут.

Американские предвыборные теледебаты кандидатов в президенты, послужившие материалом для нашего исследования, состоялись 27 сентября, 9 октября и 19 октября. Местом проведения теледебатов поочередно становились университеты штатов Нью-Йорк, Миссури и Невада. Общее время теледебатов было поделено на 6 фрагментов, каждый из которых обсуждался в течение 15 минут. Теледебаты в США проводились согласно весьма строгим постоянным хронологическим правилам, установленным заранее. Контроль соблюдением этих правил был возложен на ведущего и электронную систему сигналов, установленную на трибуне каждого кандидата. Вторые теледебаты отличались большей интерактивностью: часть вопросов приходила из аудитории, сидевшей перед политиками и задававшей тематические границы общения.

На наш взгляд, хронотоп президентских теледебатов заслуживает особого внимания ещё и с учётом их положения в избирательной кампании. Разумеется, в конечном счёте, теледебаты ориентированы на конкретный акт выбора какого-либо кандидата, но сегодня, когда кампании продолжаются месяцами, момент реального выбора от момента проведения теледебатов достаточно отдалён. Поэтому очевидно, что кандидат, постоянно напоминающий избирателям о себе, вряд ли завоюет симпатии избирателей. Этим фактором времени и объясняется неизбежное присутствие в жанре президентских предвыборных теледебатов определённой допустимой доли ритуальности. Например, кандидаты неизменно подчёркивают, что главное для них – это внимание и отклик всех американцев, их таланты, навыки и энергия, а их политические взгляды и партийная принадлежность не играют никакой роли [12, с. 18].

С нашей точки зрения, приведённый выше пример не означает искажения принципиальной жанровой сущности президентских теледебатов, т.е. их агональная стратегическая направленность сохраняется.

Для американских предвыборных президентских кампаний характерно участие представителей двух ведущих партий США – Демократической и Республиканской. В 2016 году теледебаты также проходили между двумя участниками – Хиллари Клинтон от Демократической партии и Дональдом Трампом от Республиканской партии. Их ведущими

выступили опытные политические обозреватели Лестер Холт, Марта Раддацци Крис Уоллес. В 2016 году кандидат от Демократической партии Х. Клинтон предстала перед избирателями как бывшая первая леди Арканзаса и США, сенатор от штата Нью-Йорк и, конечно же, Государственный секретарь США. Последнее предполагает достаточно уязвимое положение Х. Клинтон перед ожидаемой критикой со стороны кандидата Д. Трампа, поскольку работа в команде любого уходящего президента США – это, безусловно, существенный риск, сопряжённый с большими репутационными потерями.

Очевидно, именно этим следует объяснить данные проведённого нами анализа, которые показывают, что количество завершённых смысловых фрагментов, содержащих критику, составило 12 в дискурсе Д. Трампа и 5 – Х. Клинтон в первом раунде теледебатов, 15 против 7 во втором раунде и 16 против 8 в третьем. Следовательно, коммуникативную роль Х. Клинтон можно охарактеризовать как роль защищающегося, оправдывающегося участника теледебатов, а коммуникативную роль Д. Трампа – как роль критика, которому намного проще отдалиться от неудачных действий администрации Б. Обамы: “Our country is indeed trouble. And what those countries like China are doing to us is a very, very sad thing” [10, с. 8] («Наша страна в большой беде. И то, что с нами делают такие страны, как Китай, очень и очень печально», **здесь и далее – перевод наш, О.В.С.**). Или “Our jobs are fleeing the country. They are going to Mexico. They are going to many other countries. They are gone. And, Hillary, I’d just ask you this. **You’ve been doing this for thirty years.** Why are you just thinking about these solutions right now?” [10, с. 15] («Мы теряем наши рабочие места. Мы отдаём их Мексике. Мы отдаём их многим другим странам. Мы их потеряли. И вот о чём я хотел бы спросить Хиллари. **Она причастна к этому все последние тридцать лет.** Почему же она задумалась о решении этой проблемы только сейчас?»).

В свою очередь, оппоненту Д.Трампа остаётся только сослаться на собственный политический опыт, вспоминая, например, работу в Сенате США: “**When I was in the Senate,** I had a number of trade deals that came before me, and I held the mall to the same test. Will they create jobs in America? Will they raise incomes in America? An dare they good for our national security? **Some of them I voted for**” [10, с. 18] («**Когда я работала в Сенате,** мне приходилось рассматривать множество торговых сделок, и я всегда спрашивала себя об одном и том же. Помогут ли они создать рабочие места в Америке? Повысят ли они уровень доходов наших граждан? Хороши ли они с точки зрения национальной безопасности? **За некоторые из них я проголосовала**»). В данном примере мы наблюдаем использование параллельных синтаксических конструкций для привлечения внимания аудитории.

Следующей тактикой Х.Клинтон в противостоянии со своим оппонентом является дискредитация Д.Трампа как кандидата, не способного управлять страной в силу сомнительных личностных качеств. Так, второй раунд президентских теледебатов начинается именно с критики личности Д. Трампа: “With prior Republican nominees for president, I disagreed with them in politics, policies, principles, but I never questioned their fitness to serve. **Donald Trump is different. I said that he was not fit to be president and commander in chief.** What we all saw

and heard on Friday was Donald talking about women, what he thinks about women, what he does to women, and he has said that the video doesn't represent who he is. **We have seen him in sult women**" [11, с. 24] («Что касается предыдущих кандидатов в президенты от Республиканской партии, то я не соглашалась с ними по многим политическим и другим принципиальным вопросам, но я никогда не ставила под сомнение их способность выполнять свои профессиональные обязанности. **Дональд Трамп отличается от всех них. Я говорила, что он не способен быть Президентом и Верховным Главнокомандующим.** То, что мы все увидели и услышали в пятницу, ещё раз подтверждает, что Дональд думает о женщинах и как он себя с ними ведёт. **Мы видели, как он оскорбляет женщин**»). Х. Клинтон продолжает делать акцент на репутации Д. Трампа и в завершающем раунде теледебатов, заявляя о том, что на самом деле Дональд Трамп пытается возвысить себя за счёт унижения женщин [12, с. 10]. Данные примеры подтверждают, на наш взгляд, мысль о том, что полемика в президентских кампаниях сосредоточена вокруг как личностных, так и профессиональных качеств кандидатов. Сама ситуация критики и защиты от неё – также одна из констант коммуникации (вспомним в этом контексте о базовых поведенческих стратегиях агрессии и примирения), выражающая состязательную сущность мира политики. Именно конкурентная борьба за голоса избирателей становится в этом мире ключевым мотивом принимаемых решений и совершаемых действий, в том числе действий вербальных.

Принципиально другой случай коммуникации представляют собой **ритуальные** (в другой терминологии – фатические) жанры политического дискурса. Они обеспечивают потребности иного рода, связанные с сохранением статусных и властных отношений, а не с борьбой за их изменение. Балансациональных и ритуальных жанров, на наш взгляд, отражает закономерности в динамике процессов в политической сфере. Так, политическое соперничество и соревнование за голоса избирателей неизбежно сменяются стадией стабилизации, на которой сложившиеся принципы политического устройства уже не оспариваются. Мы считаем, что переход на такую стадию предполагает и изменения речевых стратегий участников политического дискурса, и рассмотрим эти изменения на примере американской президентской политической коммуникации. Как показал наш опыт комплексного описания жанрового пространства политического дискурса США и других стран [4, с. 65-104], именно жанры ритуального (фатического) характера обладают наибольшей частотностью и коммуникативной востребованностью. В США существуют традиционные и устоявшиеся жанры и форматы общения неконфронтационного характера. Это прежде всего инаугурационное обращение президента США, традиционное субботнее обращение президента, торжественная риторика, преследующая цель сплочения и консолидации граждан и лидера страны.

Так, в формате инаугурационного обращения обращает на себя внимание большое количество маркеров интеграции, подчёркивающих единство отправителя и получателя сообщения. Вступающий в должность президента Дональд Трамп заявляет не о передаче власти от одной администрации другой, а о возвращении власти гражданам США, о том, что интересы обычных граждан США больше нико-

гда не будут забыты и день инаугурации запомнится в истории именно этим [14, с. 4].

Далее Д. Трамп продолжает говорить о том, что Америка непобедима, потому что люди объединяются вокруг общих целей и ценностей: **"We all enjoy the same glorious freedoms and we all salute the same great American flag and whet her a child is born in the urban sprawl of Detroit the winds wept plains of Nebraska, they look at the same night sky, and dream the same dreams, and they are in fused with the breath by the same Almighty Creator"** («Мы все можем пользоваться одними и теми же свободами, и мы все чтим один и тот же великий Американский флаг. И неважно, родился ли человек в урбанистической застройке Детройта или в прерии Небраски, он живёт под одним и тем же ночным небом, мечтает об одном и том же будущем и им движет воля одного и того же Всемогущего Создателя»). Иными словами – **"When America is united, America is totally unstoppable"** [14, с. 5] («Когда Америка едина, её абсолютно невозможно остановить») – именно так Д. Трамп завершает своё обращение к согражданам 20 января 2017 года.

К числу наиболее типичных маркеров интеграции можно отнести такие лексемы, как **"we", "our", "shared", "both", "united"** и т.д. [6]. В инаугурационном обращении Д. Трампа мы находим пример повтора лексемы **"together"** в сочетании с конструкцией будущего времени **"Wewill"**: **"Together we will determine the course of America for many, many years to come. Together we will face challenges"** («**Вместе мы определим** путь Америки на многие годы вперёд. **Вместе мы справимся** с трудностями»). Стоит отметить, что повторы (лексические и синтаксические) – это вообще характерная особенность риторики Д. Трампа. Взятые вместе они обеспечивают эффект убеждения или, по меньшей мере, риторического напора, столь важного для продвижения идей Д. Трампа.

Например, в следующем фрагменте мы видим пример обращения к гражданам США с использованием вариативного анафорического повтора: **"Your voice, your hopes and dreams will define your American destiny. Your courage, goodness and love will forever guide us along the way"** («**Ваш голос, ваши надежды и мечты определяют вашу** общую американскую судьбу. **Ваше** мужество, добродетель и любовь **будут вечно вести** нас по этому пути»). В данном случае грамматические конструкции будущего времени формируют представление о том, что будущее США полностью зависит от участия всех американцев в жизни страны.

Итак, общение в жанре президентского инаугурационного президентского обращения в лингвокультуре США строится на основе утверждения единства обеих сторон коммуникации – и отправителя (президента), и получателя (народа). Это объясняется спецификой хронотопа общения – Д. Трамп находится в положении уже избранного лидера страны, чья победа на выборах не может быть поставлена под сомнение. Ситуация общения носит принципиально неконфронтационный характер.

Ещё одним интересным примером ритуального жанра, обладающего большим потенциалом интегративности, служит традиционное субботнее видеообращение президента США. Этот жанр характерен именно для американской политической культуры и имеет давнюю историю. Традиция циклического обращения к своим согражданам возникла во время президентства Ф.Д. Рузвельта. Несмот-

ря на дискуссии относительно самой возможности называть подобное, преимущественно монологическое общение полноценной двусторонней коммуникацией, мы считаем допустимым говорить о термине «коммуникация» применительно к общению по линии «президент – народ», поскольку в любом случае и монологическое высказывание, по известной цитате М.М. Бахтина, «чревато ответом» в виде, например, выбора или невыбора того или иного политика как кандидата при голосовании.

Как правило, президентские субботние видеообращения посвящены определённой теме и начинаются с констатации какого-либо факта или события. По сути, новизна в таком жанре коммуникации почти не прослеживается, т.к. в условиях современного мира СМИ гораздо раньше, чем другие участники политической коммуникации, информируют граждан о произошедших событиях. Уже одно это обстоятельство ставит под сомнение информативность жанра президентского субботнего видеообращения и заставляет отнести такие риторические произведения к фатическим жанрам, обладающим банальностью содержания, но существенным потенциалом ритуальности. Само событие такого обращения заключается в том, каким способом президент реагирует на ту или иную новость, либо в самом факте реагирования.

Как и в случае инаугурационного обращения, субботнее видеообращение президента США обнаруживает существенный потенциал единения, подкрепляемый знаками интеграции. Мотивы патриотизма и консолидации страны вокруг той или иной общей идеи звучат более или менее отчётливо в каждом видеообращении, посвящённом какому-либо празднику или проблеме международной политики. Например: “As Americans, each of us has our own list of things and people to be thankful for. But the reare some blessings **we all share**” [13, с. 28] («У каждого американца есть свои люди, которым он благодарен, и есть дела, за которые он благодарен. Но у всех нас есть и общие дары и дарители»). В этом же видеообращении, посвящённом Дню Благодарения, президент Б. Обама акцентирует внимание слушателей на необходимости следовать **общим идеалам и ценностям**, на которых воспитаны все американцы.

В субботнем видеообращении президента США Барака Обамы от 25 июня 2011 года мы находим большое количество примеров маркеров интеграции, подчёркивающих единение всех без исключения американцев, находящихся дома или вдали от родины, военных или гражданских: “Is poke about our way for wardin Afghanistan, and I said that because of the extraordinary work of **our menand women inuniform, civilians**, we will soon begin **bring in gour troop shome**, just as we have begun doing in Iraq” [13, с. 23] («Я говорил о нашем продвижении в Афганистане, имея в виду, что благодаря великолепной работе **наших военных и гражданских сотрудников** наши войска скоро начнут **возвращаться домой**, как это происходит в Ираке»).

Наконец, третьей частью жанрового пространства президентского политического дискурса США являются **ориентационные жанры**. По данным нашего анализа, их количество, безусловно, не может сравниться с наиболее частотными ритуальными жанрами, но в то же время оно намного превышает показатели агональных (сопоставительных) жанров [4, с. 97-98]. К их числу относятся пресс-конференции, интервью, доклады лидера страны, т.е. такие жанры, в которых реализуется информационный мотив

продвижения идей и мнений президента относительно происходящих событий (впрочем, содержательная банальность, на наш взгляд, зачастую характерна и для этих жанров, поскольку многие коммуникативные события с участием президента во многом режиссируются заранее и скорее лишь **производят впечатление новизны**).

Классическими примерами ориентационных жанров можно считать такие обращения, как речь президента США Дж. Кеннеди в связи с Карибским кризисом, речь американского президента Р. Никсона о продолжающейся войне во Вьетнаме (“Vietnamization speech”), телеобращение к нации немецкого президента Х. Кёлера по случаю отпуска Бундестага.

Все эти обращения объединяет стремление президента добиться реализации своего права на информирование граждан страны о своих инициативах и принятых решениях. Это важный компонент деятельности политического лидера, т.к. именно таким способом он, по сути, напоминает аудитории о том, что он активен и выполняет возложенные на него обязанности. Например, президент Д.Трамп сообщает о своей позиции относительно действий США в сфере ядерной безопасности и разоружения следующим способом: “OnJanuary 27, 2017, inone of my first actsin office, **I directed Secretary of Defense Jim Mattis to conduct a Nuclear Posture Review (NPR)**. After a year of thorough analysis and careful deliberations across our government, today, **my Administration is anouncing the conclusion soft his review**” [14, с. 59] («27 января 2017 года в качестве одной из первых своих инициатив я дал распоряжение министру обороны **Джиму Мэттису осуществить** Обзор Конфигурации Ядерных Сил. Сегодня после года тщательного анализа и взвешенного рассмотрения вопроса **моя администрация объявляет результаты** этого обзора»).

Предшественник Д. Трампа Б. Обама в своём интервью заявляет об особом внимании, которое он уделяет развитию американского бизнеса в соответствии с национальными интересами США: “This week, **I invite dexecutives from businesses** that are in sourcing jobs to a for umatthe White House. **I told those CEOs what I’ll tell any business leader**: ask yourself what you can do to bring more jobs back to the country that made your success possible. That’s why, in the next few weeks, **I will put forward new tax proposalsthat reward companies** that choose to do the right thing by bringing jobs home and investing in America – **and eliminate tax breaks for companies** that move jobs overseas” [13, с. 45] («На этой неделе я **пригласил представителей деловых кругов**, которые поддерживают американское производство, на форум в Белый Дом. **Я сказал этим руководителям то же, что я скажу любому бизнесмену**: спросите себя, что вы можете сделать для возвращения рабочих мест в страну, которой вы обязаны своим успехом. Именно поэтому в течение ближайших недель я **выступлю с новыми налоговыми предложениями, которые поощрят компании**, возвращающие рабочие места в Америку, и **отменят налоговые льготы для компаний**, которые уводят рабочие места за рубеж»).

Эти и другие подобные им примеры свидетельствуют о коммуникативной востребованности ориентационных жанров, предоставляющих президенту возможность для сообщения о своих действиях и выражения собственной точки зрения.

Подводя итог нашего анализа президентской политической коммуникации США как жанрового

пространства, необходимо отметить, что оно складывается как результат взаимодействия трёх основных жанровых разновидностей – агональных, ритуальных и ориентационных. Каждая из них обеспечивает различные коммуникативные мотивы и потребности. Так, агональные жанры как прототип

политического общения предлагают пространство для диалога двух оппонентов, ритуальные помогают сохранить накопленный потенциал власти и укрепить единство нации, а ориентационные дают возможность презентации своей позиции и программы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Будаев, Э.В. Сопоставительная политическая метафорология [Текст] / Э.В. Будаев. – Нижний Тагил: НТГСПА, 2011. – 330 с.
2. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
3. Карасик, В.И. Языковые ключи [Текст] / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2009. – 406 с.
4. Спиридовский, О.В. Лингвокультурные характеристики президентской риторики как вида политического дискурса [Текст] / О.В. Спиридовский. – Воронеж: Наука-Юнипресс, 2011. – 173 с.
5. Чудинов, А.П. Политическая лингвистика: учебное пособие [Текст] / А.П. Чудинов. – М.: Флинта, 2012. – 256 с.
6. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса [Текст] / Е.И. Шейгал. – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.
7. Boller, P.F. Presidential campaigns from George Washington to George W. Bush / P.F. Boller. – New York: Oxford University Press, 2004. – 479 p.
8. Dworkin, R.A. A badly flawed election / R.A. Dworkin. – New York: Free Press, 2002. – 229 p.
9. Fairclough, N. Peripheral Vision: Discourse Analysis in Organization Studies / N. Fairclough // The Case for Critical Realism. Organization Studies. – London: Sage Publications Inc, 2005. – P. 915-939.
10. <https://www.politico.com/story/2016/09/full-transcript-first-2016-presidential-debate-228761> (дата обращения: 30.03.2018).
11. <https://www.politico.com/story/2016/10/2016-presidential-debate-transcript-229519> (дата обращения: 30.03.2018).
12. <https://www.politico.com/story/2016/10/full-transcript-third-2016-presidential-debate-230063> (дата обращения: 30.03.2018).
13. <https://www.whitehouse.gov/issues/economy-jobs/> (дата обращения: 30.03.2018).
14. <https://www.whitehouse.gov/issues/national-security-defense/> (дата обращения: 30.03.2018).
15. Mille, M.C. The Bush dyslexicon. Observations on a National Disorder / M.C. Miller. – New York: WW. Norton and Company, Inc, 2002. – 370 p.
16. Stubbs, M. Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language / M. Stubbs. – Oxford: Blackwell, 1983. – 272 p.