

УДК 81'25

*С.В. Моцева***РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ: КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ  
(НА МАТЕРИАЛЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА)**

Статья посвящена коммуникативно-прагматическому аспекту высказывания. Автором сделан обзор основных принципов и максим, ведущих к выстраиванию успешной коммуникации. Цель данного исследования состоит в том, чтобы выявить активно используемые речевые тактики, их структурные особенности, направленные на достижение перлокутивного эффекта. Материалом послужили тексты политических выступлений Д. Кэмерона, представителя Консервативной партии Великобритании. К наиболее активным тактикам речевого поведения в его политическом дискурсе мы отнесли самопрезентацию и обвинение / порицание, строящиеся на основе экспликации и импликации.

*Ключевые слова:* политический дискурс, речевая тактика, речевой акт, экспрессивный потенциал.

DOI: 10.35634/2412-9534-2021-31-6-1212-1220

Рассмотрение коммуникативно-прагматического аспекта построения высказывания, как правило, обусловлено необходимостью анализа его принципов с целью выявления иерархии характеристик, внутренних и внешних условий, которые влияют на их выбор, способствуя созданию успешной коммуникации.

Активно дискутируемым в научной литературе можно считать принцип Кооперации, разработанный Г.П. Грайсом: «Твой коммуникативный вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога» [1, с. 222]. Автор подчеркивает, что реализация данного принципа включает следование коммуникативным постулатам (максимам) – Количества, Качества, Отношения и Способа. Отметим, что Грайс не настаивает на неукоснительном исполнении всех максим в реальном речевом взаимодействии, рассматривая влияние контекста, характеристики участников и т. д. К сознательным нарушениям постулатов можно отнести косвенные речевые акты, высказывания иронического и метафорического характера. Так, слушающему, когда он воспринимает актуальное метафорическое высказывание, нужно знать не только свой язык, но и быть в курсе того, в каких условиях высказывание произносилось. Он должен владеть общими с говорящим фоновыми представлениями, а также располагать дополнительной фактической информацией. Д. Гордон и Дж. Лакофф дополняют процесс актуализации постулатов речевого общения условием контекста и вводят понятие класса контекстов [2]. Протекание речевой ситуации ограничено некоторыми условиями, например, искренности и мотивированности.

Принимая во внимание коммуникативно-прагматический аспект построения высказывания, следует подчеркнуть значимость не только коммуникативных постулатов, но и постулатов социальной природы. Так, *принцип Вежливости*, сформулированный Дж. Личем, характеризует отношения между говорящими и включает ряд максим, которые необходимо соблюдать в процессе общения, это такт, великодушие, одобрение, скромность, согласие, симпатия [13, р. 132]. Кроме того, группа максим вежливости дополняется металингвистической максимой – *Фатической*, способствующей поддержанию речевого общения, выбору «мирной» темы и фокусированию внимания на отношениях собеседников, а не на обмене фактической информацией [13, р. 141–142].

Центральным понятием теории *Вежливости*, разработанной С. Левинсоном и П. Брауном, является стратегия “face threatening acts”, подразумевающая речевые и неречевые действия, которые вызывают угрозу позитивному развитию процесса общения [8, р. 68]. Подобные «ликоповреждающие акты» нуждаются в смягчении для успешной коммуникации.

И.Т. Пиирайнен, исследуя категорию вежливости в политическом дискурсе, делает следующие обобщения: «Примеры из сообщений прессы отдельных политических партий, а также из газетных статей о дебатах в бундестаге показывают, что вместо аргументов используются коннотации, которые должны представить политического противника сомнительным или даже смешным; наступило, видимо, время не только начать дискуссию о категории “вежливости” в области лингвистики, но и

рассмотреть влияние лексических, психологических и социологических факторов на общественное словоупотребление» [5, с. 105].

Принятие во внимание *принципа Релевантности* в нашем исследовании обусловлено тем фактом, что процесс построения и интерпретации высказывания, согласно ему, базируется на положениях прагматики и когнитивной лингвистики, обогащая таким образом инструментарий для создания «успешной коммуникации». Понятийный аппарат данного принципа был разработан Д. Шпербером и Д. Уилсоном. Релевантность, рассматриваемая ими в качестве классификационного понятия, является еще и сопоставительным, определяемым в терминах условий меры. Иными словами, оценка релевантности является не целью процесса понимания, а средством достижения цели, которая заключается в максимальном повышении релевантности любой обрабатываемой информации [7, с. 218]. Авторы используют понятие «остенсивный стимул» для достижения более тонких когнитивных эффектов. Данный стимул должен соответствовать следующим условиям – привлечь внимание аудитории и фокусировать внимание на намерениях коммуникантов, т.е. «для достижения своего коммуникативного намерения коммуникант должен из доступных ему средств выражения выбрать те, с помощью которых его информативное намерение может быть сделано взаимно очевидным» [7, с. 232]. Разделяем позицию исследователей в том, что релевантность есть «коммуникативная эффективность», позволяющая передать новейшую информацию в данном контексте с затратой слушателем минимальных усилий на её получение [6].

Цель исследования состоит в том, чтобы, принимая во внимание основные коммуникативные принципы построения высказывания, выявить активно используемые речевые тактики, их структурные особенности, направленные на достижение перлокутивного эффекта.

*Материалом* изыскания послужили тексты политических итоговых выступлений Д. Кэмерона, представителя Консервативной партии Великобритании. Необходимо отметить, что природа итоговых политических выступлений неоднозначна, ибо политический дискурс выступает в качестве «коммуникативно-деятельностного феномена, связанного с комплексным воздействием на субъекта традиций, социальных и профессиональных норм, правил языка, речи и поведения» [14], а также он является рекламным, поскольку обладает полиинтенциональной направленностью. Кроме того, итоговые политические выступления можно отождествить со сверхречевым актом, определяемым нами как единство, объединенное иллокутивной целью и запланированной перлокуцией, сформированное на основе прагматических установок продуцента и реципиента коммуникативного события [3; 4]. Анализ проводился на примерах англоязычного материала, полученного методом сплошной выборки.

Основными научными методами исследования являются *метод интен-анализа* для выявления преобладающих интенций в рамках данного контекста; *метод семантической интерпретации и идентификации*, связанный с определением значений лексических единиц, включенных в контекст.

Современные типы дискурса, обладая свойством гибридности, требуют от исследователя учитывать интенциональную составляющую коммуникативного события, определять номенклатуру участников, проводить анализ микро- и макроуровня (структурные особенности, прагматическую валентность), прямых и косвенных тактик коммуникации, комплексов усилителей речевого намерения.

Анализ материала выявил следующие базовые тактики в исследуемом типе дискурса: тактика саморекламы и тактика порицания оппонировавшей стороны. Рассмотрим их структурные особенности, активные акты речи и речевые усилители.

#### 1. Тактика саморекламы.

Выявленная тактика актуализируется, *во-первых*, с помощью транслирования своей исключительной роли, направленной на служение интересам страны: «And here we are. Back serving our country. Together in the national interest. Giving Britain the good, strong government it deserves» [9]. Оратор дает характеристику нового Кабинета министров, сформированного с помощью Консервативной партии, достойного Британии. Явление парцелляции усиливает речевое намерение продуцента, эмфатически выделяя каждую часть ассертивного высказывания.

*Во-вторых*, продуцентом подчеркивается факт поддержки партии избирателем, которая ориентирована на работу, а не на политические игры (*not play political games*): «The voters left us with a hung parliament and they wanted us to respond responsibly, to do the right thing, not play political games» [9].

*В-третьих*, в высказывании осуществляется перечисление достижений партии за несколько месяцев после окончания избирательной кампании: «Conservative policies, policies you campaigned on, policies we are delivering. Two hundred new academies. Ten thousand university places. Fifty thousand ap-

prenticeships» [9]. В первом предложении продуцентом трижды повторяется лексема «*policies*» (политика, политическая деятельность) в контексте уточнения понятия «*Conservative policies*», а именно политика, за которую голосовали избиратели и политика, которая проводится партией Консерваторов. Следующая часть высказывания реализована тремя отдельными сочетаниями, в которых очень скрупулезно (two hundred, ten thousand, fifty thousand) перечисляются факты осуществления предвыборных обещаний. Эмфатическая выделенность формируется на основе графической самостоятельности всех сочетаний.

Пример имплицитной формы выражения речевого акта комплимента как тактики саморекламы представлен микротекстом, который образован последовательностью ассертивных речевых актов с усечением предикативной части:

«Corporation tax – **cut**. The jobs tax – **axed**. Police targets – **smashed**. Immigration – **capped**. The third runway – **stopped**. Home Information Packs – **dropped**. Fat cat salaries – **revealed**. ID Cards – **abolished**. The NHS – **protected**. Our aid promise – **kept**.

Quangos – **closing down**. Ministers' pay – **coming down**. A bank levy – **coming up**. A cancer drugs fund – **up and running**.

For our pensioners – the earnings link **restored**. For our new entrepreneurs – employees' tax **reduced**. And for our brave armed forces – the operational allowance **doubled**» [9].

Обращение к эллипсу при построении данных предложений – прием, нацеленный на усиление речевого поведения продуцента за счет концентрации внимания реципиентов на значимой информации. В начальной части всех ассертивных высказываний автор оглашает список избирательных задач. Ряд идентичных глагольных форм (Participle II), завершающих предложение (*cut, axed, smashed, capped, stopped, dropped, revealed, abolished, protected, kept, restored, reduced, doubled*) является эмфатически выделенным компонентом, что способствует интенсификации речевого поведения. Анализируемые высказывания получают определенный ритмический рисунок за счет консонанса (повтора конечного звука [t]) и анафорического повтора (*for our*). Анафора выполняет в данном контексте и функцию аттракции, поскольку акцентирует внимание на выполнении обещаний для указанной группы избирателей – *pensioners, entrepreneurs, armed forces* / пенсионеры, предприниматели, военнослужащие. Усиление речевого поведения продуцента во второй части микротекста обеспечивается рядом факторов. Например, обращением к эпифоре (повтор «*down*»), к фонетическим повторам звуков [ŋ] и [k] (*closing, coming, cancer*), а также к противопоставлению («*up*» и «*down*»).

Противопоставление как форма саморекламы осуществляется на лексическом уровне с помощью контекстных антонимов в следующем отрывке: «To all those people who said we'd bring the NHS **down** ... I'll tell you what is **down**. Waiting lists – **down**. Mixed wards – **down**. The number of managers – **down**. Bureaucratic targets – **down**. Hospital infections – **down**. And what's **up**? The number of doctors, the number of dentists, the number of midwives, the number of operations carried out in our NHS» [10]. Интенсификация речевого поведения актуализируется за счет повтора структурно схожих ассертивных высказываний, имеющих форму усеченной пропозиции. Кроме того, эпифора, реализованная дублированием слова «*down*», также способствует усилению речевого намерения продуцента. Рогативный речевой акт (And what's up?) является формальным и не выполняет свою основную функцию вопросительного предложения. Функционально он предназначен для имитации формы беседы с потенциальным адресатом. Подобная тактика актуализации персуазивной интенции и интенсификации речевого поведения с помощью последовательности однотипных по структуре ассертивных речевых актов, которые осложнены повторами анафорического характера, наблюдается в следующем отрывке: «**Conservative methods are not just** the way we grow a strong economy, but the way we build a big society. **Conservative methods are not just** good for the strong and the successful but the best way to help the poor, and the weak, and the vulnerable» [10]. Импликатура, к которой логически подводит реципиента автор, эксплицирована выражением – «*it is a fight we've got to win, for our party and our country / это борьба, которую мы должны выиграть, за нашу партию и нашу страну*». Противопоставление внутри каждого предложения, реализованное с помощью союза «*but*», является формальным. Его основная функциональная нагрузка – логически выделить наиболее значимую информацию, а именно «*to help the poor, and the weak, and the vulnerable / помочь бедным, слабым и уязвимым*».

Тактика саморекламы актуализируется за счет следующих приемов:

1) уточнение круга потенциальных избирателей («This week in Manchester we've shown this Party is on the side of hardworking people» [11]). Достаточно обобщенное понятие «*hardworking people*», с

одной стороны, рассчитано на широкий круг аудитории, с другой, указывает на приоритеты партии. Таким образом, устанавливается определенная коммуникативная среда, которая поддерживается продуцентом с помощью использования экспрессивных речевых актов с иллокуцией благодарения: «And I want to thank everyone here for the great week we've had. You. The British people. Never giving up. Working those extra hours. Coping with those necessary cuts. You. British business. You kept people on in the hard times. Invested before you knew for certain that things were getting better» [11]. Второе и третье предложения с имплицитной формой реализации интенции благодарения построены с помощью приема парцелляции для логического выделения каждой части высказывания. Анафорический повтор местоимения «you» – эмфатически маркированный компонент, выполняющий функцию усиления речевого поведения продуцента;

2) *оглашение намерения выполнить ранее взятые на себя обязательства* выражается с помощью ряда высказываний, по форме схожих с лозунгами: «*Helping young people buy their own home; Getting the long-term unemployed back to work; Freezing fuel duty; Backing marriage; Cutting the deficit; Creating jobs; Creating wealth*» [11]. Реальная возможность осуществить запланированное представлена следующим аргументом – «*It is this Party with the verve, energy and ideas to take our country forward / Именно эта партия с воодушевлением, энергией и идеями, чтобы двигать нашу страну вперед*». Указательное местоимение «*this*» подчеркивает значимость и исключительность политической силы, способной – «*to take our country forward*»;

3) *перечисление достигнутых результатов*: а) «The deficit is falling. Our economy is growing. The numbers of our fellow countrymen and women in work are rising»; б) «Exports to China are up. Exports to Brazil are up. Exports to India, Russia, Thailand, South Korea, Australia – all up» [11]. В обоих микротекстах продуцент прибегает к тактике «нагнетания информации», выбирая однотипные речевые акты (РА ассертив), имеющие похожую грамматическую структуру внутри каждой микроситуации (Present Progressive<sup>1</sup> и Present Simple<sup>2</sup>), что усиливает речевое намерение и указывает на деятельностный характер партии;

4) *транслирование идеи правильности выбранного пути*: «We faced a clear and daunting task: to turn our country around. I believe it is the great Conservative mission» [11]. Микротекст представлен последовательностью ассертивных высказываний с различной прагматической валентностью. В первом предложении продуцент формулирует задачу изменить страну (*to turn our country around*). Во втором предложении заверяет слушателей в возможности решения поставленных задач, прибегая к лексеме «*believe/верить*» в предикативной части высказывания в качестве усилителя речевого намерения, а также к эмоционально маркированной пропозиции – «*it is the great Conservative mission / это великая миссия партии Консерваторов*».

Реализация поставленных задач требует сильного руководителя, которым, по мнению продуцента, является Консервативная партия. Тактика саморекламы проявляется с помощью ассертивных высказываний, направленных на создание положительного образа партии:

а) партия-защитник интересов страны: «**This** Party has **always** confronted the big issues for the sake of our country. As **always** with **this** Party, we will do whatever it takes to keep our country safe» [12]. Усилению речевого намерения способствуют повторы указательного местоимения «*this*» (Party), подчеркивающие роль партии Консерваторов, и наречие «*always*», констатирующее неизменную позицию партии;

б) партия-защитник интересов граждан страны: «We believe in aspiration and helping people get on in life. I didn't come into politics to make the lines on the graphs go in the right direction. I want to help you live a better life» [12]. Усиление речевого намерения реализовано повтором ассертивных высказываний с иллокуцией уверенности – сделать жизнь людей лучше (*helping people get on in life; to help you live a better life*). Метафорическое высказывание (*to make the lines on the graphs go in the right direction / бездельничать, заниматься ерундой*), оформленное в разговорном стиле, придает всему микротексту определенный вектор коммуникации, ориентированный на избирателя и его проблемы;

в) партия-созидатель, деятельность которой ориентирована на возрождение экономической мощи страны: «You know – when Britain is getting back to work, it can only mean one thing...the Conservatives are back in Government» [12]. Продуцент прибегает к контекстуальной синонимии – «*back to work*» и «*back in Government*», указывая на семантическую равнозначность этих речевых формул в заданном контексте;

г) партия-сострадания, деятельность которой ориентирована на социальную справедливость: «So let's say it loudly and proudly...with Britain getting off welfare and back to work...the real party of compassion and social justice today – the Conservative Party» [12]. Характеризуя партию, продюцент использует эпитет «*party of compassion and social justice / партия сострадания и социальной справедливости*», который получает эмфатическое выделение за счет лексемы «*real*». Обращение к апозиопезису продиктовано намерением автора выделить каждую часть высказывания.

д) партия, чьи идеи разделяются более молодым поколением: «And we can all agree, during that campaign a new star – a new Conservative star – was born...someone who's going to take our message to every corner of Scotland: our very own Ruth Davidson» [12]. Говоря о молодом лидере Консервативной партии Шотландии, чья деятельность направлена на распространение идей Консерваторов, продюцент прибегает к метафоре «*star – was born / звезда – родилась*», что позволяет имплицитно транслировать тезис об актуальности программы партии, которая поддерживается и пополняется представителями молодого поколения.

## 2. Тактика критики и обвинения.

Тактика критики партии-оппонента представлена, как правило, в анализируемых материалах последовательностью формально ассертивных высказываний, имеющих иллокуцию экспрессивного речевого акта порицания.

Рассмотрим выдержку из анализируемого текста: «They left us with massive debts, the highest deficit, overstretched armed forces, demoralised public services, endless ridiculous rules and regulations and quangos and bureaucracy and nonsense. They left us a legacy of spinning, smearing, briefing, back-biting, half-truths and cover-ups, patronising, old-fashioned, top-down, wasteful, centralising, inefficient, ineffective, unaccountable politics» [9]. Интенция порицания в первом и втором предложениях микротекста выражена особым набором лексических единиц, семантика которых однозначно понимается всеми членами общества и воспринимается в качестве отрицательной оценки деятельности. В первом случае продюцент прибегает к гиперболизации: для существительного «*debts / долги*» подбирается определение «*massive / огромный*», для «*deficit / дефицит*» – «*the highest / наивысший*», для «*armed forces / вооруженные силы*» – «*overstretched / раздутые*», для «*public services / общественные службы*» – «*demoralized / деморализованные*», для «*rules and regulations / правила и регламент*» – «*endless ridiculous / нелепый*». Во втором предложении интенция порицания актуализируется и усиливается за счет амплификации, используется ряд негативно маркированных лексических единиц для определения лексемы «*politics*». Кроме того, интенсификации речевого поведения сопутствует включение в микротекст анафоры (повторы «*they left us*»). Субъективно-личностная оценка проявляется и в игнорировании названия партии-оппонента, ограничиваясь местоимением «*they*»; и в выборе лексемы «*nonsense / ерунда, чепуха*» для анализа результатов работы Лейбористской партии.

В следующем микротексте эксплицитно выраженная интенция порицания усиливается и за счет многочисленных повторов частицы «*yes*», и лексемы «*Labour*» как лица, на которого направлено обвинение: «**Yes, Labour** failed to regulate the City properly. <...> **Yes, Labour** tried to boss people around and undermined responsibility. <...> **Yes, Labour** centralised too much and told people they could fix every problem» [9]. Сочетание лексемы «*Labour*» с местоимением «*these*» и существительным «*politicians*» приобретает отрицательную семантику – «*these Labour politicians / эти лейбористские политики*», что способствует реализации экспрессивного речевого акта с иллокуцией порицания: «I tell you what: **these Labour politicians**, who nearly bankrupted our country, who left a legacy of debts and cuts, who are still in denial about the disaster they created» [9]. Интенция обвинения усиливается повторами вопросительного местоимения «*who*», а также рядом сочетаний с негативной семантикой в рассматриваемом контексте – «*nearly bankrupted / почти обанкротиться*», «*left a legacy of debts and cuts / оставить в наследство долги и сокращения*», «*in denial about the disaster / отрицать катастрофу*».

Убеждение в объективной оценке достигается с помощью приема цитирования, обращения к третьему лицу для подтверждения обоснованности своих суждений: «I always remember what the owner of a small business told me once. He said: 'When I was starting out, the government didn't lift a finger to help me. Then as soon as I start making money they're all over me trying to take it away'» («Я всегда помню, что однажды сказал мне владелец небольшого бизнеса. Он сказал: 'Когда я только начинал, правительство и пальцем не пошевелило, чтобы помочь мне. Затем, как только я начинаю зарабатывать деньги, они пытаются все у меня отобрать'») [9]. Метафора «*didn't lift a finger / не пошевелить пальцем*» в качестве косвенного речевого акта направлена в анализируемом микротексте на интенсификацию

цию речевого поведения продуцента с целью экспликации интенции порицания. Кроме того, речевой акт порицания получает экспрессивную маркированность с помощью сопоставления сочетаний – «*was starting out*» и «*start making money*».

Имитация диалога с реципиентом, а именно обращение к вопросно-ответному построению высказывания с иллюзией порицания-обвинения является активной речевой тактикой в данном тексте. Рассмотрим следующий пример: «How did they get us into this mess? Too much spending, too much borrowing, too much debt. And what did they propose last week? More spending, more borrowing, more debt. They have learned nothing – literally nothing – from the crisis they created» [11]. Рогативные (вопросительные) речевые акты имеют формальный характер в анализируемом микротексте и направлены на поддержание высказываний с интенцией порицания. Интенсификация выражаемого намерения осуществляется рядом средств: повтором лексических усилителей «*too much*» и «*more*», которые эмфатически выделяют лексемы «*spending, borrowing, debt*», чем подчеркивается их негативное семантическое значение в данном контексте. В последнем предложении автор прибегает к дублированию отрицательного местоимения «*nothing*», которое выделяется наречием «*literally*» / *в прямом смысле*», а также к эксплицитной форме речевого акта обвинения – «*the crisis they created / кризис, который они создали*».

Уличение партии-оппонента в экономической безграмотности также используется с целью выражения интенции порицания. Оценка деятельности партии-оппонента носит эмоционально маркированный характер за счет включения лексемы «*crazy*» и сочетания «*energy promise*» («But it's crazy for our country. An energy promise they admitted 24 hours later they might not be able to keep / Но это безумие для нашей страны. Энергичное обещание, которое они сделали спустя 24 часа, они, возможно, не смогут выполнить» [11]).

К иронии в качестве формы порицания деятельности оппонента автор прибегает в следующем высказывании – «*Red Ed and his Blue Peter economy*». Эдвард Милибэнд, лидер Лейбористской партии, за свои социалистически ориентированные политические взгляды получает эпитет «Red Ed». Продуцент, оценивая экономическую политику, проводимую этой партией и ее лидером, дает ей определение «Blue Peter economy», сравнивая с известной в Великобритании телевизионной программой для детей «Blue Peter». Разделы выступления «Our mission / Наша миссия» и «Labour's mess / Лейбористский беспорядок», выполняя роль контекстуального сравнения, являются имплицитной формой выражения интенции порицания деятельности оппонента, с одной стороны, и тактикой саморекламы, с другой стороны. Продуцент повторяет тезис о равных возможностях всех граждан страны в качестве базовой концепции политической стратегии Консервативной партии: «A land of opportunity for all. For all. So it makes no difference whether you live in the North or in the South, whether you're black or you're white, a man or a woman, the school you went to, the background you have, who your parents were» [11]. Интенсификация речевого поведения поддерживается повтором сочетания «*for all*» / *для всех*!, а также многочисленными перечислениями. Равные возможности, по мнению продуцента, может обеспечить только экономически сильное государство и компетентное руководство, а именно Консервативная партия.

Рассмотрим пример, в котором продуцент прибегает к сравнительно-сопоставительному анализу результатов деятельности партии Лейбористов и партии Консерваторов: «**They sit there pontificating about poverty – yet they're the ones who left a generation to rot on welfare.** And while we're at it: let's compare records. Under Labour, unemployment rose. With us, unemployment is falling faster than at any time for 25 years. Under Labour, inequality widened. With us, it's narrowed» [12]. В первом высказывании выражается интенция порицания деятельности партии-оппонента, которая подкрепляется аргументами («Они сидят и рассуждают о бедности, но именно они оставили целое поколение гнить на пособиях»). Предъявляя доказательства, автор использует ряды антонимов: «*(unemployment) rose – unemployment is falling*» и «*(inequality) widened – (it's) narrowed*». Кроме того, аргумент в пользу деятельности Консервативной партии (*unemployment is falling*) усиливается за счет уточнения – «*faster than at any time for 25 years*».

Подвергается критике не только партия-оппонент, но и ее лидер Э. Милибэнд: «He spoke for over an hour, but didn't mention the deficit once. Not once. He said he 'forgot' to mention it. Ed – people forget their car keys, school kids sometimes forget their homework...but if you want to be Prime Minister of this country, you cannot forget the biggest challenge we face» («Он говорил больше часа, но ни разу не упомянул о дефиците. Ни разу. Он сказал, что «забыл» об этом упомянуть. Эд – люди забывают ключи от машины, школьники иногда забывают домашнее задание ... но если вы хотите быть премьер-

министром этой страны, вы не можете забыть самую большую проблему, с которой мы сталкиваемся» [12]). Вокативный речевой акт (Ed) является формальным и выполняет контактоустанавливающую функцию. Саркастическое замечание продуцента (people forget their car keys, school kids sometimes forget their homework) получает следующую интерпретацию – «*but if you want to be Prime Minister of this country, you cannot forget the biggest challenge we face*».

Обвинение в бездеятельности направлено и на ведущих политиков Лейбористской партии: «You were the people who left Britain with the biggest peacetime deficit in history...who gave us the deepest recession since the war...who destroyed our pensions system, bust our banking system...who left a million young people out of work, five million on out-of-work benefits – and hundreds of billions of debt. Some mistakes? Labour were just one big mistake» [12]. Для усиления интенции порицания продуцент использует прием амплификации, который в данном контексте строится за счет перечисления «ошибок» оппонента – «the biggest peacetime deficit in history», «the deepest recession», «destroyed our pensions system», «bust our banking system», «left a million young people out of work», «hundreds of billions of debt». На риторически-саркастический вопрос «*Some mistakes? / Несколько ошибок*» дается ответ, в котором продуцент отождествляет понятия «*Labour party / партия Лейбористов*» и «*one big mistake / одна большая ошибка*».

Критика лидеров партии-оппонента по поводу игнорирования интересов электората поддерживается сравнением позиций Лейбористской и Консервативной партий: «Tristram Hunt, like me – had one of the best educations money can buy. But guess what? He won't allow it for your children. You, Tristram – like the rest of the Labour Party – want to restrict those advantages... I want to spread them to every child in Britain» («У Тристрама Ханта, как и у меня, было одно из лучших образований, которое можно купить за деньги. Но знаете что? Он не допустит этого для ваших детей. Вы, Тристрам, как и остальные члены Лейбористской партии, хотите ограничить эти преимущества ... Я хочу распространить их на каждого ребенка в Британии» [12]). Имитация диалога в качестве устно-речевой формы коммуникации для трансляции своих политических взглядов используется в приведенном выше тексте. В первом предложении продуцент указывает на равные стартовые позиции – оба оппонента получили лучшее образование (*one of the best educations money can buy*). Однако, если автор как представитель Консервативной партии намеревается предоставить возможности получения хорошего образования каждому ребенку (*to every child in Britain*), то деятельность его оппонента, лидера партии Лейбористов, направлена на сокращение этих возможностей.

На основе проведенного анализа можно сделать некоторые обобщения. К наиболее активным тактикам речевого поведения в политическом дискурсе относятся тактики самопрезентации и обвинения/порицания, которые строятся на основе экспликации и имплицитности. Тактика *самопрезентации* выстраивается таким образом, что реципиент логически выводит ранее уже запланированную продуцентом имплицитную тактику. Так, создание представления об исключительной роли партии Консервативных поддерживается возможностями акторечевого уровня за счет выбора ассертивных речевых актов (истина, не требующая доказательной базы), экспрессивного речевого акта (комплимента), комиссива (обещание), а также возможностями различных языковых уровней. Превалирующими можно считать повторы лексического и синтаксического характера, способствующие усилению речевого поведения. Тактика *обвинения/порицания* представлена эксплицитно, т.е. пропозиция не кодируется лингвистически, а зависит от языковых значений произнесенных слов. Особое место принадлежит остенсивным стимулам, реализующимся в анализируемом контексте за счет негативно окрашенной лексики, гиперболы, контекстной и контекстуальной синонимии и антонимии.

Следование за основными коммуникативными принципами либо игнорирование их в политическом дискурсе ориентированы на процесс успешной коммуникации, в которой находит место консолидация интенции продуцента и факторов ожидания реципиента. Политический дискурс, являясь остенсивным типом коммуникации, стремится к достижению определенной перлокуции, для этого выбираются самые релевантные способы и эффективные тактики ее реализации.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1985. Вып. 16. С. 217–237.
2. Гордон Д., Лакофф Дж. Постулаты речевого общения // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1985. Вып. 16. С. 276–302.

3. Мощева С.В. Политический рекламный дискурс: интенциональный аспект // Вестн. Удм. ун-та. Сер. История и филология. 2014. Вып. 2. С. 84–92.
4. Мощева С.В. Интенциональность речевого поведения: система средств интенсификации. М.: Русайнс, 2018. 324 с.
5. Пиирайнен И.Т. Вежливость как категория языка // Вопросы языкознания. М.: РАН, 1996. № 6. С. 100–106.
6. Сусов И. П. Лингвистическая прагматика. М.: Восток-Запад, 2006. 200 с.
7. Шпербер Д., Уилсон Д. Релевантность // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1988. Вып. 23. С. 212–232.
8. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1988. 345 p.
9. Cameron D. Leader's speech, Birmingham 2010. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=214>. (дата обращения: 16.11.2020).
10. Cameron D. Leader's speech, Birmingham 2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=324>. (дата обращения: 16.11.2020).
11. Cameron D. Leader's speech, Manchester 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=354>. (дата обращения: 16.11.2020).
12. Cameron D. Leader's speech, Birmingham 2014. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=356>. (дата обращения: 16.11.2020).
13. Leech G.N. Principles of Pragmatics. New York: Longman Singapore Publishing, 1983. 239p.
14. Petryakov L.D. Discourse as the problem and method of philosophy // World Applied Sciences Journal. (Education, Law, Economics, Language and Communication). 2013. Vol. 27. P. 232–235.

Поступила в редакцию 28.02.2021

Мощева Светлана Васильевна, доктор филологических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Ивановский государственный химико-технологический университет»  
153000, Россия, г. Иваново, Шереметевский пр-т, 7  
E-mail: moshevasv@mail.ru

*S.V. Moshcheva*

**SPEECH BEHAVIOR: COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC ASPECT (ON POLITICAL DISCOURSE BASIS)**

DOI: 10.35634/2412-9534-2021-31-6-1212-1220

The article is devoted to the communicative and pragmatic aspect of an utterance. A review of the basic principles and maxims leading to successful communication is made by the author. The purpose of the investigation involved is to identify actively used speech tactics, their structural features to achieve the perlocution. The material of the research is the political speeches by D. Cameron, a representative of the British Conservative Party. Based on the investigation, some conclusions can be made. In the political discourse self-presentation and accusation / blame tactics are regarded as the most active ones created on the explicature and implicature basis.

*Keywords:* political discourse, speech tactics, speech act, expressive potential.

REFERENCES

1. Grays G.P. Logika i rechevoe obschenie [Logic and Speech Communication]. In.: Novoe v zarubezhnoy lingvistike [New in Foreign Linguistics]. Is. XVI. Moscow, 1985, pp. 217 – 237. (In Russian).
2. Gordon D., Lakoff Dzh. Postulaty rechevogo obscheniya [Postulates of Verbal Communication]. In.: Novoe v zarubezhnoy lingvistike [New in the Foreign Linguistics]. Is.: XVI. Moscow, 1985, pp. 276 – 302. (In Russian).
3. Moshcheva S.V. Politicheskiy reklamnyy diskurs: intentsional'nyy aspekt [Political advertising discourse: intentional aspect] // Vestnik Udmurtskogo universiteta. Ser. Istoriya i filologiya. [Bulletin of the Udmurt University. Ser. History and Philology], 2014, no. 2, pp. 84–92. (In Russian).
4. Moshcheva S.V. Intentsionalnost rechevogo povedeniya: sistema sredstv intensivatsii [Intentionality of speech behavior: the system of intensification]. Moscow, 2018. (In Russian).
5. Piiraynen I.T. Vezhlivost kak kategoriya yazyika [Politeness as the Language Category]. In: Voprosyi yazyikoznaniya [Linguistics Issues]. Is.: VI. Moscow, 1996, pp. 100–106. (In Russian).
6. Susov I.P. Lingvisticheskaya pragmatika [Linguistic Pragmatics]. Moscow, 2006. (In Russian).

7. Shperber D., Uilson D. *Relevantnost* [Relevance]. In.: *Novoe v zarubezhnoy lingvistike* [New in the Foreign Linguistics]. Is.: XXIII. Moscow, 1988, pp. 212 – 232. (In Russian).
8. Brown P., Levinson S. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1988. (In English).
9. Cameron D. Leader's speech, Birmingham 2010. [Online] Available from: <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=214>. (Accessed: 16.11.2020). (In English).
10. Cameron D. Leader's speech, Birmingham 2012. [Online] Available from: <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=324>. (Accessed: 16.11.2020). (In English).
11. Cameron D. Leader's speech, Manchester 2013. [Online] Available from: <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=354>. (Accessed: 16.11.2020). (In English).
12. Cameron, D. Leader's speech, Birmingham 2014. [Online] Available from: <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=356>. (Accessed: 16.02.2020). (In English).
13. Leech G.N. *Principles of Pragmatics*. New York: Longman Singapore Publishing, 1983. (In English).
14. Petryakov L.D. Discourse as the problem and method of philosophy // *World Applied Sciences Journal*. (Education, Law, Economics, Language and Communication). 2013, vol. 27, pp. 232–235. (In English).

Received 28.02.2021

Moscheva S.V., Doctor of Philology, Associate Professor  
Ivanovo State University of Chemistry and Technology  
Sheremetevskiy prosp., 7, Ivanovo, Russia, 153000  
E-mail: moshevasv@mail.ru