

ТЕКСТОТИПЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

THE TEXT TYPES OF THE POLITICAL DISCOURSE (ON MODERN ENGLISH)

G. Ramberdieva

Summary. The article deals with the types of texts that form the modern political English discourse. The extralinguistic features of political texts are described. These features are their prototypical features that determined the peculiarities of the functioning of these texts in the political sphere. These features include: the presence of informative and appeal functions, the institutional nature of the addressee, the conscious nature of the impact, the participation of the central and peripheral constituents of the functional-semantic field of appeal in the implementation of the impact in order to induce the addressee to action.

Keywords: The discourse, the text type, the functional-semantic category, the appealing, the impact, the speech strategy.

Рамбердиева Гайша Сыралханкызы
Аспирант, Оренбургский государственный педагогический университет
gainulia@inbox.ru

Аннотация. В статье рассматриваются типы тексты, образующие современный политический английский дискурс. Описываются экстралингвистические особенности политических текстов, которые являются их прототипическими признаками, обусловившими особенности функционирования данных текстов в политической сфере. К таким особенностям относятся: наличие информативной и аппелятивной функций, институциональный характер адресата, осознанный характер воздействия, участие ядерных и периферийных конституентов функционально-семантического поля аппелятивности в реализации воздействия с целью побуждения адресата к действию.

Ключевые слова: дискурс, тип текста, функционально-семантическая категория, аппелятивность, воздействие, речевая стратегия.

Исследовательский интерес к политическому дискурсу не угасает уже многие десятилетия, что, по всей видимости, можно объяснить важностью политической сферы в сегодняшней жизни общества. Политическому дискурсу посвящены многие научные работы, однако не все характеристики этого типа дискурса являются достаточно изученными. Данная статья посвящена выявлению типов текстов, которые в сочетании с функциональными, культурными, социально-психологическими и другими экстралингвистическими факторами составляют, в своей совокупности, политический дискурс.

Политическая сфера, как известно, включает в себя самые разнообразные коммуникативно-прагматические ситуации, основными из которых являются следующие:

1. Сугубо официальные человеческие взаимоотношения в политической сфере (переговоры глав государств, совещания в различных международных организация (ООН, Европейский Совет, СЕВ и т.д.) заключение международных договоров, съезды политических партий, выступления в парламенте и т.д.).
2. Политическая пропаганда (выступление политиков, предвыборная агитация, политические дебаты, встречи с избирателями, выступление на митинге, листовки, плакаты, лозунги, политические рекламные ролики и т.д.).
3. Публицистическая сфера (публикации, рассказывающие о политической ситуации, интервью

с политическими деятелями, политическая аналитика и т.д.)

Перечисленные коммуникативно-прагматические ситуации актуализируется в виде разноформатных типов текстов: от одноактовых политических лозунгов до объемных выступлений политиков. Отметим, что под типом текста мы, вслед за В.Е. Чернявской, понимаем «продуктивную модель, образец текстового построения, определяющий функциональные и структурные особенности конкретных текстов (экземпляров текста) с различным тематическим содержанием» [5, с. 8]. Политический дискурс функционирует как в письменной, так и в устной формах и представлен, при этом, текстами различных жанров и функциональных стилей. Устный политический дискурс имеет, как правило, письменную фиксацию. Устный политический дискурс реализуется такими текстами как выступление политиков, политические предвыборные дебаты, выступления в парламенте, политические переговоры, интервью с политическими деятелями. Перечислим некоторые типы текстов, которые отражают характер коммуникации в политической английской сугубо официальной сфере: протокол политических переговоров, политических заседаний, программа съезда, программа политической партии, указ президента, выступления политических деятелей с докладами.

Политическая пропаганда реализуется в таких типах текстов как выступление политиков, предвыборная аги-

тация, политические дебаты, встречи с избирателями, листовки, плакаты, лозунги, политические рекламные ролики и т.д.

Политическая сфера широко представлена в публицистике через аналитические статьи в газетах и журналах, передовые статьи в газетах, рассказывающие о политической ситуации, интервью с политическими деятелями, журналистские репортажи с места событий (митинга, съезда) научно-популярные монографии по политологии и т.д. Следует заметить, что приведенный здесь перечень типов текстов не претендует на завершенность и может пополняться.

Из-за принадлежности текстов, образующих политический дискурс к разным функциональным стилям и жанрам, трудно говорить о наличии их текстового прототипа. Однако, исследовательский материал дает основание утверждать наличие двух прототипических функций, объединяющих политические тексты: к таким функциям относятся информативная и апеллятивная функции. По справедливому утверждению О.И. Москальской в любом тексте всегда присутствует одна доминирующая целеустановка, которая реализуется в сочетании более частотных целеустановок в соответствии с общей коммуникативно-прагматической задачей текста [4, с. 56]. Перечисленные политические тексты характеризуются двумя основными целеустановками: информированием и апеллятивным воздействием; некоторым типам текстов свойственно доминирование одной из них. К текстам с доминирующей информирующей целеустановкой относятся тексты различных протоколов, тексты программ (съездов, политических партий), статьи о политике в газетах и журналах, научно-популярные монографии по политологии. В других текстотипах, перечисленных выше, также присутствует функция информирования, но через информирование достигается иная коммуникативно-прагматическая функция — функция речевого или посткоммуникативного воздействия на адресата текста. При этом речь идет как о суггестивном, так и персуазивном видах воздействия. Персуазивность трактуется в данной работе как эксплицитная коммуникативная стратегия, направленная на изменение поведения адресата. Суггестия понимается нами как внушение, наведение читателя на мысли, необходимые автору [1, с. 64]. Воздействие на уровне суггестии свойственно таким типам текстов политического дискурса как политические переговоры, интервью с политическими деятелями, передовые газетные статьи, аналитические статьи в газетах и журналах, рассказывающих о политической ситуации.

Персуазивное воздействие заложено в основу выступлений политиков, предвыборную агитацию, политические дебаты, встречи с избирателями, листовки, плакаты, лозунги, политические рекламные ролики и другие тексты

политической пропаганды. Для политического пропагандистского дискурса персуазивность играет основную роль как коммуникативная стратегия воздействия на читателя. Отметим, что речь идет о психологическом, социокультурном и других видах воздействия автора. Коммуникативная стратегия, как известно, представляет собой обязательный для любой коммуникации отбор языковых ресурсов и адаптацию их к условиям общения [2, с.102]. Отсюда следует два логических заключения: 1) набор речевых средств для реализации персуазивного воздействия в текстах политического дискурса будет отличаться от средств персуазивного воздействия в другом типе дискурса; 2) персуазивность является характеристикой дискурсивного уровня, поскольку реализация данной стратегии связана с условиями общения, с экстралингвистическими факторами, сопровождающими появление текста. Условия общения в политической сфере часто приводят к смешению в одном текстотипе суггестивного и персуазивного видов воздействия. Так, например, и политические переговоры, и интервью с политическими деятелями могут в зависимости от особенностей речевой ситуации приобретать признаки эксплицитного воздействия, когда информативная функция не просто усиливается апеллятивной, но уступает ей доминирующую позицию в тексте как речевое средство призыва, побуждения действиям различного характера: предречевым, речевым, посткоммуникативным с физической или ментальной реакцией [3, с.14].

Апеллятивная функция реализуется в политических текстах набором разноуровневых языковых средств, выражающих апеллятивное значение побуждения адресата к действию с разной степенью интенсивности. Совокупность разноуровневых языковых средств английского языка, выражающих апеллятивное значение, может быть представлена в виде функционально-семантического поля апеллятивности [3]. Разная степень интенсивности апеллятивного значения проявляется широким спектре побудительных оттенков: от эксплицитного персуазивного воздействия, выраженного при помощи императивных конструкций: «Let us, then, fellow-citizens, unite with one heart and one mind» (призыв третьего президента США Т. Джефферсона к единению [6]) до имплицитного воздействия, реализующихся с помощью периферийных средств функционально-семантического поля апеллятивности. К периферийным языковым средствам, имплицитно передающим значение апеллятивности, относятся констативные речевые акты, например: «I am determined that the Conservative Party will provide the country with such an alternative government. I believe that we need a new liberal Conservative consensus on our country» (из речи Д. Кэмерона о восстановлении доверия к политической партии [7]).

Типы текстов политического дискурса можно представить в виде полевой структуры, расположив вну-

три поля тексты в направлении от центра к периферии по признаку уменьшения интенсивности выражения воздействия с целью побуждения адресата текста к действию. Ядерное положение в таком поле займут тексты политической пропаганды (листовки, плакаты, лозунги, воззвания, петиции). Околоядерное положение займут тексты информационно-прескриптивного характера. К таким текстам относятся: партийная программа, инаугурационная речь, традиционное телеобращение главы государства к согражданам, парламентские дебаты, послание президента к Конгрессу о положении дел в стране, прощальное обращение президента. Периферия поля принадлежит таким жанрам как переговоры (глав государств), парламентские дискуссии, доклады на съездах партий. Апеллятивный характер в таких текстах нивелируется до аргументативного воздействия на уровне суггестии.

Причину функционирования ядерных или периферийных средств функционально-семантического поля апеллятивности в политических текстах следует, по всей видимости, искать в дискурсивных особенностях, обусловивших экстралингвистические условия возникновения данных текстов.

Независимо от участия ядерных или периферийных конститuentов функционально-семантического поля апеллятивности в реализации воздействия, следует отметить, что речь идет об особом характере воздействия, который, как одна из дискурсивных прототипических особенностей, служит объединяющим признаком всех типов текстов, образующих политический дискурс. Особый характер воздействия в политическом дискурсе заключается в намеренности и осознанности воздействия. Субъект речевого воздействия (адресант) осознанно и намеренно регулирует физическую и интеллектуальную деятельность партнера по коммуникации (адресата), выбирая способ вербализации.

В качестве одного из главных прототипических дискурсивных признаков текстов политического дискурса необходимо отметить особенности самих субъектов политической коммуникации. Адресатом политических текстов является не человек как гражданин, а представитель партии, объединения или какого-либо государственного органа, властной структуры. Даже в индивидуальном интервью политический деятель выражает мнение определенного общественного коллектива (партии фракции, оппозиции, региона, целой страны и т.д.). Институциональный характер адресанта предполагает модель поведения, в том числе и речевого. Данная модель зависит от условий субъектно-адресатных отношений, среди которых следует назвать следующие: наличие прямого или косвенного адресата, условия личного или опосредованного общения, статусные различия между коммуникантами, мирные условия коммуникации или условия военных действий, наличие личной заинтересованности адресанта в достижении прагматической цели и т.д. Очевидно, что изучение экстралингвистических факторов, обуславливающих выбор речевой стратегии воздействия, заслуживает детального рассмотрения в рамках другой научной работы.

Завершая рассмотрение круга вопросов, связанных с особенностями типов текстов, образующих в своей совокупности политический дискурс, следует отметить, что несмотря на разноформатность данных текстов, принадлежность к различным функциональным стилям и жанрам можно выделить объединяющие их дискурсивные прототипические признаки. К таким признакам относятся следующие: наличие информативной и апеллятивной функций с доминированием последней в текстах политической пропаганды, институциональный характер адресата, осознанный характер воздействия, участие ядерных и периферийных конститuentов функционально-семантического поля апеллятивности в реализации воздействия с целью побуждения адресата к действию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гончарова Е. А. Научная коммуникация — дискурс — интердискурсивность // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса. — СПб.: Изд-во СПб-ГУЭФ, 2001.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Едиториал, 2002.
3. Комлева Е. В. Апеллятивность и текст. — СПб.: Реноме, 2014
4. Москальская О. И. Грамматика текста. М.: Высшая школа, 1981.
5. Чернявская В. Е. Интертекстуальность как текстообразующая категория вторичного текста в научной коммуникации / на материале немецкоязычных научно-критических текстов рецензий / — Ульяновск: Изд-во СВНЦ, 1996.
6. <http://study-english.info/obama2013inauguration> — 20.05.2019.
7. <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive> — 20.05.2019.

© Рамбердиева Гайша Сыралханкызы (gainulia@inbox.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»