

Елена И. Шейгал, Юлия М. Иванова
 Волгоградский педагогический университет
 пр. Ленина, 27, 400006 Волгоград, Россия
 E-mail: sheigal@tele-kom.ru, juliva@vlink.ru

ПРЕДВЫБОРНЫЕ ТЕЛЕДЕБАТЫ КАК ЖАНР СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

В статье анализируется феномен стратегической коммуникации, определяются параметры его выделения как особого типа коммуникации, включающие: конфликт целей говорящих (генетический аспект стратегической коммуникации), наличие в дискурсе системы стратегий воздействия (психолингвистический аспект), а также использование для разрешения данного конфликта имеющейся в культуре игровой коммуникативной формы (культурологический аспект). Обосновывается использование термина «стратегический» для обозначения данного типа дискурса. Авторы рассматривают предвыборные теледебаты, представляющие собой традиционный жанр политической риторики США, в качестве примера стратегической коммуникации. Данный жанр анализируется в трех названных аспектах, что позволяет выделить три основных компонента стратегического дискурса, присущих предвыборным теледебатам. Выявлена уровневая система стратегий воздействия, реализуемых кандидатами на пост президента США. Определяется зависимость выбора типа стратегий от темпоральной структуры диалога.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: стратегический дискурс, коммуникативные стратегии, интродуктивная стратегия, варьирующая стратегия, аддитивная стратегия, коммуникативные тактики.

Современная лингвистика ставит в центр своего внимания говорящего человека, поэтому такие понятия психологии, как *цель, интенция, мотив* принадлежат в ней к числу центральных. Не случайно понятие интенциональности не только кладется Дж. Сёрлем в основу различных классификаций речевых актов, но и используется им при выдвижении гипотезы о механизме возникновения человеческого языка¹. Параметр ведущей, или генеральной, интенции признается одним из оснований классификации типов дискурса. Так, например, ведущая интенция борьбы за власть служит критерием для определения границ политического дискурса².

В. И. Карасик вводит параметр цели в схему анализа институциональных типов дискурса³.

Предлагаемая в данной статье типология дискурса также опирается на понятие цели, однако в несколько ином аспекте. Если критерием выделения институциональных типов дискурса является содержание ведущей интенции говорящих, например борьба за власть для политического дискурса, социализация личности – для педагогического, единение в вере – для религиозного, то для выделения *стратегического дискурса*⁴ и противопоставления его *не-стратегическому* существенным является факт совпадения или несовпадения целей говорящих.

¹ Подробный и глубокий анализ проблемы интенциональности в современной лингвистике дается в работе *Слово в действии. Интеннт-анализ политического дискурса*. Санкт-Петербург, 2000, с. 28–39.

² ШЕЙГАЛ, Е. И. *Семиотика политического дискурса*. Волгоград, 2000, с. 22.

³ КАРАСИК, В. И. *Языковой круг: личность, концепты, дискурс*. Волгоград, 2002, с. 299.

⁴ В данной работе термины *дискурс* и *коммуникация* используются как синонимичные.

1. Понятие стратегии и феномен стратегического

1.1. Стратегия как междисциплинарное понятие

Для начала необходимо мотивировать выбор термина *стратегический* как обозначения исследуемого сегмента коммуникации. Термин *стратегия* имеет греческое происхождение: *stratos* – «войско» + *ago* – «веду»⁵. Исторически этот термин связан с обозначением «искусства планирования и управления военными кампаниями, а также передвижением и расположением вооруженных сил в войне»⁶. Однако с течением времени сфера его употребления значительно расширилась, охватив некоторые понятия из сферы кибернетики, экономики, психологии, культурологии, а также лингвистики. Сам факт переносного употребления всегда связан с тем, что члены говорящего коллектива осознают наличие внутреннего сходства между обозначаемыми сущностями. В чем же инвариантный компонент содержания тех понятий, которые получают название *стратегии* в перечисленных областях знания? Анализ показывает, что стратегией называют некоторую инвариантную модель действия или нескольких действий, направленных на преодоление определенного затруднения; важнейшими характеристиками стратегии являются целенаправленность, системность, интерактивность.

Целенаправленность стратегии проявляется в том, что она всегда преследует четко обозначенную цель. Системность стратегии задается множественностью взаимосвязанных действий, направленных на достижение этой цели. Интер-

активность описывается как неотъемлемое свойство стратегии виднейшим европейским теоретиком войны К. фон Клаузевицем: «Так как большинство ... действий может быть намечено лишь на основе предположений, которые частично не оправдываются, а целый ряд более детальных определений заранее и совсем не может быть сделан, то из этого, очевидно, следует, что стратегия обязана сама выступать на театр войны, дабы на месте распорядиться частностями и внести в целое те изменения, в которых постоянно будет нужда»⁷. Это свойство является весьма важным для изучения сущности анализируемого понятия, поскольку стратегия часто определяется как «план» деятельности⁸. Однако важно подчеркнуть, что этот план носит не статический, а динамический характер; стратегия **не реализуется, а создается** в процессе достижения цели.

1.2. Стратегия в лингвистике

Каким образом соотносится междисциплинарное понятие стратегии с целями и задачами лингвистического анализа? Каковы причины столь широкого распространения данного термина в современных работах по языкознанию? Для ответа на эти вопросы рассмотрим основные подходы к изучению понятия стратегии, принятые в работах по лингвистике.

На основании анализа литературы по данному вопросу мы делаем вывод о том, что термин «стратегия» за довольно короткое время получил в лингвистике весьма широкое распространение и столь же широкое толкование⁹. В лингвистике под стратегией, в частности, понимают:

⁵ *The Concise Oxford Dictionary*. New York, 1995.

⁶ *Encyclopaedia Britannica*, 1995.

⁷ КЛАУЗЕВИЦ, К. *О войне*. Москва, 1994, с. 189.

⁸ *Теория и практика риторики массовой коммуникации*. Москва, 1989, с. 32, также: *Методология исследований политического дискурса. Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов*. Минск, 2001, с. 468, также: ИССЕРС, О. С. *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*. Москва, 2002, с. 54.

⁹ Подробный теоретический обзор данной проблемы содержится в работах: ПЛОТНИКОВА, С. Н. *Неискренний дискурс*. Иркутск, 2000, с. 56–60; ИССЕРС, сноски 8, с. 51–62; АСТАФУРОВА, Т. Н. Типология коммуникативных стратегий в научных парадигмах. *In Лингводидактические проблемы межкультурной коммуникации*. Волгоград, 2003, с. 15–25. Чтобы не повторяться, отсылаем читателя к этим работам.

- (1) принцип построения процессно-ориентированной модели интерпретации текста¹⁰,
- (2) выполнение некоторого речевого действия¹¹,
- (3) средство достижения высокой степени успешности высказывания¹²,
- (4) принцип построения любой осмысленной коммуникации¹³,
- (5) глобальную модель организации межкультурного делового общения¹⁴,
- (6) «своего рода «насилие» над адресатом, направленное на изменение его модели мира, на трансформацию его концептуального сознания»¹⁵,
- (7) образ взаимодействия Наблюдателя со средой¹⁶ и т. д.

Наиболее исследованным из всех языковых явлений стратегической природы нам представляется феномен коммуникативной стратегии. Анализ литературы по данному вопросу позволяет выделить, по крайней мере, пять различных подходов к рассмотрению феномена коммуникативной стратегии.

Текстологический подход: стратегия рассматривается как «содержательный элемент текста», «своеобразный текст в тексте», «сложный языковой знак»¹⁷. Авторы, придерживающиеся этого подхода, делают особый акцент на исследовании текстуальных характеристик

коммуникативной стратегии в двух аспектах: с точки зрения ее «внешнего (экстенционального, невербального)» и «внутреннего (вербального, виртуального, знакового) содержания» (там же).

Риторический подход: стратегия – это «творческая реализация коммуникантом плана построения своего речевого поведения ... в речевом событии»¹⁸; «план (инициация) и реализация текста»¹⁹. Особенностью этого подхода является акцентирование внимания на наличии некоторого плана речи, реализующегося в процессе построения высказывания и составляющего суть ее стратегичности.

Психологический подход: под стратегией понимается «осознание ситуации в целом, определение направления развития и организация воздействия», «развернутая во времени установка субъекта на общение»²⁰, «обмен собеседниками своими «интенциональными состояниями», ведущий к возникновению «психологической основы для речевого воздействия»²¹. Изучение коммуникативных стратегий в таком аспекте связывает феномен стратегического в языке с феноменом воздействия при помощи языка.

Когнитивный подход: стратегия определяется А. Н. Барановым как «совокупность процедур над моделями мира участников ситуации общения»²²; М. Л. Макаров предлагает определение стратегии как «осмысления

¹⁰ ДЕЙК, Т. А. ван; КИНЧ, В. Стратегии понимания связного текста. In *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва, 1988, вып. XXIII, с. 153–211.

¹¹ LEHNERT, W. G. Plot units: a narrative summarisation strategy. In *Strategies for natural language processing*. Hillsdale; New Jersey, 1982, p. 375–412.

¹² HAVERKATE, H. *Speech Acts, Speakers and Hearers*. Amsterdam; Philadelphia, 1984.

¹³ SANDERS, R. E. *Cognitive Foundations of Calculated Speech: Controlling Understanding in Conversation and Persuasion*. New York, 1987.

¹⁴ АСТАФУРОВА, сноска 9.

¹⁵ ИССЕРС, сноска 8, с. 102.

¹⁶ КРАВЧЕНКО, А. В. *Знак, значение, знание. Очерк когнитивной философии языка*. Иркутск, 2001, с. 187.

¹⁷ *Методология...*, сноска 8, с. 199–200.

¹⁸ *Теория и практика риторики...*, сноска 8, с. 32.

¹⁹ *Методология...*, сноска 8, с. 468.

²⁰ ВЕРЕТЕНКИНА, Л. Ю. Стратегия, тактика и приемы манипулирования. In *Лингвокультурологические проблемы толерантности*. Екатеринбург, 2001, с. 178.

²¹ СТЕПАНОВ, В. Н. Провокационная стратегия с интенциональным состоянием «радость». In *Лингвокультурологические проблемы толерантности*. Екатеринбург, 2000, с. 297.

²² ИССЕРС, сноска 8, с. 7.

ситуации общения с помощью интерпретативных схем, способствующих выработке альтернативных способов осуществления действий»²³, а также приводит определения Д. Леви: «когнитивный процесс, в котором говорящий соотносит свою коммуникативную цель с конкретным языковым содержанием»²⁴, и У. Эдмонсона: «постоянная систематическая проверка соответствия между прагматической «глубинной структурой» взаимодействия, иерархической структурой сценарной модели и развертывающейся во времени ... «цепочкой» коммуникативных ходов в дискурсе...»²⁵. Данный подход характеризуется особым вниманием к когнитивным механизмам реализации коммуникативных стратегий.

Прагмативно-лингвистический подход: стратегия определяется как «совокупность речевых действий»²⁶, «цепочка решений говорящего, его выборов определенных коммуникативных действий и языковых средств»²⁷, условие и способ достижения высокой степени успешности высказывания²⁸, «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели», который «включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана»²⁹. Данный подход состоит в исследовании коммуникативной стратегии в деятельностном аспекте.

В самом общем виде можно говорить о том, что стратегии представляют собой некоторые инвариантные модели действий, предпринимаемых человеком для разрешения возни-

кающих проблемных ситуаций, делающих невозможной непосредственную реализацию³⁰ его целей. Наличие у коммуникантов конфликта целей (под которым мы понимаем их взаимное исключение) создает проблемную ситуацию, поскольку делает невозможным непосредственное достижение целей.

2. Стратегический дискурс: критерии выделения

2.1. Генетический компонент стратегического дискурса: конфликт целей участников

В нашем понимании конфликта мы исходим из определения, принятого в математической теории игр: «конфликтом естественно считать всякое явление, относительно которого можно говорить о его участниках, об их действиях, об исходах явления, к которым эти действия приводят, о сторонах, так или иначе заинтересованных в этих исходах, и о сущности этой заинтересованности»³¹. Принятие оптимальных решений в условиях конфликта составляет, в таком понимании, суть игры. Стратегия же рассматривается в данной теории как единичное действие игрока, совершаемое им в условиях выбора и неопределенности относительно дальнейших действий противника. При выборе стратегии игрок руководствуется определенными представлениями об оптимальности предпринимаемых им действий. Данная высокоформализованная модель человеческого поведения принимается нами в общем виде за основу при описании стратегий в коммуникации.

²³ МАКАРОВ, М. Л. *Интерпретационный анализ дискурса в малой группе*. Тверь, 1998, с. 138.

²⁴ МАКАРОВ, сноска 23, с. 138.

²⁵ МАКАРОВ, сноска 23, с. 138.

²⁶ ТРУФАНОВА, И. В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика. In *Филологические науки*, 2001, № 3, с. 58.

²⁷ МАКАРОВ, сноска 23, с. 137.

²⁸ HAVERKATE, сноска 12; SANDERS, сноска 13.

²⁹ ИССЕРС, сноска 8, с. 54.

³⁰ Под непосредственной реализацией целей здесь понимается реализация целей в одно действие.

³¹ *Энциклопедия кибернетики*. Киев, 1975, с. 333.

Итак, отправной точкой анализа феномена стратегической коммуникации является понятие конфликта целей, под которым понимается их взаимное исключение. Иными словами, если достижение поставленных одним из участников общения целей делает невозможным или крайне затруднительным достижение целей его партнером по общению, то о таких партнерах можно сказать, что их цели конфликтуют. Наличие конфликтующих целей можно, таким образом, считать *генетическим компонентом* стратегической коммуникации.

2.2. Психолингвистический компонент стратегического дискурса: наличие системы стратегий речевого воздействия

Имеющийся конфликт целей коммуникантов может иметь три основных пути разрешения: (1) каждый из коммуникантов идет на компромисс, отказываясь от более или менее значительной части своих претензий для того, чтобы наверняка и без борьбы достичь остального, (2) один из коммуникантов полностью отказывается от стремления к достижению поставленных целей, (3) коммуниканты вступают в борьбу за достижение поставленных целей. Первые две из описанных ситуаций не представляют для нас интереса, тогда как третья составляет одно из необходимых условий существования стратегической коммуникации.

Стратегическая коммуникация представляет собой активное противоборство участников, рожденное конфликтом их целей. Поскольку мы говорим о наличии стратегической коммуникации как особого типа человеческого общения, то термин «противоборство» есть метафора: борьба происходит на уровне знаний и эмоций с использованием всех вербальных и невербальных средств человеческой коммуникации. Однако если в ситуации общения, не характеризующейся конфликтом целей, эти средства используются без нацеленности на борьбу, то в интересующей нас ситуации стратегического общения средства коммуникации превращаются в средства борьбы, из «орудий» – в

«оружие коммуникации». В качестве наиболее эффективного «оружия» выступают, на наш взгляд, средства речевого воздействия, которые используются каждым из коммуникантов с целью одержания победы над противником. Однако весьма часто воздействие направлено не столько на прямого адресата, являющегося собственно «противником по коммуникации», сколько на адресата косвенного – аудиторию, наблюдающую за борьбой соперников.

В подобной ситуации основной, или стратегической, целью каждого из коммуникантов будет оказать воздействие на аудиторию, используя по возможности слабые стороны и промахи противника. Так или иначе, речевое воздействие оказывается ключевым компонентом стратегической коммуникации. По нашему мнению, в ситуации активного противоборства, когда все действия говорящих направлены на одну цель – победу, использование средств речевого воздействия приобретает форму деятельности (т. е. представляет собой множество взаимосвязанных действий, направленных на реализацию одного мотива). Специфика стратегической коммуникации заключается в том, что говорящие осознанно строят свою коммуникацию определенным образом, держа под сознательным контролем как содержательные, так и структурные характеристики процесса коммуникации. Таким образом, осознание речевого воздействия как деятельности составляет *психолингвистический компонент* стратегической коммуникации.

2.3. Культурологический компонент стратегического дискурса: коммуникативная игра

Борьба всегда предполагает нанесение противнику некоторого вреда, урона, однако и здесь перед противниками стоит выбор: вести ли эту борьбу «насильственными методами», которые в данном случае, подразумевают, прежде всего, вербальную агрессию, или построить свое противоборство стратегически, с использованием потенциала «обходного пути»³².

³² ЖЮЛЬЕН, Ф. *Путь к цели: в обход или напрямик. Стратегия смысла в Китае и Греции*. Москва, 2000.

Исключение насильственных методов борьбы предполагает противоборство в «игровом формате», то есть с использованием имеющейся в культуре специальной игровой коммуникативной формы, предназначенной для того, чтобы ограничить борьбу и придать ей форму игры.

Культуролог Й. Хейзинга, положивший понятие игры в основу теоретического описания культуры, считает, что «игра есть добровольное поведение или занятие, которое происходит внутри некоторых установленных границ места и времени, согласно добровольно взятым на себя, но безусловно обязательным правилам, с целью, заключающейся в нем самом; сопровождаемое чувствами напряжения и радости, а также ощущением «инобытия» в сравнении с обыденной жизнью»³³. Таким образом, отличительными признаками игры являются, по Хейзинге: (1) ограниченность в пространстве и времени, (2) наличие системы заранее установленных и добровольно принимаемых игроками правил. Третьим важным признаком игры мы считаем наличие конфликта в изложенном выше понимании, поскольку конфликт составляет саму основу игры³⁴. Можно говорить о наличии в различных культурах определенных традиционных коммуникативных форм, в основу которых кладется феномен игры и которые специально предназначены для сведения к этой форме человеческой борьбы за определенные блага. К таким формам относятся, например, рыцарский турнир, состязание в премудрости, телеигра, и т. д. Предвыборные теледебаты представляют собой именно такую игровую коммуникативную форму, переводящую политическую борьбу между лидерами противоборствующих партий в форму телевизионного состязания в премудрости на глазах у

публики с целью завоевать ее симпатию и поддержку на предстоящих выборах³⁵.

3. Предвыборные теледебаты как жанр стратегического дискурса

Жанровое пространство политического дискурса структурируется на основании противопоставления агональности (от греч. *agon* – состязание, борьба), ориентации и интеграции как ведущих интенций, организующих различные жанры этого типа дискурса. Кроме того, жанры делятся на первичные и вторичные в зависимости от того, составляют ли они основу собственно политической деятельности или связаны с ней лишь косвенно³⁶. Предвыборные теледебаты – традиционный жанр политической риторики США – в рамках данной системы укладываются в определение первичного агонального жанра. Он относится к первичным жанрам политического дискурса, так как имеет прямое отношение к реализации его основной интенции – борьбе за власть. Агональным этот жанр является в силу того, что его основу составляет противоборство участников. Диалог в рамках данного жанра структурируется в соответствии с жесткой системой правил, касающихся его темпоральной структуры. Речевое воздействие является необходимым условием победы в противоборстве, составляющем основу данной коммуникативной формы, и организуется ее участниками как деятельность. Жанр предвыборных теледебатов, таким образом, характеризуется всеми параметрами стратегической коммуникации: (1) изначальная конфликтность, антагонистичность агонального общения, (2) наличие в культуре США такой специальной игровой формы разрешения противоречий между борющимися за

³³ ХЕЙЗИНГА, Й. *Homo Ludens: Статьи по истории культуры*. Москва, 1997, с. 45.

³⁴ В данной работе мы употребляем термин *игра*, имея в виду исключительно агональную игру, поскольку именно она составляет внутреннюю форму стратегической коммуникации.

³⁵ Интересно в данном случае мнение американских теоретиков культуры, которые считают, что теледебаты неспособны серьезным образом повлиять на результаты выборов, но выполняют другую важную функцию – политического ритуала, поддерживающего открытый «разговор» власти с народом. См. об этом: *Presidential Debates as Political Rituals*. In *Bill Clinton on Stump, State and Stage: The Rhetorical Road to the White House*. Fayetteville, 1994, p. 267–269.

³⁶ ШЕЙГАЛ, сноски 2, с. 268–270.

власть, как предвыборные теледебаты, а также (3) наличие в структуре коммуникации в рамках данного жанра уровневой системы стратегий и тактик речевого воздействия, получающих регулярное выражение в дискурсе.

3.1. Жанр предвыборных теледебатов: генетический и культурологический аспекты

Генетический аспект данного жанра состоит в том, что агональность составляет основу коммуникации в его рамках. В центре внимания оказывается конфликт между главными участниками коммуникации, то есть кандидатами на пост президента США. Суть этого конфликта состоит в том, что два представителя противоборствующих политических партий претендуют на один пост. Не подлежит сомнению тот факт, что данное противоречие является неразрешимым, так как никакой компромисс здесь невозможен: один из участников получит желаемое, другой уйдет ни с чем.

Обратимся к рассмотрению данного жанра в культурологическом аспекте, иными словами – опишем параметры коммуникативной игровой формы данного жанра, включающие ролевую структуру и правила, регламентирующие агональную коммуникативную игру.

Особенности ситуации предвыборной борьбы определяют *ролевую структуру* жанра теледебатов, которая, в свою очередь, задает его сценарные характеристики. Ситуация состоит в том, что два (реже более) соперника претендуют на один и тот же пост. Поскольку в политической системе США выделяются две ведущие партии – Демократическая и Республиканская – основными претендентами на президентский пост оказываются именно кандидаты от этих партий. Такой порядок вещей предполагает, что на момент выборов президентское кресло занимает представитель одной из этих двух партий. Таким образом, ролевая структура этого речевого события обычно включает две роли: «человек из Вашингтона» (представитель власти – действующий президент или вице-президент) и

«новый человек» – представитель оппозиционной партии. Ситуация выборов предполагает возможность смены власти, что имеет прямое отношение к критическому анализу результатов работы правящей партии. Ее представитель, человек из Вашингтона, оказывается перед необходимостью защищать ее программу и давать отчет о достижениях. Его мотив, таким образом, состоит в сохранении власти в руках своей партии. Для этого ему необходимо создать у аудитории положительное впечатление о ее деятельности за период правления и, кроме того, создать негативный образ партии-оппонента. Мотивом нового человека – представителя оппозиционной партии – является осуществление перехода власти к его партии. Для реализации этого мотива ему необходимо равным образом использовать и создание положительного образа своей партии, и негативную критику противника.

Как уже отмечалось выше, коммуникация в рамках жанра предвыборных теледебатов характеризуется признаками игры, такими как: ограниченность в пространстве и времени, принципиальная возможность выигрыша, а также наличие системы заранее оговоренных и добровольно принимаемых всеми участниками правил. Средства, которыми располагают для достижения своих целей участники предвыборных теледебатов, также ограничены *правилами (коммуникативной) игры*, то есть условиями, которые оговариваются в начале каждой серии дебатов. Эти условия касаются:

- 1) времени, отводимого на одно высказывание, например: две минуты для ответа на вопрос и одна минута для реакции на слова оппонента;
- 2) очередности предоставления слова участникам дебатов, например: (1) вопрос > (2) ответ первого кандидата > (3) реакция второго кандидата и т. д.
- 3) наличия или отсутствия вступительной и заключительной речи/реплики (*opening and closing statements*).

Оговаривается³⁷ порядок реплик, например:

³⁷ Примечательно, что правила коммуникативной игры оговариваются участниками с тем, чтобы каждый добровольно принял их, а вопрос о том, кто будет говорить первым, решается при помощи жребия (*by a flip of a coin*), что сближает описываемый жанр с другими игровыми формами.

Таблица 1

Номер реплики	Тип реплики
1	вопрос кандидату А
2	ответ кандидата А
3	реакция кандидата Б
4	вопрос кандидату Б
5	ответ кандидата Б
6	реакция кандидата А

или:

Номер реплики	Тип реплики
1	вопрос №1
2	ответ кандидата А
3	ответ кандидата Б
4	вопрос №2
5	ответ кандидата Б
6	ответ кандидата А

Данные правила имеют ряд стратегически важных следствий, которые кандидатам необходимо учитывать в ходе своих выступлений. В целом мы считаем возможным определять все эти следствия в терминах *коммуникативной позиции*, под которой мы в данном случае будем понимать комбинацию условий, определяющих вероятность успешности стратегических действий говорящего. Так, например, в том случае, когда кандидат отвечает на вопрос первым (как во второй схеме) или отвечает на вопрос, адресованный ему, в ожидании реакции оппонента (как в первой схеме), он находится в менее удачной коммуникативной позиции, чем его оппонент. Поэтому в данном случае перед ним стоит выбор: преодолевать невыгодность своей коммуникативной позиции (что часто невозможно) или нарушить правила (что довольно рискованно). Данный выбор является наглядным проявлением борьбы в дискурсе – и его осуществление характеризует стратегию говорящего. Так, например, в 2000 году ныне действующий президент США Джордж Буш-младший нередко нарушал правила предвыборных теледебатов, в результате чего гораздо реже оказывался в слабой коммуникативной позиции, чем его оппонент Альберт Гор, – другими словами, он стремился к тому, чтобы последнее слово как можно чаще оставалось за ним.

Итак, в самом общем виде коммуникативная позиция тем слабее, чем ближе к началу очередного диалогического единства. Есть основания предполагать, что это связано с «эффектом последнего слова», который известен и широко используется в работе профессиональными педагогами, специалистами в обла-

сти рекламы и связей с общественностью. Эффект «последнего слова» состоит в том, что сказанное последним запоминается лучше. По всей видимости, существует аналогия между актуальным членением предложения и структурой диалогического единства в данном жанре: тот, кто говорит первым, дает некую новую информацию, образующую рему высказывания и составляющую, в свою очередь, отправную точку, или тему, для выступления оппонента. Проведенный анализ показал, что, находясь в слабой коммуникативной позиции, участники дебатов стремятся к тому, чтобы как можно полнее выразить тот инвариантный тезис, который диктуется их ролью и составляет генеральную интенцию. Так, «человек из Вашингтона» начинает ответ на любой вопрос с отчета о сделанном в затронутой сфере. «Новый человек» обычно указывает на недостатки, говорит о необходимости перемен и излагает свой примерный план улучшения сферы жизни, затронутой в вопросе.

По-иному действуют коммуниканты, когда они находятся в сильной позиции, то есть говорят последними в диалогическом единстве, непосредственно перед сменой темы. И «человек из Вашингтона», и «новый человек» стремятся начать свое высказывание с рефлексии на слова оппонента с тем, чтобы противопоставить себя ему при помощи различных коммуникативных средств. Эффективность противопоставления повышается, если говорящему удастся найти пути выражения своей интеграции с аудиторией, так как в этом случае его оппонент оказывается автоматически противопоставленным и ей.

3. 2. Предвыборные теледебаты: психолингвистический аспект

Психолингвистический аспект анализа данного жанра заключается в его рассмотрении как деятельности речевого воздействия, которую говорящие осуществляют по отношению друг к другу и аудитории. Эта деятельность характеризуется наличием в дискурсе определенной системы стратегий воздействия, которая, как показало исследование, имеет уровневую структуру, находящуюся в зависимости от темпоральной структуры диалога в рамках данного жанра.

Стратегия базового уровня имеет место, когда основной целью речевого воздействия является модификация знания аудитории. Ее планируемый результат – встраивание определенных пропозиций в структуру знания реципиента, которая представляет собой определенную концептосферу. Встраиваемые пропозиции модифицируют структуру концептов таким образом, чтобы обеспечить нужные изменения в поведении реципиента. Выбор модифицируемых концептов осуществляется субъектом воздействия по признаку релевантности: он стремится изменять те фрагменты знания реципиента, на которые тот опирается при определении своих будущих действий.

Стратегия базового уровня получает название *интродуктивной*, поскольку используется коммуникантами для первичного ввода информации: она оказывается достаточной для того, кто говорит первым в диалогическом единстве или после смены темы³⁸.

Интродуктивная стратегия реализуется говорящим в трех тактиках, выделяемых на основании того, какая из составляющих концепта – понятийная, образная или ценностная³⁹ – подвергается модификации: в *тактике понятийной категоризации*, *тактике образной категоризации* и *тактике ценностной ориентации*.

Стратегия второго уровня, помимо основной цели речевого воздействия (объединяющей ее с интродуктивной стратегией), то есть модификации определенных фрагментов знания реципиентов, преследует также особую цель, определяющуюся ситуацией агонального диалога и состоящую в минимизации эффекта воздействия речи оппонента. Эта стратегия получила в нашей работе название *варьирующей стратегии*. Суть ее заключается в том, что говорящий оперирует информацией, представленной в речи оппонента, таким образом, чтобы нейтрализовать ее воздействующий эффект. Эта стратегия осуществляется посредством двух тактик: *тактики верификации* и *тактики метаязыкового комментирования*. Тактика верификации сводится к обвинению во лжи: приводятся факты (цифры, цитаты и т. д.), опровергающие приводимые оппонентом сведения. Тактика метаязыкового комментирования заключается в выражении отрицательной оценки (ирония, скепсис, неодобрение) по отношению к его высказыванию.

Наконец, третий – высший – уровень образует *аддитивная стратегия*, реализующая три цели. Первые две цели объединяют ее со стратегиями низших уровней: это модификация определенных фрагментов знания реципиентов и минимизация воздействующего эффекта речи оппонента.

Третья цель, специфическая для стратегии третьего уровня, заключается в замене ранее встроенных оппонентом в структуру знания реципиента компонентов новым знанием. Достижение этой цели оказывается возможным в силу того, что, нейтрализуя эффект воздействия речи своего оппонента, говорящий, по сути, «убирает» встроенное этой речью знание, что создает возможность заполнения «пустешего» пространства.

Аддитивная стратегия реализуется двумя типами тактик, отражающими два возможных

³⁸ Коммуникант, говорящий *вторым* (*третьим* и т. д.), должен не только вводить информацию, но и нейтрализовать эффект воздействия речи своего оппонента. Для этого он может использовать одну из стратегий более высокого уровня.

³⁹ КАРАСИК, сноска 3.

Таблица 2

Уровень	Стратегия	Цели
Первый	Интродуктивная	- <i>сообщение информации (1)</i>
Второй	Варьирующая	- <i>сообщение информации (1)</i> - <i>разрушение установленных речью оппонента смысловых связей (2)</i>
Третий	Аддитивная	- <i>сообщение информации (1)</i> - <i>разрушение установленных речью оппонента смысловых связей (2)</i> - <i>встраивание новых смысловых связей на место разрушенных (3)</i>

способа приращения информации в диалог: *тактика введения новых фактов* (название говорит само за себя) и *тактика введения нового аспекта*, заключающаяся в том, что фактам и явлениям, информация о которых сообщается в речи оппонента, придается новый смысл путем введения нового угла рассмотрения проблемы.

Таким образом, стратегия каждого последующего уровня имеет свою собственную цель, но одновременно достигает и целей, характеризующих стратегии более низких уровней. Иными словами, и нейтрализация воздействия речи оппонента, и встраивание новых знаний предполагают изменение структуры знания объекта воздействия. Системный характер взаимосвязи рассмотренных стратегий наглядно представлен в таблице 2.

Приведенная система отражает агональный характер коммуникации в анализируемом жанре: оппоненты не просто сообщают некоторую информацию аудитории с целью воздействовать на нее, но и стремятся разрушить установленные в речи оппонента смысловые связи, осуществить «разрыв семантических сетей», по терминологии О. С. Иссерс⁴⁰. Кроме того, говорящие стремятся к тому, чтобы на месте разрушенных смысловых связей установить новые – что также делается в целях оказания воздействия на аудиторию. Здесь мы видим аналогию с борьбой в самом широком пони-

мании: оппоненты наносят друг другу «информационные удары», причем каждый из них стремится произвести на аудиторию впечатление, что он интеллектуально сильнее своего противника, демонстрируя высокий уровень осведомленности, профессионализм, умение отстаивать собственную точку зрения, умение отреагировать на выпад противника и т. д.

В целом, можно говорить о том, что речевое воздействие в стратегической коммуникации соответствует пониманию деятельности в психологической науке: оно представляет собой систему действий, организованную определенной мотивацией (произвести на избирателей впечатление лучшего кандидата на пост президента страны). Поскольку же убедить аудиторию голосовать за одного кандидата (при наличии нескольких других, не менее достойных и так же стремящихся к данной цели) не является задачей, выполняемой непосредственно (в одно действие), то у кандидатов возникает необходимость бороться за голоса избирателей. Обратимся к более подробному описанию структуры деятельности речевого воздействия, то есть системы стратегий и тактик речевого воздействия, применяемых говорящими в агональных жанрах политического дискурса.

В приведенных ниже таблицах 3 и 4 показана последовательность использования стратегий воздействия и ее обусловленность структурой диалога.

⁴⁰ ИССЕРС, сноска 8, с. 39.

Таблица 3

Ответ А. Гора на вопрос (слабая коммуникативная позиция)

Реплики	Встраиваемые пропозиции	Стратегии и тактики
1. I said that his tax cut plan, for example, raises the question of whether it's the right choice for the country.	Bush's plan = the wrong choice for the country	Тактика понятийной категоризации (интродуктивная стратегия)
2. And let me give you an example of what I mean.		
3. Under Governor Bush's tax cut proposal he would spend more money on tax cut for the wealthiest 1% than all of the new spending that he proposes for education, health care, prescription drug and national defense all combined.	Bush = the wealthiest 1%	Тактика ценностной ориентации (интродуктивная стратегия)
4. Now, I think those are the wrong priorities.	Bush = wrong priorities	Тактика понятийной категоризации: тактика ценностной ориентации (интродуктивная стратегия)
5. Now, under my proposal, for every dollar that I propose in spending for things like education and health care I will put another dollar into middle class tax cuts.	Gore ↔ Bush [Gore's plan = the right choice for the country; Gore = the right priorities] Gore = middle class	Тактика ценностной ориентации (интродуктивная стратегия)
6. And for every dollar that I spend in these two categories I'll put \$2 toward paying down the national debt.	Gore = paying down national debt	Тактика ценностной ориентации (интродуктивная стратегия)
7. I think it's very important to keep the debt going down and completely eliminate it.	Gore = keeping national debt down + completely eliminating it	Тактика ценностной ориентации (интродуктивная стратегия)

Пример взят из предвыборных теледебатов 2000 года, в которых принимали участие действующий вице-президент США Альберт Гор (Демократическая партия) и губернатор штата Техас Дж. Буш-младший (Республиканская партия). В приводимом диалогическом единстве А. Гор, по правилам, вначале находится

в более слабой коммуникативной позиции: он говорит первым, отвечая на вопрос ведущего. Затем его оппонент Дж. Буш-мл. высказывает свою точку зрения на обсуждаемую проблему и слова А. Гора. Наконец, в третьей части диалогического единства А. Гор получает возможность отреагировать на сказанное Дж. Бу-

Дж. Буш: реакция на слова А. Гора (сильная коммуникативная позиция)

Реплики	Встраиваемые пропозиции	Стратегии и тактики
1. Let me just say that here tonight we're going to hear some phony numbers about what I think and what we ought to do.	Gore = phony numbers (lies)	Тактика верификации (варьирующая стратегия)
2. People need to know that over the next ten years it is going to be \$25 trillion of revenue that comes into our treasury and we anticipate spending \$21 trillion.	Bush = people (who pay the bills)	Тактика введения новых фактов (аддитивная стратегия)
3. And my plan say why don't we pass 1.3 trillion of that back to the people who pay the bills?	Bush = hard working people (that pay the bills)	Тактика введения нового аспекта (аддитивная стратегия)
4. Surely we can afford 5% of the \$25 trillion that are coming into the treasury to the hard working people that pay the bills.		
5. There is a difference of opinion. My opponent thinks... the surplus is the government's money.	Bush ↔ Gore Gore = government; Bush ? Gore [+ government]	Тактика введения нового аспекта (аддитивная стратегия)
6. That's not what I think. I think it's the hard working people of America's money and I want to share some of that money with you so you have more money to build and save and dream for your families.	Bush ↔ Gore Bush = (hard working) people Bush = sharing money with people	Тактика введения нового аспекта (аддитивная стратегия)
7. It's a difference between government making decisions for you and you getting more of your money to make decisions for yourself.	[Bush = people making decisions for themselves] ↔ [Gore = government making decisions for people]	Тактика введения нового аспекта (аддитивная стратегия)

шем. В таблице знак = указывает на отождествление понятий ("Bush's plan = the wrong choice for the country") или установление ассоциативной связи между понятиями, например "Bush = the wealthiest 1%" (Дж. Буш проводит политику, выгодную для 1% самых богатых американцев). Знак ↔ указывает на противопоставление понятий или отрицание ассоциативной связи между ними.

Как видно из таблицы 3, представляющей реплику А. Гора, находящегося в слабой позиции, он использует интродуктивную стратегию. Он дает отрицательную характеристику плану налоговой политики своего оппонента ("his tax cut plan...raises the question of whether it's the right choice for the country"), в структуре которого он выделяет компонент «приоритетные» расходы ("priorities"). Приоритетными

расходами Дж. Буша А. Гор называет снижение налогов самой богатой части населения страны, составляющей 1%. Противопоставляя свой налоговый план плану Дж. Буша, А. Гор называет свои «приоритеты»: снижение налогов среднему классу, государственные и социальные программы.

Как видно из приведенного отрывка, взаимодействие коммуникантов в пределах отдельно взятого диалогического единства разворачивается по схеме, обусловленной такими особенностями жанра предвыборных теледебатов, как его ролевая и сценарная структура (правила коммуникативной игры). Коммуникант, находящийся в слабой позиции, использует тактики первого уровня (понятийная категоризация, оценочная ориентация), поскольку он начинает диалог и сообщает некоторую информацию, на которую будет реагировать его оппонент, находящийся в сильной коммуникативной позиции.

Его оппонент в зависимости от конкретной ситуации, в целях нейтрализации примененных средств воздействия, включает второй и/или третий стратегический уровень. В данном случае – это тактика интерпретации, реализующая варьирующую стратегию, а затем – тактика

введения новых фактов и тактика введения нового аспекта, реализующие аддитивную стратегию.

Суммируя вышесказанное, можно говорить о том, что динамика агонального взаимодействия коммуникантов в рамках данного жанра обусловлена темпоральной структурой диалога: слабая позиция в диалогическом единстве предполагает использование интродуктивной информационной стратегии. Сильная позиция дает говорящему возможность разрушить смысловые связи, установленные в структуре знания аудитории предыдущей репликой, при помощи использования стратегий второго и третьего уровня. Думается, что выбор говорящего здесь зависит не только от его представлений об оптимальности применения той или иной стратегии, но и от наличия у него информационных средств к ее использованию (наличие релевантной информации, умение ее препарировать и находить адекватное языковое выражение).

Итак, модель диалогического единства в данном жанре выглядит следующим образом: слабая позиция предполагает использование исключительно интродуктивной стратегии, сильная позиция – необходимость использования варьирующей и аддитивной стратегий.

Yelena Sheygal, Julia Ivanova

Volgograd Pedagogical University

PRESIDENTIAL DEBATE AS A GENRE OF STRATEGIC COMMUNICATION

Summary

The article deals with the phenomenon of strategic communication. The major constituent features of this type of communication are defined: (1) the conflict of the speakers' goals (the genetic aspect of strategic communication), (2) disclosing a system of influence strategies in discourse (the psycholinguistic aspect) and (3) resolving the conflict of the goals through the culturally determined

communicative game form (the cultural aspect). The use of the term "strategic" for this type of communication is argued and justified. The authors provide an example of strategic communication analysis describing the genre of presidential debates according to the above-mentioned aspects, thus, suggesting it to be the prototype genre of strategic communication. A multilevel system of influence strategies employed by the candidates for presidency is revealed. It is claimed that the choice of strategies depends on the temporal structure of the dialogue.

KEY WORDS: strategic discourse, communicative strategies, introduction strategy, modification strategy, addition strategy, communicative tactics.