

Как правило, любительская лингвистика критикуется серьезными учеными, так как она приводит к искажению истории языков и дезориентирует людей, которые прислушиваются к ложным теориям дилетантов. Однако в ряде случаев народная этимология помогает запоминанию иностранных слов или способствует созданию юмористических текстов на основе языковой игры.

В заключение следует отметить, что положение этой темы на границе интересов сразу нескольких научных дисциплин требует более глубоко изучения данной проблематики, так как результаты исследований в этой области могут значительно способствовать развитию межкультурной коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белянин В.П. Лингвистический шок / *Rusistica Espanola*: Научный журнал по проблемам русского языка и литературы. – Мадрид, № 5, 1995.
2. Ионин Л.Г. Социология культуры. – М.: Логос, 1998. – С. 17-18.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЦИОНАЛЬНОЙ АРГУМЕНТАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Н.В. Никашина, С.В. Фурсин

*Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 9, Москва, Россия, 117198*

Данная статья посвящена вопросам лингвистического анализа рациональной аргументации в выступлениях кандидатов на пост президента США Барака Обамы и Джона Маккейна.

Ключевые слова: политический дискурс, предвыборный дискурс, рациональная аргументация.

THE LINGUISTIC SPECIFICS OF RATIONAL ARGUMENTATION IN POLITICAL DISCOURSE

N.V. Nikashina, S.V. Fursin

*Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 9, Moscow, Russia, 117198*

The article is devoted to the issues of performing a linguistic analysis of rational argumentation in the speeches of US presidential candidates Barak Obama and John McCain.

Key words: political discourse, pre-election discourse, rational argumentation.

Политический дискурс – это сложное социальное явление; существуют различные методологические подходы к его анализу [1, с. 75]. Отдельным жанром политической коммуникации является предвыборный дискурс, который по своим целям находится в сближении с некоторыми риторическими жанрами: 1) с *информирующим жанром*, целью которого является сообщение нужной информации о кандидатах в президенты; 2) с *аргументирующим жанром*, целью которого становится побуждение реципиента отдать свой голос одному из кандидатов; 3) с *агитирующим жанром*, целью которого выступает побуждение кандидата к действию; 4) с *художественным жанром*, целью которого является пробуждение у избирателя эмоций и чувств; 5) и, наконец, с *эпидейктическим жанром*, нацеленным на выражение кандидатами на высокий пост собственной оценки какого-либо актуального события.

Как речевой жанр, предвыборный дискурс относится к сложному коммуникативному событию, состоящему из многих эпизодов, которые, как явления общественного характера, имеют четкий план выполнения, специально организуются, повторяются, охватывают определенное число участников и протекают в официальной манере. Цель данного явления – изменить представления у аудитории в пользу одного из кандидатов и обеспечить численный перевес голосов на выборах. Как правило, предвыборный дискурс монологичен, однако в части дебатов он приобретает черты диало-

га. Обязательным признаком предвыборного дискурса является его эмоциональность, так как риторическое воздействие на избирателей имеет характер нарастающей силы.

Существует два подхода к определению границ предвыборного дискурса. Часть исследователей включают в круг рассматриваемого явления любые публичные высказывания в течение предвыборной кампании. Другие исследователи, например, Т.В. Анисимова [2; 3], под предвыборным дискурсом видят только обращение к целевой аудитории, насыщенное аргументами и имеющее конкретные цели.

Для выполнения задач по воздействию на реципиента применяют следующие формы аргументации: *доказательство, внушение и убеждение*.

Описывая такие формы воздействующей речи, как доказательство и внушение, Т.В. Анисимова отмечает два типа аргументации: *рациональную* (факты, дефиниции и статистические данные) и *эмоциональную* (психологическая аргументация, основанная на ценностях конкретной целевой группы). Предмет нашего исследования – рациональная аргументация в выступлениях кандидатов на пост президента США Барака Обамы и Джона Маккейна, которая в лингвистическом плане выражается через большое количество стилистических приемов разных уровней, а так же сложные грамматические, фонетические, синтаксические и лексические структуры.

Проведенный анализ предвыборных выступлений Митта Ромни и Барака Обамы в 2012 году показал, что воздействие на потенциальных избирателей в рамках рациональной аргументации осуществляется при помощи четкого выбора приемов и средств на фонетическом, лексическом и синтаксическом уровнях. Лингвистические средства, которые используют кандидаты, не совпадают. Анализ предвыборных обращений Барака Обамы выявляет, что он с высокой частотностью использует прием фонетического уровня *аллитерацию*. Среди самых используемых приемов лексического уровня, которые употребляет Обама в предвыборных обращениях, мы выделяем *метафору, аллюзию и эпитеты*. На синтаксическом уровне Барак Обама с высокой частотностью использует *антитезу, анафору, различные виды повтора, полисиндетон и параллельные конструкции*. К числу менее употребляемых стилистических

приемов Обамы мы относим риторический *вопрос* и *градацию*. Барак Обама, в отличие от Митта Ромни, часто прибегает к использованию *анадиплосиса* и *эпифоры*.

Приведем несколько примеров.

Если выделять наиболее частотные, то можно отметить, что и у Обамы, и у Маккейна самым популярным приемом фонетического уровня является *аллитерация* – особый фонетический прием, нацеленный на создание музыкального эффекта при произнесении политической речи, несущий дополнительное эмоциональное воздействие. В речи выражается через выделение интонационно отдельных слов в предложении или при помощи подбора созвучных лексических единиц, выражающих значимую для выступающего мысль.

Так, например, кандидат от республиканской партии Джон Маккейн, говоря о том, что надо сделать, чтобы сохранить нацию процветающей, использует в своем обращении в Новом Орлеане созвучные лексические единицы, “*rethink, reform, reinvent*”: “To keep our nation prosperous, strong and growing we have to **rethink, reform and reinvent...**” (John McCain, Remarks in New Orleans, Louisiana, June 3, 2008).

В том же обращении используется аллитерация “*proud, patriotic, people*”: “But I'm ready for the challenge and determined to run this race in a way that does credit to our campaign and to the **proud, decent and patriotic people** I ask to lead.” (John McCain, Remarks in New Orleans, Louisiana, June 3, 2008).

Что касается кандидата в президенты от демократической партии Барака Обамы, можно отметить, что он также часто обращается к использованию аллитерации, например Обама говорит, что граждане устали от пустых обещаний политиков, а Вашингтон ничего не предпринимает, чтобы изменить ситуацию экономического кризиса, используя созвучные слова “*drama*”, “*division*” и “*distraction*”: “And while Washington is consumed with the same drama and division and distraction, another family puts up a For Sale sign in the front yard. Another factory shuts its doors forever. Another mother declares bankruptcy because she cannot pay her child's medical bills.” (Barack Obama, Speech to Virginia's Jefferson-Jackson Dinner, February 9, 2008).

При помощи аллитерации, Барак Обама акцентирует внимание избирателей, критикуя политику Джорджа Буша, говоря о несбывшихся надеждах и несчастьях американского народа, “*compassionate*”, “*conservatism*” и “*Katrina*” создают музыкальный эффект и ритм, привлекая внимание аудитории и интонационно выделяя нужные слова: “We were promised *compassionate conservatism* and all we got was *Katrina* and *wiretaps*.” (Barack Obama, Veterans Memorial Auditorium, Des Moines, Iowa, November 10, 2007).

Наиболее употребляемыми синтаксическими приемами синтаксиса являются антитеза, разного рода повторы, асиндетон, полисиндетон, градация и параллельные конструкции. Барак Обама отдает свое предпочтение полисиндетону, в то время как Джон Маккейн использует в своих предвыборных обращениях асиндетон. Нужно отметить, что Обама использует более сложные по структуре параллельные конструкции, однако, оба кандидата в равной степени используют антитезу и анафору. Джон Маккейн в сравнении с Обамой чаще использует прием риторического вопроса.

Описывая наиболее употребляемые стилистические приемы рациональной аргументации, следует отметить, что в политических речах Обамы и Маккейна высокой частотностью употребления выделяется *антитеза*, которая нацелена на создание контраста описываемых событий и явлений. В обращении Джона Маккейна от 7 февраля 2008 года употребляется антитеза, когда данный кандидат говорит о свободе, как о праве, закрепленном за каждым жителем страны: “I am proud to be a conservative, and I make that claim because I share with you that most basic of conservative principles: *that liberty is a right conferred by our Creator, not by governments...*” (John McCain, Remarks to the Conservative Political Action Conference, February 7, 2008).

Или когда Маккейн говорит о предстоящих выборах, что главной задачей будет решать более весомые проблемы, а не незначительные:

“Often elections in this country are fought within the margins of small differences. This one will not be.” (John McCain, Remarks to the Conservative Political Action Conference, February 7, 2008).

“This election is going to be *about big things, not small things.*” (John McCain, Remarks to the Conservative Political Action Conference, February 7, 2008).

В своем другом обращении в штате Луизиана Джон Маккейн так же прибегает к использованию антитезы, говоря аудитории о провальной политике последних лет, и что встав во главе, он сможет это изменить: “The wrong change *looks not to the future but to the past* for solutions that have failed us before and will surely fail us again.” (John McCain, Remarks in New Orleans, Louisiana, June 3, 2008).

“For all the problems we face, what frustrates them most about Washington is they don't think we're capable of serving the public interest before our personal ambitions; that *we fight for ourselves and not for them*” (John McCain, Remarks in New Orleans, Louisiana, June 3, 2008).

В обращении Маккейна непосредственно в ночь перед выборами президента используется антитеза как контраст между будущими действиями Обамы («плохие» действия) и своими собственными («хорошие»): “If I'm elected President, *I won't spend nearly a trillion dollars more of your money. Senator Obama will.* I'm going to make government live on a budget just like you do. And I will veto every single pork barrel bill Congresses passes. *I'm not going to spend \$750 billion dollars* of your money just bailing out the Wall Street bankers and brokers who got us into this mess. *Senator Obama will.* I'm going to make sure we take care of the working people who were devastated by the excesses of Wall Street and Washington.” (John McCain, Remarks in Miami, Florida, November 3, 2008)

Оппонент Джона Маккейна – Барак Обама – использует похожую тактику, приводя противопоставления своих будущих действий и действий Маккейна, говоря о налогах для компаний, создающих рабочие места в стране: “You know, *unlike John McCain, I will stop* giving tax breaks to companies that ship jobs overseas, and I will start giving them to the companies that create good jobs right here in America” (Barack Obama, Acceptance Speech, August 28, 2008).

В инаугурационной речи Барак Обама, цитируя Авраама Линкольна, использует противопоставление между *множеством* партий, борющихся за власть, и *единым* народом. Эффект слияния аллюзии и антитезы порождает эмоциональный подъем у аудито-

рии: “As Lincoln said to a nation far more divided than ours, **we are not enemies but friends**” (Barack Obama, Victory Speech, US President Elect Speech, November 4, 2008).

Другим частотным приемом синтаксического уровня является *повтор*, который может быть *синонимическим*, *эпифорическим*, *анафорическим* и *кольцевым*.

Наиболее употребляемым является *анафорический* повтор, который придает отрезку речи некую ритмичность и усиливает его выразительность: “They've seen me put our country ***before any*** President – ***before any*** party – ***before any*** special interest – ***before*** my own interest” (John McCain, Remarks in New Orleans, Louisiana, June 3, 2008).

В этой же речи Джон Маккейн использует и другие стилистические приемы разных уровней: 1) анафору “*more*”, направленную на возбуждение волнения у аудитории; 2) градацию (“*we lose more jobs, more businesses, more dreams. We lose the future.*”), акцентирующую изменения в жизни граждан; 3) гиперболу (“*we lose more jobs, more businesses, more dreams. We lose the future.*”), целью которой является преувеличить последствия выбора населением определенного кандидата; 4) антитезу (“*We either compete in it or we lose more jobs, more businesses, more dreams.*”), побуждающую граждан сделать правильный выбор; 5) метафору (“*We lose the future*”): “Senator Obama pretends we can address the loss of manufacturing jobs by repealing trade agreements and refusing to sign new ones; that we can build a stronger economy by limiting access to our markets and giving up access to foreign markets. The global economy exists and is not going away. We either compete in it or we lose ***more jobs, more businesses, more dreams. We lose the future***” (John McCain, Remarks in New Orleans, Louisiana, June 3, 2008).

Необходимо отметить, что Барак Обама, в сравнении с Джоном Маккейном, наиболее уверено и с большей частотностью строит свои речи при помощи анафорического повтора. Примером является запомнившаяся многим речь в штате Северная Каролина, которая практически полностью построена на анафоре, что делает ее наиболее выразительной и при этом добавляет ритмичности в обращении к аудитории. В начале своего выступления Барак Обама благодарит их за поддержку Хилари Клинтон, являющуюся членом демократической партии, употребляя анафору “*state*”,

создавая эмоциональный и ритмичный эффект при описании достоинств данного штата: “And I want to thank the people of North Carolina for giving us a victory in a big *state*, a swing *state*, and a *state* where we will compete to win if I am the Democratic nominee for President of the United States” (Barack Obama, North Carolina Victory Speech, May 6, 2008).

Барак Обама продолжает свою речь в Северной Каролине при помощи анафорического повтора “that it’s possible to overcome” и, говоря о политике прошлых лет, создает эмоциональное волнение у аудитории, что усиливается при помощи аллитерации в словах “*division and distraction*” и метафоры, характеризующей политику, как только стремление получить победные голоса на выборах, а не заниматься решением проблем народа: “More importantly, because of you, we have seen *that it’s possible to overcome* the politics of *division and distraction*; *that it’s possible to overcome the same old negative attacks that are always about scoring points and never about solving our problems*” (Barack Obama, North Carolina Victory Speech, May 6, 2008).

Другим примером использования анафор “*we believe in*” и “*that’s the America*” можно увидеть и в основной части предвыборного обращения Обамы, где говоря о проблемах, которые государство не в силах решить, кандидат от демократической партии дает избирателям посыл быть ответственными и упорными в труде, чтобы справиться со всеми проблемами. Помимо анафоры Обама использует аллитерацию “*responsibility, self-reliance*”, привлекая аудиторию дополнительным эмоциональным и музыкальным эффектом: “The people I’ve met in small towns and big cities across this country understand that government can’t solve all our problems – and we don’t expect it to. *We believe in* hard work. *We believe in* personal responsibility and self-reliance” (Barack Obama, North Carolina Victory Speech, May 6, 2008).

“It’s the idea that while there are few guarantees in life, you should be able to count on a job that pays the bills; health care for when you need it; pension for when you retire; an education for your children that will allow them to fulfill their God-given potential. *That’s the America* we believe in. *That’s the America* I know” (Barack Obama, North Carolina Victory Speech, May 6, 2008).

Барак Обама нередко прибегал к использованию данного приема в своей предвыборной кампании 2008 года. В нынешней кампании он продолжает использовать анадиплосис, чтобы соединять два длинных предложения воедино, деля их на логические части. Примером употребления анадиплосиса является отрезок речи Обамы в Денвере, где он пытается с высокой эмоциональностью призвать избирателей отдать за него голоса. Барак Обама использует большое количество других приемов синтаксического и лексического уровней. Полисиндетон нацелен на намеренное создание пауз в речи. Эпифора “with me” используется для повышения эмоциональной окраски речи и для призыва избирателей стоять с ним до конца избирательной кампании. Гипербола придает большую экспрессивность данному отрезку речи. И, наконец, анадиплосис связывает два предложения с большим количеством лексических единиц: “I still believe in you. And if you still believe *in me*, and if you're willing to stand *with me*, and knock on some doors *with me*, and make some phone calls *with me*, and talk to your neighbors and friends about what's at stake, **we will win Colorado. And if we win Colorado,** we will win this election. We will finish what we started, and we'll remind the world why *America is the greatest nation on Earth*” (Barack Obama, Remarks at a Campaign Rally in Denver, Colorado, August 8, 2012).

Обращение Обамы в Неваде также включает анадиплосис “*we succeed*”, чтобы внушить избирателям, что наиболее важным для экономики страны – поддерживать средний класс, а не богатых людей: “We don't need policies that just help folks at the very top. That's not how the country grows. That's not how *we succeed. We succeed* when the middle class is getting bigger, when more people have the chance to get ahead and live up to their God-given potential” (Barack Obama, Remarks at a Campaign Rally in Las Vegas, Nevada, September 30, 2012).

В отличие от Барака Обамы Джон Маккейн довольно часто прибегает к использованию **асиндетона**, что может иметь эффект ускорения ритма речи, а так же выступать способом создать или подчеркнуть более незабываемую идею. В приведенном отрывке кандидат в президенты отмечает, что благоприятные изменения в политике страны обеспечат решение проблем в различных сферах – здравоохранение, энергетика, налогообложение, общест-

венный транспорт и т.д.: “The right kind of change will initiate widespread and innovative reforms in almost every area of government policy – *health care, energy, the environment, the tax code, our public schools, our transportation system, disaster relief, government spending and regulation, diplomacy, the military and intelligence services*” (John McCain, Remarks in New Orleans, Louisiana, June 3, 2008). В той же речи Маккейн сразу же делает контраст на тех вещах, которые случились из-за отсутствия правильных изменений в американской политике, используя асиндетон: “The irony is that Americans have been experiencing a lot of change in their lives attributable to these historic events, and some of those changes have distressed many American families -- *job loss, failing schools, prohibitively expensive health care, pensions at risk, entitlement programs approaching bankruptcy, rising gas and food prices, to name a few*” (John McCain, Remarks in New Orleans, Louisiana, June 3, 2008). После этого, Маккейн сразу же прибегает к использованию третьего по счету асиндетона, говоря, что страну спасут только свежие и правильные идеи. Маккейн тем самым выступает человеком, который может все это исправить, изменить, оживить: “To keep our nation prosperous, strong and growing we have to rethink, reform and reinvent: the way we *educate our children; train our workers; deliver health care services; support retirees; fuel our transportation network; stimulate research and development; and harness new technologies*” (John McCain, Remarks in New Orleans, Louisiana, June 3, 2008).

ЛИТЕРАТУРА

1. Макаров М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе. – Тверь, 1998. Анисимова Т.В. Средства воздействия на аудиторию в предвыборной речи // Предмет риторики и проблемы ее преподавания: Материалы Первой Всероссийской конференции по риторике. Москва 1997 г. 28 – 30 января. – Москва: Добросвет, 1998. – С. 262-273.

2. Анисимова Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика: Учебное пособие: В 2 ч. Часть 1. – Волгоград: Волгогр. юрид. ин-т МВД России, 1998.

3. Анисимова Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика: Учебное пособие: В 2 ч. Часть 2. – Волгоград: Волгогр. юрид. ин-т МВД России, 1998.