

ИНФОРМАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ США

© 2011 Е.Р.Левенкова

Поволжская государственная социально-гуманитарная академия

Статья поступила в редакцию 25.04.2011

В статье анализируются приемы реализации информационной стратегии в профессиональном политическом дискурсе США. Цитации, представленные различными видами интертекстуальных внесений, рассматриваются как средство осуществления трех дискурсивных тактик: документирующей, автоцитации и авторитетного источника. Изучаются персуазивные возможности интертекстов, а также способы, позволяющие скрывать манипулятивное воздействие при информировании.

Ключевые слова: Коммуникативная стратегия, тактика, прием; цитата, интертекст, политический дискурс.

Современный политический дискурс определяется как дискурс стратегического планирования¹. Среди коммуникативных стратегий политической коммуникации особое место принадлежит стратегии, направленной на создание информативной насыщенности текста. Информирование связано с приведением данных и фактов без выражения отношения к ним говорящего². Информирование общественности о деятельности институтов власти имеет место в публичной коммуникации политических лидеров, выступающих как «коллективный субъект», т.е. в институциональном политическом дискурсе. Современные политические лидеры США активно используют в своей речи цитирование при информировании адресата. Введение в текст выступления «чужого слова» обусловлено способностью цитаты, как эталона интертекста, обеспечивать аргументативную поддержку воздействия. Интертексты, принимающие форму прямого, косвенного, фрагментарного цитирования, придают убедительность и доказательность взглядам и мнениям политиков, поскольку «цитирование является одним из видов аргументации»³.

Если в классической риторике, к которой восходит теория аргументации, доминировал логический подход, то в современных условиях логические правила составляют лишь основу

аргументации на естественном языке, имеющей преимущественно ценностную ориентацию⁴. Аргументация является одним из трех вербальных способов убеждения (наряду с доказательством и пропагандой), или трех речевых актов, посредством которых достигается перлокутивный эффект убеждения. Аргументируются те суждения, которые невозможно доказать дедуктивным методом, т.е. невозможно установить их истинность. Причину существования когнитивного и языкового феномена аргументации наиболее четко формулирует Д.Шиффрин: «[Утверждения об] убеждениях, мнениях, суждениях и чувствах отличаются от утверждений о фактах тем, что они являются репрезентациями внутренних, когнитивных состояний и не могут быть наблюдаемы или верифицированы. Отметим парадокс: поскольку убеждения – информационная собственность говорящего, он имеет неотъемлемое право придерживаться их. Но поскольку эти убеждения недоказуемы, также и другие не могут быть лишены права сомневаться в их валидности»⁵. Таким образом, убедить посредством аргументации значит привести систему оценок объекта убеждения в соответствие с таковой субъекта убеждения⁶.

Как показывает проведенный нами анализ речей политических лидеров США на рубеже XX – XXI веков, убеждающий потенциал институциональной политической коммуникации США во многом определяется интертекстуаль-

⁰ Левенкова Елена Романовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка.
E-mail: elena_lubkova@mail.ru

¹ Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: Автореф. дисс. д-ра филол. н. – Волгоград: 2004. – С.31.

² Михалева О.Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: Дис. канд. филол. н. – Иркутск: 2004. – С. 78.

³ Гусев С.С. Цитирование как способ аргументации // Речевое общение и аргументация. – Амстердам; СПб.: 1992. – С. 44.

⁴ Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации. – Киев: 1997. – С. 41.

⁵ Schiffrin D. Everyday Argument: The Organization of Diversity in Talk // Handbook of Discourse Analysis III / Ed. T.A. van Dijk. London: Academic Press, 1985. – P.37.

⁶ Бокмельдер Д.А. Стратегии убеждения в политике: Анализ дискурса на материале соврем. англ. яз.: Автореф. дисс. канд. филол. наук. – Иркутск: 2000. – С.10.

ными фрагментами, реализующими информационную стратегию. В американском политическом дискурсе (АПД) информационная стратегия реализуется тактиками документирования, авторитетного источника и автоцитации. Документирующая интертекстуальность в президентской коммуникации представлена ссылками на государственные документы США и международных организаций. Документирующие интертексты, как правило, информируют граждан об основных положениях законодательных документов:

«And we have taken the further step of requiring that each and every recipient of Federal funds ... must post and keep posted in a conspicuous place a notice saying that «discriminatory failure to feed and care for handicapped infants in this facility is prohibited by Federal law» [R.Reagan, 08.03.1983].

Традиционным источником цитирования в коммуникации президентов является текст Конституции США. Текст основного закона и поправки к нему служат убедительным аргументом, позволяющим добиться определенной реакции электората во имя «we the people»:

«The [first] amendment says, «Congress shall make no law respecting an establishment of religion or prohibiting the free exercise thereof» [R.Reagan, 25.02.1984].

Аргумент к Конституции, к которой в США исторически сложилось отношение особого уважения и гордости, используется президентами для утверждения правильности политики, проводимой администрацией по обсуждаемому вопросу. Цитация правительственных документов, представляющих собой аргумент к факту, является неотъемлемой частью выступлений, информирующих о состоянии национальной экономики:

«First, however, let me just give a few «attention getters» from the audit. The federal budget is out of control, and we face runaway deficits of almost \$80 billion for this budget year that ends September 30th. That deficit is larger than the entire federal budget in 1957, and so is the almost \$80 billion we will pay in interest this year on the national debt» [R.Reagan. 25.01.1981].

Аргумент к факту, лежащий в основе документирующей тактики, американские лидеры могут использовать для псевдоинформирования. Это происходит в тех случаях, когда цитирование документов: а) подменяется их пересказом, отражающим точку зрения политика; б) связано с манипулятивным преобразованием информации, ее селекцией; в) сводится к подмене информации ее оценкой; г) направлено на «размывание смысла». Манипулятивный характер речевого воздействия в поведении президентов США проявляется в тенденции к пе-

ресказу содержания государственных документов, которую сами политики объясняют нежеланием обременять слушателей специальной терминологией:

«One of the proudest things I've been able to do as President was to sign into law the Religious Freedom Restoration Act in 1993...This law basically said – I won't use the legalese – that if the government is going to restrict anybody's legitimate exercise of religion they have to have an extraordinary good reason and no other way to achieve their compelling objective other than to do this. You have to bend over backwards to avoid getting in the way of people's legitimate exercise of their religious convictions» [W.J.Clinton, 12.07.1995].

В подобной организации политической коммуникации усматриваются явные языковые признаки проявления манипуляции. Пересказ текста законодательных актов можно отнести к числу тех приемов, которые делают дискурс «псевдопонятным», так как он базируется на обиходно-разговорной речи, в нем используются размытые понятия⁷. Вместо выборочного цитирования юридического текста Клинтон прибегает к образной фразеологии «to bend over backwards» («из кожи вон лезть») и разговорным выражениям «to get in the way», «to have a good reason». Такой способ подачи информации нельзя отнести к информированию адресата.

Псевдоинформационный контроль за подачей информации осуществляется политиком и при таком способе ее подачи, который называется «селекцией информации». В этом случае избирательная подача материала достигается предоставлением аудитории только выгодной для политика информации, формирующей у адресата искаженные представления о действительности⁸. Селекция информации позволяет президентам отступать от информирования широкой общественности о реальном положении дел даже при прямом цитировании государственных документов. Так, из отчета сенатской комиссии, выступившей с резкой критикой администрации Рейгана, сам президент умело выбрал одно предложение, положительно характеризующее его лично и позволяющее ему осуществить тактику ухода от критики:

«As you know, it (the Tower Board's report) is well stocked with criticism, which I'll discuss in a moment; but I was very relieved to read this sentence: «...the Board is convinced that the President does indeed want the full story to be told». And that will continue to be my pledge to you as the other investigations go forward» [R.Reagan, 17.01.1989].

⁷ Водак Рут. Язык. Дискурс. Политика / Пер. с англ. и нем. – Волгоград: 1997. – С.109.

⁸ Копина Г.А. Речевое манипулирование. – 2-е изд. – М.: 2008. – С.55.

В тексте речи это единственная цитата, которая не только позволяет политику придать видимость объективности, но, и это важнее, создать определенный имидж. Селекция информации, наряду с апелляцией к национально-маркированной фразеологии, служит созданию образа честного и смелого политика, готового на все ради истины:

«And as personally distasteful as I find secret bank accounts and diverted funds – well, as the Navy would say, this happened on my watch» [R.Reagan, 17.01.1989].

Так акцент смещается с критики неблагоприятных действий администрации на обсуждение личных качеств «хорошего парня» – президента, готового взять на себя ответственность за своих подчиненных, «плохих парней». Вместо того, чтобы познакомить граждан с выводами о работе специальной комиссии, президент предлагает слушателям свой комментарий и оценку, лишая их возможности составить собственное мнение о документе:

«I've studied the Board's report. Its findings are honest, convincing, and highly critical; and I accept them» [R.Reagan, 17.01.1989].

В результате умелого использования манипулятивных тактик селекции и замалчивания информации президент добился желаемого: избежал изложения критических положений и упрочил свой политический имидж. Цитирование документов может выполнять и другую манипулятивно значимую функцию – способствовать «размыванию смысла». «Размывание смысла» в идеологической коммуникации исследователи связывают с нарочитым использованием слов без точного понятийно-логического содержания⁹. Словарные единицы данной группы, являясь абстрактными понятиями, теряют конкретное историческое, идеологическое и политическое содержание и в разных политических системах могут иметь различное значение. «Апеллируя к высшим ценностям – чувствам патриотизма, национальной гордости, человеческого достоинства и т.д. эти слова содержат в себе скрытую идеологическую оценочность положительного или отрицательного характера, оказывают суггестивное воздействие на слушателей, частично или полностью блокируя их рациональное сознание»¹⁰.

Интертекстуальное внесение в обращении Рейгана к Генеральной Ассамблее ООН, где он фрагментарно цитирует устав ООН, содержит заявления о «равных правах больших и малых наций, о человеческом достоинстве и т.д.». Не связанные с конкретной реальностью, они могут быть поняты по-разному в зависимости от идеологических установок:

«The U.N. Charter states two overriding goals: «to save succeeding generations from the scourge of war, which twice in our lifetime has brought untold sorrow to mankind», and «to reaffirm faith in fundamental human rights, in the dignity and worth of the human person, in the equal rights of men and women and of nations large and small»» [R.Reagan, 24.09.1984].

Словосочетания «freedom of opinion», faith in fundamental human rights» также решают проблему введения в дискурс аксиологических концептов, выступающих как аргументы. В АПД цитирование в рамках документирующей тактики приводит к выполнению ряда коммуникативных функций. Прежде всего, это информирование о содержании общественно-значимых материалов, ввод фактов и цифр, которые связаны с передачей концептуальной или фактической информации. Вместе с тем цитация документов нередко сочетается с использованием манипулятивных способов преобразования и подачи информации: ее утаиванием, селекцией и скрытой генерализацией.

Убеждающий потенциал информационной стратегии опирается не только на аргумент к факту, реализуемый в ходе тактики информирования, но в значительно большей степени – на так называемый аргумент к человеку. Аргумент к человеку, на котором базируется тактика авторитетного источника, является наиболее популярным в АПД. В классификации показателей аргумента по значению ссылок на источник (отношения «аргумент – источник», «аргумент – правило аргументирования») относится к первому классу показателей из пяти возможных¹¹. Выделенные А.Н.Барановым в первом классе подгруппы в целом совпадают с принятым в американской классической риторике подходом, предложенным, в частности, П.Сопером¹². Так, к первой подгруппе относится ссылка на суждение или мнение философа, политика, ученого. Показателен пример Клинтона, который, выступая с речью «Будущее демократической партии», ссылается на авторитет

⁹ Михальская А.К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике. – М.: 1996. – С.115.

¹⁰ Бережная Т.М. Современная американская риторика как теория и практика манипулирования общественным сознанием: Дис...канд. филол. наук. – М.: 1986. – С. 147.

¹¹ Баранов А.Н. Аргументация как языковой и когнитивный феномен // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М.: 1990. – С. 48.

¹² Сопер П. Л. Основы искусства речи / Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: 1992. – С. 128 – 133.

известного итальянского политика и писателя Макиавелли:

«We have to keep making America better. That's our job...Of course it is hard. Machiavelli said there is nothing so difficult in human affairs as to change the established order of things. The people who have fought throughout history for peace and progress have had a hard time» [W.J.Clinton, 03.12.2002].

В аргументативной схеме оратора максима Макиавелли (1469 – 1527) представляет собой тезис, аргументами к которому служат имена тех, кто пытался изменить «установленный порядок»:

«It cost Lincoln his life. FDR, destroyed his health. Gandhi, President Kennedy, Robert Kennedy, Martin Luther King, are killed» [W.J.Clinton, 03.12.2002].

Аргументативный микротекст, создаваемый президентом, характеризуется не только множественной структурой аргументации, но и имеет сложную схему расположения тезиса и аргументов. Как правило, тезис реализуется либо до, либо после выражения обоснования, т.е. различают две разновидности тезиса: тезис и тезис-вывод. Клинтон использует обе разновидности тезиса, создавая следующую схему аргументации в тексте: тезис – аргументы – тезис-вывод.

Тактика авторитетного источника, которая может быть представлена апелляцией к доказательности трех разных групп авторитетов (ученых, политиков, экспертов), отражает зависимость характера аргументации от взаимодействия говорящего и слушающего, т.е. от типа ситуации. Интертексты, вводящие мысли зарубежных классиков философии и политологии, зафиксированы либо перед группой единомышленников, объединенной общей партийной принадлежностью, либо в выступлениях перед университетской молодежью. Так, к однородной аудитории (университет Южной Каролины) обращается Дж.Г.Буш со словами Аристотеля:

«As Aristotle wrote: «Law is a pledge that the citizens of a state will do justice to one another» – the bond that makes the collection of individuals into a community, into a nation» [G.H.Bush, 12.05.1990].

Президент использует вид аргументации, который теоретики риторики называют «аргументацией дефинициями». Поскольку результатом аргументации путем дефиниций стало рождение Конституции США, к этому виду аргументации нередко прибегают современные американские политики, демонстрируя свою приверженность традициям.

Третьей тактикой в рамках информационной стратегии является тактика автоцитации, базирующаяся на аргументе к авторитету самого политика-адресанта. Политик полагается на свой собственный авторитет для доказательства точки зрения, которую он внедряет в сознание аудитории:

«No one pretends that the way ahead will be easy. In my inaugural address last year, I warned that the «ills we suffer have come upon us over several decades. They will not go away in days, weeks or months, but they will go away... Because we as Americans have the capacity now, as we've had it in the past, to do whatever needs to be done to preserve this last and greatest bastion of freedom» [R.Reagan, 26.01.1982].

Автоцитация в обращении Рейгана к Конгрессу призвана служить доказательством состоятельности и правильности занимаемой президентом позиции по экономическим вопросам, указывать на последовательность и взвешенность проводимого им внутривластного курса, т.е. служить его самопрезентации. Введение в текст речи ссылок политика на свои более ранние выступления способствует приданию выступлению черт конкретности и диалогичности. Преимущества автоцитации были в полной мере использованы американскими президентами, пришедшими в Белый дом после Р.Рейгана. В риторике Дж.У.Буша автоцитация стала излюбленным приемом – в одном выступлении президент мог к ней обращаться до четырех раз, ни разу не прибегая к цитированию другого источника. Тактика автоцитации указывает на то, что в своем речевом поведении политик исходит из предположения, что «ему поверят на слово». Подобная речевая тактика приводит к тому, что политик подменяет доказательство изложением собственных взглядов и оценок, указывая на себя как на объект позитивного оценивания.

Итак, функция убеждения, характеризующая политический дискурс, неразрывно связана с его содержанием, с входящей в него информацией. Насыщение АПД фактологической и концептуальной информацией, а также представление авторитетных суждений в защиту выдвигаемых политиками положений происходит в рамках трех тактик информационной стратегии, направленных на доказательство непредвзятости точки зрения политика. Вместе с тем, проведенный анализ указывает на неоднозначность использования интертекстов при реализации информационной стратегии. Введение различных видов интертекста может быть связано с достижением другой коммуникативной цели: манипулированием информацией для воздействия на сознание адресата.

**INFORMATIVE STRATEGY
IN AMERICAN POLITICAL DISCOURSE**

© 2011 E.R.Levenkova^o

Volga Region State Social-Humanitarian Academy

The article analyses means of informative strategy formation in the communication of American politicians. Quotations representing different types of intertexts are regarded as discursive realisation of three informative tactics appealing to arguments from authorities, documents and the personality of the speaker. The article studies how intertexts contribute to securing persuasion while hiding manipulatory dimension of information.

Key words: Communicative strategy, tactics, means; quotation, intertext, political discourse.

^o *Elena Romanovna Levenkova, PhD. Language Studies,
Associate Professor, Chair of English Language.
E-mail: elena_lubkova@mail.ru*