

2. Володина, М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М, 2003. –760 с.

И.Л. ИЛЬЧЕВА, А.Э. ЯДЛОВСКАЯ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Воздействие на общественное сознание и использование языка в качестве инструмента социального влияния является сегодня одной из самых актуальных научных проблем. Одной из ведущих функций политической коммуникации является именно функция воздействия на адресата: воздействие служит формированию политического сознания, политических предпочтений и диспозиций. Политический дискурс характеризуется тенденциозным представлением действительности, связанный с целенаправленным преобразованием информации, т.е. с манипулятивным воздействием на интеллектуальную, волевую и эмоциональную сферу адресата. [1, с. 393].

Активно используемая в политической коммуникации воздействующая функция языка реализуется через применение речевых стратегий. Актуальность термина «стратегия» в лингвистике сопровождается отсутствием общепринятой интерпретации.

С позиций прагмалингвистического подхода стратегия определяется как «совокупность речевых действий», «цепочка решений говорящего, его выборов определенных коммуникативных действий и языковых средств».

В русле когнитивного подхода О.С. Иссерс понимает под коммуникативной стратегией « комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей», который «включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана. Ученый считает, что стратегия и тактики речевого поведения непосредственно связаны с основными этапами речевой деятельности – планированием и контролем, поэтому стратегия представляет собой «когнитивный план общения, посредством которого контролируется оптимальное решение коммуникативных задач говорящего в условиях недостатка информации о действиях партнера» [2, с. 86].

С позиции психолингвистики под стратегией понимается «способ организации речевого поведения в соответствии с замыслом, интенцией коммуниканта», «осознание ситуации в целом, определение направления развития и организация воздействия», « развернутая во времени установка субъекта на общение». В широком смысле коммуникативная стратегия понимается как сверхзадача речи, диктуемая практическими целями говорящего.

Исследователи называют различные виды коммуникативных стратегий в разных дискурсах, в том числе в политическом. Выделяют дискурсивные, стилистические, семантические, прагматические, риторические, диалоговые и другие стратегии.

Е.И. Шейгал выделяет в политическом дискурсе такие виды стратегий, как стратегия вуалирования, затушевывания нежелательной информации; стратегия мистификации (сокрытие истины, сознательное введение в заблуждение); стратегия анонимности (деперсонализации) как прием снятия ответственности [3, с. 243].

Стратегии в политическом дискурсе определяются целями, которые вызывает к жизни политическое общение. Как правило, политик желает побудить адресата проголосовать на выборах за определенного кандидата, партию, блок, движение; завоевать авторитет или укрепить свой имидж, «понравиться народу»; убедить адресата согласиться с говорящим, его мнением, принять его точку зрения (о том, что правительство работает плохо, или что реформы идут успешно и т.д.); создать определенный эмоциональный настрой, вызвать определенное эмоциональное состояние адресата; дать адресату новые знания, новые представления о предмете речи, информировать адресата о своей позиции по какому-либо вопросу.

Следует отметить, что в политическом дискурсе вряд ли может преследоваться цель «информировать» без желания сформировать при этом положительное или отрицательное отношение адресата к чему-либо или изменить его мировоззрение, повлиять на его образ мыслей, поэтому функция воздействия в политическом дискурсе всегда присутствует.

С точки зрения речевого воздействия стратегии можно рассматривать только с помощью анализа тактик, поскольку стратегия в переводе с греческого (*stratos* «войско» + *ago*) веду) – искусство планирования, основанного на правильных и далеко идущих прогнозах. А тактика (греч. «искусство построения войск») – это использование приемов, способов достижения какой-либо цели, линия поведения кого-либо. В этом контексте стратегия является комплексным феноменом, а тактика – аспектным.

Для определения стратегии речевого воздействия необходимо учитывать не только коммуникативную цель, но и набор и типы тех тактик, которые используются для ее реализации. Так, побудить проголосовать за определенного кандидата можно путем предъявления убедительных аргументов, а возможно с помощью средств саморекламы или через опорочивание, очернение политического противника в глазах избирателей. Речевые тактики представляют собой выбор и последовательность действий, характеризующихся свое задачей в рамках реализуемой коммуникативной стратегией.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – Волгоград: Перемена, 2000. – 440 с.
2. Иссерс, О. С. Речевое воздействие: Учеб. пособие для студентов обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / О. С. Иссерс. 2-е изд. М.: Флинта: Наука, 2011. – 224 с.
3. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса и коммуникации / Е. И. Шейгал. – Волгоград: Перемена, 2001. – 386 с.