

Поволжская государственная социально-гуманитарная академия

*На правах рукописи*

АНТОНОВА Анна Владимировна

**СИСТЕМА СРЕДСТВ РЕЧЕВОЙ МАНИПУЛЯЦИИ В  
БРИТАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ:  
РЕЦИПИЕНТОЦЕНТРИЧЕСКИЙ ПОДХОД**

*10.02.04 – германские языки*

**ДИССЕРТАЦИЯ**  
на соискание ученой степени доктора  
филологических наук

**Научный консультант:**  
доктор филологических наук,  
профессор О.А. Кострова

Самара 2011

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
ГЛАВА 1. Речевое манипулирование в политическом дискурсе .....	17
1.1.Предвыборный агитационный дискурс как разновидность политического дискурса.....	18
1.2 Речевая манипуляция в политическом дискурсе: природа и нравственная сторона.....	27
1.3 Системно-реципиентоцентрический подход к описанию средств речевой манипуляции в политическом дискурсе .....	40
Выводы по Главе 1.....	57
ГЛАВА 2. Речевая интенция и акт речи как средство ее реализации.....	59
2.1 Понятие речевой интенции и ее многоуровневая модель.....	60
2.2 Речевой акт как средство выражения интенции продуцента.....	81
2.3. Типология речевых актов и принципы их классификации.....	95
2.4 Открытые интенции и открытые речевые акты. Обещание как доминирующая открытая интенция политического дискурса.....	106
Выводы по Главе 2.....	122
ГЛАВА 3 Структура манипулятивной интенции и мишени манипуляции массовым реципиентом в политическом дискурсе Великобритании.....	123
3.1 Структурно-интенциональные особенности политического дискурса.....	125
3.2. Этофизиологические мишени манипуляции массовым реципиентом в политическом дискурсе и особенности их речевой актуализации.....	136
3.2.1 Базовые эмоции как особая группа этофизиологических мишеней манипуляции массовым реципиентом.....	148
3.3 Социально-эволюционные мишени манипуляции массовым реципиентом и особенности их актуализации.....	166

3.4 Жанрово обусловленные мишени манипуляции массовым реципиентом в политическом дискурсе.....	194
Выводы по Главе 3.....	209
ГЛАВА 4. Варьирование английских манипулятивных речевых актов в политическом дискурсе.....	211
4.1 Классификация манипулятивных речевых актов политического дискурса по количеству компонентов манипулятивной интенции.....	212
4.2 Классификация манипулятивных речевых актов политического дискурса по типу актуализируемых мишеней манипуляции массовым реципиентом.....	216
4.3 Особые случаи речеактовой актуализации этофизиологических мишеней манипуляции.....	226
4.3.1 Реитеративные речевые акты в политическом дискурсе Великобритании .....	226
4.3.2 Эмпатические речевые акты как средство актуализации этологической мишени манипуляции «эмпатия».....	242
4.3.3 Комический речевой акт как способ актуализации этологической мишени манипуляции «смех».....	253
4.4 Классификация манипулятивных речевых актов в политическом дискурсе по типу используемого актуализатора мишени манипуляции.....	267
4.4.1 Метафора как актуализатор-ассоциант в манипулятивных сообщениях политического дискурса.....	274
4.5 Смешанные (полифункциональные) манипулятивные речевые акты.....	295
Выводы по Главе 4 .....	298
ГЛАВА 5. Функционально-прагматическая система средств манипулятивного воздействия на массового реципиента в политическом дискурсе Великобритании .....	300
5.1 Фонетический уровень средств манипулятивного воздействия в	

текстотипе предвыборной агитационной речи.....	301
5.2 Морфологический уровень средств манипулятивного воздействия в текстотипе предвыборной агитационной речи.....	305
5.3 Лексический уровень средств манипулятивного воздействия в текстотипе предвыборной агитационной речи.....	309
5.4 Синтаксический уровень средств манипулятивного воздействия в текстотипе предвыборной агитационной речи.....	322
5.5 Особенности манипулятивного воздействия на уровне микротекста.....	333
5.6 Предвыборная агитационная речь как особый тип текста.....	346
Выводы по Главе 5.....	354
Заключение.....	357
Библиография.....	366

## ВВЕДЕНИЕ

Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия политиков, выступающих в роли продуцентов сообщений с доминирующей манипулятивной интенцией, в последнее время привлекает интерес все большего числа ученых-лингвистов. Сам же феномен манипуляции с недавнего времени является объектом междисциплинарных исследований, привлекающих все больше отраслей наук – социологии, психологии, философии, этологии, политологии, культурологи, педагогики, журналистики, менеджмента.

Однако, несмотря на столь пристальное внимание ученых к явлению речевого манипулирования, до сих пор остаются нераскрытыми многие аспекты этого процесса и механизмов его осуществления.

Изучение работ ученых, посвященных манипулированию человеком, позволяет нам сделать выводы о том, что в силу многогранности данного явления в науке отсутствует единая универсальная теория манипулятивного воздействия, а также единый понятийный аппарат, связанный с данной проблемой. Отсутствует также определение манипуляции, общепринятое для всех наук, и определение именно речевой манипуляции – для лингвистики.

Таким образом, **актуальность** нашего исследования обуславливается тем, что, во-первых, необходимо уточнить место процесса речевой манипуляции в системе других процессов речевого воздействия, так как в науке до сих пор не существует единого видения сути манипулятивного процесса: манипуляцию (в том числе и речевую) определяют и как внушение, и как убеждение (прагматическую аргументацию), относя данный процесс либо исключительно к сфере эмоций, либо расширяя данную сферу до пределов логики. Также необходимо рассмотреть вопрос о нравственно-этической стороне манипулятивного воздействия, так как наряду с учеными, признающими деструктивный характер данного явления, существует

противоположная точка зрения, не отрицающая и положительных сторон манипулятивного воздействия. Во-вторых, манипулятивное речевое поведение а priori признается интенциональным, однако до сих пор в лингвистике и смежных областях знания нет единого понимания явления манипулятивной интенции, не делаются попытки описания данного феномена как особой интенциональной структуры, поэтому необходимо определить интенциональное содержание данного феномена. В третьих, интенциональность манипулятивного речевого поведения в предвыборном агитационном дискурсе делает актуальным описание системы средств речевого манипулирования с позиции теории речевых актов как процесса взаимодействия актов открытой коммуникации (с интенциями, подлежащими распознаванию массовым реципиентом) и актов скрытой коммуникации или собственно манипулятивных речевых актов, имеющих особую интенциональную структуру и не подлежащих распознаванию массовым реципиентом. Наконец, на настоящем этапе развития лингвистической науки при описании системы средств речевой манипуляции в политическом дискурсе актуальным является использование нового подхода к изучению средств реализации интенции манипулятивного воздействия, позволяющего не просто выявлять тактики и стратегии речевого манипулирования при анализе поверхностного уровня соответствующих фиксированных сообщений (как это делается в настоящее время), но и создать и описать систему речеактовых средств реализации манипулятивной интенции на основе «отраженной» в текстотипе предвыборной агитационной речи системы мишеней манипуляции массовым реципиентом.

**Объектом** настоящего исследования является британский политический дискурс как сфера реализации манипулятивной интенции продуцентов предвыборных агитационных сообщений. Особенности функционирования системы средств речевого манипулирования в

британском политическом дискурсе составляют **предмет** данного исследования.

**Целью** нашей работы является выявление и анализ средств реализации манипулятивной интенции в предвыборном агитационном дискурсе, формируемой в системе взаимодействия языковых и речеактовых уровней, а также описание данной системы как лингвистического феномена, что предполагает решение следующих обще- и частнолингвистических задач:

1) установить место процесса речевого манипулирования в общей системе процессов речевого воздействия в англоязычном предвыборном агитационном дискурсе;

2) определить функциональную роль агитационной речи британского предвыборного дискурса;

3) проанализировать обращенность агитационной речи к массовому реципиенту с позиций выявления возможных мишеней манипуляции;

4) выявить типы речевых актов, используемых в британском предвыборном дискурсе, смоделировать эти типы и установить характер их взаимодействия;

5) выявить и описать языковые средства реализации манипулятивной интенции, выступающие в качестве актуализаторов определенных мишеней манипуляции, а также возможные соответствия языковых и речеактовых механизмов реализации исследуемой интенции в их взаимодействии;

6) представить процесс речевой манипуляции в британском предвыборном дискурсе в виде системы взаимодействующих средств реализации соответствующих интенций;

7) выявить возможности варьирования манипулятивных речевых актов в британском предвыборном агитационном дискурсе;

8) выявить функционально-прагматический потенциал разноуровневых языковых средств, используемых британскими политиками в предвыборном дискурсивном процессе.

Для решения поставленных в исследовании задач использовались общенаучные **методы** интроспекции и понятийного анализа, а также методы интенционального анализа (для определения доминирующего интенционального содержания речевого акта и количества компонентов общей речевой интенции, реализующихся в его пределах), структурного моделирования (для дедуктивной интерпретации и создания абстрактной модели речевого намерения и выявления значимых интенциональных компонентов, реализующихся в одном акте речи и имеющих свои особые средства выражения на поверхностном уровне), интерпретативного метода (для понимания и истолкования условий функционирования выявленных способов выражения манипулятивной интенции во всей полноте их связей и отношений с лингвистическими и экстралингвистическими факторами, влияющими на их реализацию и актуализацию их интенционального содержания), семантического анализа (для анализа семантических значений средств, имеющих потенциальную возможность служить вербальным средством актуализации выявленных мишеней манипуляции массовым реципиентом), категориального анализа и сопряженного с ним приема классификации (для распределения исследуемых речеактовых способов выражения исследуемой интенции различные классы и подклассы на основе выявленных значимых признаков, позволяющих рассматривать соответствующие акты речи как часть той или иной категории).

**Научную новизну** исследования мы видим в том, что в работе при изучении механизмов речевой манипуляции впервые используется подход, который мы обозначаем как «системно-реципиентоцентрический», в связи с чем также впервые используются данные этологии человека (науки о биологических основах человеческого поведения), позволяющие по-иному и более глубоко, чем это делалось ранее, объяснить принцип действия некоторых речевых средств воздействия на массового реципиента, а также причину частотности их использования при достижении запланированных



продуцентом перлокутивных эффектов. Кроме того, в работе впервые предлагаются многоуровневые интенциональные модели речевых актов открытой и скрытой (манипулятивной) коммуникации, как единиц англоязычного дискурса, «обслуживающих» реализацию манипулятивных субинтенций продуцента, и прослеживается их взаимодействие в процессе речевого манипулирования. Наконец, в работе впервые предлагается сама система средств речевой манипуляции в предвыборном агитационном дискурсе, функционирующая в рамках текстотипа предвыборной агитационной речи британских политиков.

**Материалом** исследования послужили тексты речей британских политиков, формирующих английский текстотип предвыборной агитационной речи, функционирующий в пределах предвыборного агитационного дискурса Великобритании. При этом в процессе исследования было проанализировано 3000 текстов речей британских политиков, взятых с официальных сайтов трех ведущих партий Великобритании (<http://www.conservatives.com> (Консервативная партия Великобритании), <http://www.libdems.org.uk> (Либерально-демократическая партия Великобритании), <http://www.labour.org.uk> (Лейбористская партия Великобритании)).

**Теоретическая значимость** исследования заключается, прежде всего в том, что его положения и выводы имеют потенциал для формирования новой отрасли науки о политическом дискурсе – общей политической лингвоэтологии, объясняющей закономерности речевого поведения политиков-продуцентов в дискурсе с доминирующей манипулятивной интенцией, а также частной политической лингвоэтологии, изучающей закономерности речевого поведения англоговорящих британских политиков, выстраивающих свои сообщения по законам родного языка. Кроме того, работа вносит определенный вклад в развитие теории интенциональности речевого поведения, в частности, манипулятивного речевого поведения в

политическом дискурсе и предвыборном агитационном дискурсе как его разновидности.

Возможность использования результатов исследования в вузовских лекционных курсах по общему языкознанию, теории грамматики и стилистики, спецкурсах по прагмалингвистике, теории дискурса и политической лингвистике, а также при руководстве дипломными и курсовыми работами бакалавров и магистров соответствующих направлений подготовки обеспечивает **практическую значимость** предлагаемой работы.

**Теоретической базой** данного исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых в области общей и частной теорий дискурса (Е.И. Шейгал, О.Л. Михалева, В.И. Карасик, М.Л. Макаров, О.Н. Паршина, В.А. Мишланов), политической лингвистики (А.П. Чудинов, Л.В. Минаева, R. Wodak), прагмалингвистики (Дж. Серль, Дж. Остин, П. Стросон, О.Г. Почепцов, Г.Г. Почепцов), стилистики и фразеологии (О.А. Кострова, Э.М. Береговская, В.М. Савицкий, Т.Е. Водоватова), этологии человека (К. Лоренц, П.А. Кропоткин, А.В. Марков, В.П. Эфроимсон, М.Л. Бутовская, J. Heidt, J. Graham, C. Joseph), психологии человека (Б.Ф. Поршнев, Р. Плутчик, П.В. Симонов, К.Э. Изард, В.П. Шейнов, А.М. Цуладзе, J. Vankin, I. McLean), философии (Е.С. Маслов, Б.А. Грушин, А.Г. Здравомыслов).

При этом на защиту выносятся следующие **положения**:

1) Манипуляция в британском предвыборном агитационном дискурсе представляет собой процесс *убеждения* массового реципиента, по типу воздействия находящийся между *внушением*, сопровождающимся полным отсутствием критического осмысления получаемой реципиентом информации, и *доказыванием*, осуществляющемся при полном критическом осмыслении информации.

2) Фиксированные сообщения британских англоязычных политиков с доминирующей интенцией манипулятивного убеждения, созданные в период предвыборных кампаний, представляют собой экземпляры текстов

(Textexemplar), формирующие особый *английский текстотип предвыборной агитационной речи* (Textsorte), имеющий особую структурно-интенциональную организацию. При этом как и сам предвыборный агитационный дискурс, англоязычный текстотип предвыборной агитационной речи представляет собой последовательность взаимосвязанных речевых актов, реализующих с помощью определенных средств языка комплекс интенций открытого (направленного на распознавание массовым реципиентом) и скрытого (манипулятивного) типов.

3) Процесс речевой реализации манипулятивного воздействия в англоязычном текстотипе предвыборной агитационной речи носит реципиентоцентрический характер. Это означает, что средства речевой манипуляции в англоязычном текстотипе предвыборной агитационной речи могут быть выявлены через систему мишеней манипуляции массовым реципиентом, отраженную в соответствующем текстотипе.

4) Система мишеней манипуляции массовым реципиентом в предвыборном агитационном дискурсе Великобритании отвечает необходимым условиям коллективности и универсальности позиций и состоит из трех основных взаимосвязанных уровней. Первый этофизиологический уровень связан с этологией и физиологией человека и представлен феноменами, имеющими биологическую природу: инстинктивными программами и их производными (филогенетическая память о ритуализации, эмпатия, смех), базовыми эмоциями, особенностями физиологического восприятия человека, особенностями темпорального, спациального и кинестетического восприятия человека. Второй социально-эволюционный уровень включает мишени манипуляции, представляющие собой свойства массового сознания массового реципиента: порог доступности, принцип целесообразности, бинаризм мышления и оценки и феномен ожидания осуществления социального идеала. Третий уровень обусловлен фактической ситуацией массового реципиента и продуцента и

содержит мишени манипуляции массовым реципиентом, которые отражают основные действия и отношения, возникающие при погружении в фактическую ситуацию жанра, а именно, процесс выборов и подготовки к ним: мишень-акция «голосование», мишень-аттитуд «оппонент и его партия», мишень-аттитуд «продуцент и его партия», мишень-аттитуд «традиционная промиссивность сообщения», мишень-аттитуд «конечная цель продуцента».

5) Манипулятивное намерение продуцента предвыборной речи в британском агитационном дискурсе имеет следующие интенциональные компоненты: интенцию актуализации этофизиологических мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАЭМ), интенцию актуализации социально-эволюционных мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАСЭМ), интенцию актуализации жанрово обусловленных мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАЖОМ), а также дополнительную интенцию формирования ассоциативных связей по типу оппозиции «мы – положительные эмоции, возможность удовлетворения инстинктов и потребностей, приятные ощущения» и «они – отрицательные эмоции, невозможность удовлетворения инстинктов и потребностей, неприятные ощущения». Каждый из этих компонентов общей манипулятивной интенции продуцента имеет на поверхностном уровне в английском текстотипе предвыборной речи свои средства реализации.

6) Манипулятивные речевые акты как речевые акты скрытой интенции, не подлежащей распознаванию и, соответственно, экспликации, реализуются в речевых актах с другой интенцией открытого типа – ассертивах, промиссивах, директивах и др., по отношению к которым манипулятивный речевой акт выступает как косвенный. Английские речевые акты с интенцией открытого типа также представляют собой многоуровневые интенциональные структуры: основными интенциональными компонентами подобных речевых актов являются информативный компонент,

представленный пропозиционной частью, собственно коммуникативный компонент, представленный перформативной формулой из числа имеющихся в английском языке или комментарием, а также персуазивный компонент, представленный соответствующими языковыми средствами.

7) Предвыборная агитационная речь как манипулятивное сообщение направлена на достижение двух типов перлокутивного эффекта – контактных перлокутивных эффектов и дистантного перлокутивного эффекта. Комплекс речевых актов, направленных на достижение одного контактного перлокутивного эффекта от актуализации определенной мишени манипуляции, формирует особую манипулятивную единицу, которую мы предлагаем назвать микротекстом. Дистантный перлокутивный эффект, отсроченный во времени от момента произнесения речи, представляет собой конечную цель продуцента – получение голосов реципиента на выборах – и достигается/ не достигается в отсутствие продуцента.

8) Интенциональные компоненты речевых актов с интенцией открытого типа содержат в британском агитационном дискурсе особые языковые средства, выступающие в роли актуализаторов мишеней манипуляции массовым реципиентом и реализующие интенциональные компоненты косвенных манипулятивных речевых актов. Выявлены три типа таких актуализаторов: актуализаторы-номинанты, актуализаторы-ассоцианты и актуализаторы-парадоксы.

9) Варьирование манипулятивных речевых актов, формирующих систему средств речевой манипуляции в британском предвыборном агитационном дискурсе, возможно по трем основным критериям: по количеству реализуемых компонентов общей манипулятивной интенции, по типу актуализируемой мишени манипуляции, по типу знака-актуализатора.

10) Манипулятивное убеждение реализуется в британском текстотипе агитационной речи путем взаимодействия разноуровневых языковых средств, образующих функционально-прагматическую систему.

Особенностью этой системы является полифункциональность входящих в нее языковых средств, каждое из которых благодаря своему прагмастилистическому потенциалу может быть использовано для реализации нескольких мишеней манипуляции.

**Апробация работы.** Основные положения и результаты работы апробировались ее автором в ходе очного и заочного участия на международных научных конференциях «Проблемы прикладной лингвистики» (Пенза, 2007), «Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики: теоретический и методологический аспекты» (Благовещенск, 2007), «Вопросы теории языка и методики преподавания иностранных языков» (Таганрог, 2007), «Nauka: teoria i praktyka – 2007» (Przemysl, 2007), «Nastoleni moderni vedy – 2007» (Praha, 2007), «Современные направления в лингвистике и преподавании языков» (Москва-Пенза, 2008), «Прикладная филология: идеи, концепции, проекты» (Томск, 2008), «Язык и коммуникация в контексте культуры» (Рязань, 2010), «Актуальные проблемы теории и методологии науки о языке» (Санкт-Петербург, 2010), «Найновите постижения на европейската наука» (София, 2010), «Межкультурная коммуникация. Иностранный язык для специальных целей (теоретические и практические аспекты)» (Пермь, 2010); всероссийской научной конференции «Филологические чтения» (Оренбург, 2006, 2010).

**Объем и структура работы.** Диссертация включает, введение, пять глав, заключение и список литературы, а также список лексикографических источников и источников текстовых примеров.

Во введении определяется предмет и цель исследования, обосновывается актуальность темы, научная новизна, доказываются теоретическая значимость и практическая ценность работы, формулируются основные положения, выносимые на защиту, определяется материал и методы исследования.

В Главе 1 «Речевое манипулирование в политическом дискурсе» даются характеристики предвыборного агитационного дискурса как разновидности политического дискурса и его участников (продюцента, оппонентов и массового реципиента), дается определение речевой манипуляции и определяется ее место в ряду других процессов речевого воздействия.

В Главе 2 «Речевая интенция и акт речи как средство ее реализации» описывается феномен речевой интенции, предлагается новая модель речевого акта с открытой интенцией (предназначенной для распознавания реципиентом), разработанная на основе теории планирования М. Братмана и теории релевантности Д. Уилсона и Д. Спербера, анализируются особенности функционирования английских промиссивных речевых актов в текстах предвыборных агитационных речей британских политиков как фиксированных манипулятивных сообщениях с доминирующей промиссивной интенцией открытого типа.

В Главе 3 «Структура манипулятивной интенции и мишени манипуляции массовым реципиентом в политическом дискурсе Великобритании» предлагается модель манипулятивной интенции, построенная на основе выявленных мишеней манипуляции массовым реципиентом. Анализируются особенности реализации компонентов манипулятивной интенции в текстах предвыборных агитационных речей британских политиков. Описываются языковые средства актуализации выявленных мишеней манипуляции массовым реципиентом.

В Главе 4 «Варьирование английских манипулятивных речевых актов в политическом дискурсе» предлагается классификация английских манипулятивных речевых актов по трем основным критериям: по количеству реализуемых компонентов общей манипулятивной интенции, по типу актуализируемой мишени манипуляции, по типу знака-актуализатора.

В Главе 5 «Функционально-прагматическая система средств манипулятивного воздействия на массового реципиента в политическом дискурсе Великобритании» дается поуровневый анализ использования языковых средств в манипулятивных речевых актах, функционирующих в текстотипе предвыборной агитационной речи.

В Заключении даются общие выводы и результаты исследования, намечаются возможности дальнейшего использования его положений.



## **ГЛАВА 1. РЕЧЕВОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Политический дискурс представляет собой явление, имеющее особое социальное значение в жизни общества и не поддающееся однозначному определению.

На данном этапе развития науки политический дискурс как сложный и многогранный феномен является объектом междисциплинарного изучения, представляя особый интерес для таких отраслей научного знания, как лингвистика, политология, психология, социология и некоторых других наук.

Несмотря на то, что язык политики (и непосредственно речь политиков как результат актуализации средств данного языка) является объектом внимания исследователей еще со времен Древней Греции и Древнего Рима, когда предпринимались первые попытки описать и систематизировать основные риторические ходы для придания речи благозвучия и большей убедительности [Филинский 2002: 4], в научной среде до сих пор не существует однозначного понимания данного феномена с точки зрения определения его границ, признаков, функций, методов и подходов к изучению и даже его существования.

Все большее внимание исследователей политического дискурса в настоящее время привлекает такой феномен, как речевая манипуляция, осуществляемая политиками – продуцентами различного рода сообщений, функционирующих в пределах политического дискурса и его разновидностей и, как мы полагаем, формирующих особые текстотипы политического дискурса.

Основным подходом при изучении данных текстотипов в настоящее время является тактико-стратегический подход, состоящий в выявлении и описании различных коммуникативных тактик и стратегий, используемых продуцентами в политическом дискурсе.

## **1.1. Предвыборный агитационный дискурс как разновидность политического дискурса**

В настоящее время в науке не существует однозначного понимания феномена «дискурс». По мнению признанного исследователя в области теории дискурса Т. ван Дейка, понятие дискурса так же расплывчато, как понятия языка, общества, идеологии [Дейк Т. А. ван 1998: <http://lib.rin.ru/doc/i/16583p.html>]. Эта «расплывчатость» объясняется двумя причинами: историей формирования, когда в семантической памяти лексемы утверждаются признаки прежних подходов и употреблений, а также полной неопределенностью места дискурса в системе категорий и модусов существования языка [Дейк Т. А. ван 1989: 46]. Так, в широком смысле дискурс понимается ученым как речевое или письменное коммуникативное событие, происходящее между говорящим и слушающим в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и прочем контексте. В узком смысле, как текст или разговор, термин «дискурс» обозначает заверченный или продолжающийся продукт коммуникативного действия, его письменный или речевой результат, который интерпретируется реципиентами. Таким образом, в самом общем понимании дискурс представляет собой письменный или речевой вербальный продукт коммуникативного действия [Дейк Т. А. ван 1998: <http://lib.rin.ru/doc/i/16583p.html>].

Французский исследователь феномена дискурса П. Серио выделяет восемь значений термина «дискурс»:

- эквивалент понятия «речь», т.е. любое конкретное высказывание;
- единица, по размерам превосходящая фразу;
- воздействие высказывания на его получателя с учетом ситуации;
- беседа как основной тип высказывания;

- речь с позиции говорящего в противоположность повествованию, которое не учитывает такой позиции;
- употребление единиц языка, их речевая актуализация;
- социально или идеологически ограниченный тип высказываний, характерный для определенного вида социума;
- теоретический конструкт, предназначенный для исследований производства текста [Серио 1999: 26-27].

Е. С. Кубрякова считает, что «под дискурсом следует иметь в виду именно когнитивный процесс, связанный с реальным речепроизводством, созданием речевого произведения» [Кубрякова 1995: 164].

Существуют и другие мнения по поводу содержания данного понятия.

Как бы то ни было, анализ материала исследований, связанных с проблемами дискурса, показывает, что современные лингвисты все же исследуют дискурс как совокупность определенных текстотипов, что можно считать оправданным в том случае, если экземпляры текста, формирующие текстотип, представляют собой фиксированные речевые произведения продуцента.

В настоящее время в качестве объектов лингвистических исследований выступают многие виды дискурса - дипломатический, административный, юридический, военный, педагогический, религиозный, спортивный, научный, сценический, медицинский, деловой, рекламный, массово-информационный и некоторые другие виды. Особое место в ряду данных исследований занимают исследования политического дискурса, однако, мнения по поводу данного феномена в среде ученых также расходятся.

Так, например, Б.П. Паршин полагает что языковые черты своеобразия политического дискурса немногочисленны и практически не поддаются идентификации, а обычные лексические и грамматические маркеры, по которым можно обозначить политический дискурс как своеобразное явление, не выходят за рамки соответствующих идиоэтнических языков, в связи с чем

существование феномена политического дискурса подвергается сомнению. По мнению ученого, под политическим языком подразумеваются не совсем и не только языковые средства, а предметом политической лингвистики является идиополитический дискурс, т.е. «своеобразие того, что, как, кому и о чем говорит тот или иной субъект политического действия» [Паршин 2001: 194].

Похожую мысль высказывает в своих работах Т. ван Дейк, указывая на то, что, хотя и существуют возможные стилистические, тематические и интеракциональные маркеры, способствующие выявлению дистинктивных признаков политического дискурса, не представляется возможным создать какую-либо типологию политического дискурса на основе только вербальных свойств, так как основополагающей категорией для выделения политического дискурса является не сам текст а его контекст [van Dijk 1999].

По мнению В.З. Демьянкова, существует несколько отличий политического языка от обычного. При этом исследователем отмечаются такие отличия, как терминологичность политической лексики и специфичность употребления языковых знаков, не принадлежащих к политической сфере; специфическая структура дискурса, являющаяся результатом своеобразных речевых приёмов; специфичность реализации политического дискурса в его оформлении – звуковом или письменном [Демьянков 2002: 32-43].

Последователи семиотического подхода трактуют политический дискурс как особую знаковую систему, в которой происходит модификация семантики и функций разных типов языковых единиц и стандартных речевых действий [Шейгал 2000: 3]. При этом политический дискурс также рассматривается как вид институционального дискурса, который отличается от лично-ориентированных видов дискурса наличием особой системы профессионально-ориентированных знаков и представляет собой феномен,

суть которого может быть выражена формулой «дискурс = подъязык + текст + контекст» [Шейгал 2000: 15].

Политический дискурс также рассматривается учеными как жанровая разновидность фатической речи, так как частные цели политического дискурса (помимо собственно информационного содержания) подчинены начальному контактному импульсу, а информативная задача при этом высказывания становится второстепенной: для того, чтобы быть понятым массовым реципиентом адекватно замыслу, продуцент соответствующего сообщения должен апеллировать к коллективным знаниям и представлениям [Базылев 1997: 6-8].

А.Н. Баранов и Е.Г. Казакевич определяют политический дискурс как совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освещенных традицией и проверенных опытом, подчеркивая институциональный характер данного вида дискурса (в институциональных видах дискурса общение происходит не между отдельными людьми, а между представителями определенных социальных институтов) [Баранов, Казакевич 1991: 13].

Предвыборный агитационный дискурс рассматривается многими исследователями как неотъемлемая часть политической коммуникации и разновидность политического дискурса, обладающая всеми его характерными особенностями [Ворожцова 2007; Гайкова 2003; Филинский 2002; Амиров 2002 и др.]. При этом в работах исследователей наряду с признаками и свойствами, объединяющими общий политический и частный предвыборный виды дискурса, также выделяются и некоторые специфические черты, характерные именно для дискурса предвыборных кампаний. Так, Е.Ю. Пишкова указывает на следующие общие и частные характеристики предвыборного агитационного дискурса:

- *полифункциональность*, обусловленная наличием нескольких функций предвыборного дискурса (фатической, направленной на

установление и поддержание контакта с аудиторией; воздействующей, нацеленной на оказание эмоционального давления на избирателей; инспиративной, связанной с воодушевлением массового реципиента на предстоящие великие дела; агитационно-пропагандистской направленной на внедрение в сознание избирателей идеологии партии, представителем которой является кандидат; информационной, нацеленной на информирование электората о политических акциях, намерениях и позиции самого кандидата);

- *особая коммуникативная цель*, представляющая собой побуждение аудитории к определенному выбору;

- *особая коммуникативная ситуация* (в случае нашего исследования это совокупность условий, в которых осуществляется предвыборная агитационная речь);

- *адресованность*, обусловленная наличием особой категории адресата, которым является массовый реципиент;

- *дискурсивные ценности*, сконцентрированные в ключевых концептах соответствующего социума;

- *особый хронотоп*, обусловленный цикличностью и повторяемостью основного дискурсивного события – выборов;

- *агональность*, указывающая на состязательный характер речевых взаимодействий, достигающийся путем создания собственного положительного образа и дискредитации соперника;

- *мифологичность*, являющаяся источником коллективного бессознательного [Пишкова 2007: 8-9].

Проанализировав различные точки зрения ученых на феномен политического дискурса, мы в нашей работе определяем следующие особенности, касающиеся сути исследуемого явления:

- являясь видом интенционального поведения, отражающего набор особых интенций продуцентов сообщений, функционирующих в его

пределах, политический дискурс действительно представляет собой совокупность речевых актов;

- набор интенций продуцентов сообщений, функционирующих в пределах политического дискурса, определяется такими его свойствами, как публичность и институциональность, а также его особыми функциями.

- предвыборный агитационный дискурс является разновидностью политического дискурса, а следовательно, обладает всеми его интенциями, набором участников (продуцент сообщения, массовый реципиент сообщения, оппонент продуцента), свойствами и функциями.

Стоит отметить, что в качестве основной функции политического дискурса (а, следовательно, и предвыборного агитационного дискурса как его разновидности) принято считать инструментальную функцию, предполагающую его использование как инструмента в борьбе за власть и при удержании власти [Филинский 2002: 26]. Однако, наряду с инструментальной функцией исследователи обозначают и другие функции политического дискурса, в том числе и в рамках самой инструментальности. Так Е.И. Шейгал выделяет восемь инструментальных функций политического дискурса:

- функцию социального контроля (создание предпосылок для унификации поведения, мыслей, чувств и желаний большого числа индивидов, т.е. манипуляция общественным сознанием);

- функцию легитимизации власти (объяснения и оправдание решений относительно распределения власти и общественных ресурсов); функция воспроизводства власти (укрепление приверженности системе, в частности, через ритуальное использование символов);

- функцию ориентации (через формулирование целей и проблем, формирование картины политической реальности в сознании социума);

- функцию социальной солидарности (интеграция в рамках всего социума или отдельных социальных групп);

- функцию социальной дифференциации (отчуждение социальных групп);
- агональную функцию (иницирование и разрешение социального конфликта, выражение несогласия и протеста против действий властей);
- акциональную функцию (проведение политики через мобилизацию или «наркотизацию» населения: мобилизация состоит в активизации и организации сторонников, тогда как под наркотизацией понимается процесс умиротворения и отвлечения внимания, усыпление бдительности) [Шейгал 2000: 36].

Существуют и другие классификации функций политического дискурса, предлагаемые как отечественными, так и зарубежными учеными. Так Д. Грабер выделяет следующие функции политического дискурса.

- функцию распространения информации, направленную на создание у реципиентов соответствующих сообщений виртуальной реальности, в которой собственный опыт замещается предлагаемыми когнитивными схемами;
- функцию постановки темы, направленную на контроль за распространением информации;
- функцию ориентации на будущее и прошлое, направленную на осмысление прошлого и прогнозирование будущего [Graber 1981:198].

Классификация функций политического дискурса на основании реализации мотивов носителей определенной партийной идеологии предложена Р. Водак, которая выделяет:

- персуазивную функцию, реализующуюся в убеждении, агитировании, пропагандировании идей партии;
- информирующую функцию, направленную на распространение информации об идеологии партийной группы;
- аргументативную функцию, направленную на убедительное связывание партийных программ с ценностями и традициями;



- дистанцирующую функцию, направленную на представление партийной идеологии как выгодно превосходящей идеологии других партийных групп;

- интегрирующую функцию, направленную на отражение в программе идеи единения партийной группы [Водак 1997:23].

Пять основных функций политического дискурса выделяют Чилтон и Шеффнер:

- функцию принуждения, реализующуюся посредством приказов или законов, цензуры или контроля доступа к информации;

- функцию оппозиции, реализующуюся в противовес официальной власти через самиздат, петиции, прошения;

- функцию симуляции, связанную с контролем информации;

- функцию легитимизации, направленную на реализацию механизма повиновения;

- функцию делигитимизации, представленную оппозицией по отношению к идеологии власти [Chilton, Schaeffner 1997: 206-230].

Е.В. Афанасенко выделяет следующие функции политического дискурса:

- суггестивную функцию, отражающую основную (воздействующую) цель политического дискурса;

- информативную функцию, отвечающую за беспристрастное сообщение о всякого рода событиях;

- экспрессивную функцию, подчёркивающую субъективное отношение говорящего к обозначаемым предметам и явлениям действительности;

- магическую функцию, придающую некую ритуальность политическому дискурсу и способствующую созданию дистанции между народом и правительством для внушения народу патриотических чувств к родине и уважения к своему правительству [Афанасенко 2006: 8].

На необходимость выделения воздействующей функциональной составляющей в политическом дискурсе указывает также А.А. Филинский, который в качестве основных функций политического дискурса выделяет ориентирующую и манипуляционную функции [Филинский 2002: 13].

Как мы видим из групп функциональных признаков политического дискурса, предложенных различными учеными, функция воздействия на реципиента (манипуляции реципиентом) в различных ее проявлениях, представлена почти в каждой из них. Мы полагаем, что данная манипуляционная функция особенно характерна для такой разновидности политического дискурса, как предвыборный агитационный дискурс. Это обусловлено самой целью предвыборных кампаний политиков, направленных на достижение власти путем получения как можно большего числа голосов представителей массового реципиента их устных и письменных предвыборных сообщений – речей, манифестов, листовок, слоганов и т.п. Манипуляция в предвыборном агитационном дискурсе носит практически ритуальный характер: как необходимое «правило игры» она в разной мере осознается представителями массового реципиента, традиционно скептически относящимися к очередным обещаниям политических партийных лидеров. Таким образом, предвыборный агитационный дискурс может быть признан сферой функционирования сообщений с доминирующей манипулятивной интенцией их продуцентов.

## **1.2 Речевая манипуляция в политическом дискурсе: природа и нравственная сторона**

Несмотря на явный и неугасаемый интерес к исследованию манипуляции в общем и речевой манипуляции в частности, точного определения данного понятия, с которым согласились бы все исследователи данной проблемы, не существует до сих пор. Нет в среде ученых и согласия по поводу нравственной стороны данного явления: одни исследователи (и таких большинство) считают, что всякий процесс манипулирования стоит оценивать негативно, так как любое вмешательство в сферу личных интересов и намерений человека с целью их изменения является нарушением его свобод; другие считают, что манипуляция сознанием других людей не всегда имеет неприятные последствия для последних. Так, например, К.Ф. Седов разграничивает конфликтную манипуляцию и продуктивную манипуляцию, которую он считает неизбежной в реальной повседневной коммуникации: «Цель продуктивной манипуляции – расположить к себе коммуникативного партнера, используя его слабости, но не вызывая у него синдрома фрустрации» [Седов 2003: 23-24]. В этой связи, учитывая мнение о необязательном наличии неприятных последствий для манипулируемых, несколько несправедливыми кажутся категоричные утверждения некоторых исследователей о том, что в среде ученых уже «достигнуто понимание того, что манипулятивное воздействие отличается от цивилизованного, что оно деструктивно» [Беляева 2009: 5].

Термин «манипуляция» произошел от латинских слов *manus* (рука) и *plere* (наполнять) и изначально толкуется как обращение с объектами с определенными намерениями, целями (например ручное управление, освидетельствование пациента врачом с помощью рук и т. п.), причем подразумевается, что для подобных действий (манипуляций) требуются определенное мастерство, ловкость и сноровка. В технике манипуляторами

называют приспособления для управления механизмами, имитирующие руки человека (рычаги, рукоятки). Таким образом под манипуляцией в переносном значении понимают «ловкое обращение с людьми, как с объектами, вещами» [Кара-Мурза 2006: 15]. В различных определениях манипуляции помимо ловкости обозначаются и другие признаки данного явления. Например:

1. Форма духовного воздействия скрытого господства, осуществляемая насильственным путем (определение Б.Н. Бессонова [цит. по Доценко, [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)]);

2. Господство над духовным состоянием, управление изменением внутреннего мира (определение Д.А. Волкогонова [цит. по Доценко, [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)]);

3. Скрытое применение власти (силы) вразрез с предполагаемой волей другого (определение Р. Гудина [цит. по Доценко, [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)]);

4. Обманное косвенное воздействие в интересах манипулятора (определение О.Т. Йокояма [цит. по Доценко, [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)]);

5. Скрытое влияние на совершение выбора (определение Л. Прото [цит. по Доценко, [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)]);

6. Такое структурирование мира, которое позволяет выигрывать (определение У. Рикера [цит. по Доценко, [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)]);

7. Побуждение поведения посредством обмана или игрой на предполагаемых слабостях другого (определение Дж Рудинова [цит. по Доценко, [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)]);

8. Отношение к другому как к средству, объекту, оружию (определение В.Н. Сагатовского [цит. по Доценко, [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)]);

9.Скрытое принуждение, программирование мыслей, намерений, чувств, отношений, установок, поведения (определение Г. Шиллера [цит. по Доценко, [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)]);

10.Управление и контроль, эксплуатация другого, использование в качестве объектов, вещей (определение Э. Шострома [цит. по Доценко, [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)]);

11. Мастерское управление или использование (определение П.У. Робинсона [цит. по Доценко, [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)]).

По мнению Е. Л. Доценко, анализ определений, предложенных разными учеными, позволяет выделить следующие группы признаков манипуляции:

- 1) родовой признак - психологическое воздействие,
- 2) отношение манипулятора к другому как средству достижения собственных целей,
- 3) стремление получить односторонний выигрыш,
- 4) скрытый характер воздействия (как факта воздействия, так и его направленность),
- 5) использование (психологической) силы, игра на слабостях,
- 6) побуждение, мотивационное привнесение,
- 7) мастерство и сноровка в осуществлении манипулятивных действий.

Из приведенных выше определений и некоторых признаков можно понять, что большинство ученых склонны расценивать манипуляцию как вид беспринципного и безнравственного поведения, результатом которого непременно становится обман манипулируемого, подчинение его собственной воле. Тем не менее, по мнению некоторых исследователей, манипулирование «может производиться и в интересах манипулируемого» [Доценко, [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)] или «совершаться во имя общественного блага и свободы слова» [Иванов Л.Ю.,

цит. по Копнина 2008: 14], или же «развиваться не по факту злого умысла, а по причине искренней веры его организаторов в ту или иную идею, программу» [Копнина 2008: 13]. Вот что пишет в своем исследовании о манипулировании Е.Л. Доценко: «Почему-то принято считать, что манипуляция – это плохо. Вы помните, зачем красавица Шехерезада рассказывала сказки своему грозному повелителю Шахриару? С помощью манипуляции она в течение почти трех лет спасла от смерти не только себя, но и самых красивых девушек своей страны. Таких примеров только в фольклоре можно найти десятки. Не только во времена сказок «1001» ночи, но и в нашей обыденной жизни манипуляция выполняет роль средства мягкой защиты от самодурства правителей, перегибов руководителей, дурного характера коллег или родственников, недружественных выпадов со стороны тех, с кем случайно довелось общаться» [Доценко, [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)].

Иными словами, оценка такого явления, как манипуляция с точки зрения этики и нравственности не может быть однозначной и зависит в каждом конкретном случае от того, кто является манипулирующим и насколько результаты манипуляции (если они достигнуты) полезны для самого манипулируемого или для кого-то помимо участников манипуляции (манипулируемого и манипулирующего). Вопрос о разной оценке итога манипуляции имеет прямое отношение и к манипуляции в политическом дискурсе, особенно в такой его разновидности, как предвыборный агитационный дискурс, текстотипы которого а priori понимаются многими лингвистами как сообщения с доминирующей манипулятивной интенцией. Разумеется, наивным было бы полагать, что в основе воздействия политиков – продуцентов предвыборных агитационных речей на массового реципиента лежит «не факт злого умысла, а причина искренней веры его организаторов в ту или иную идею, программу» (целью данного воздействия в первую очередь является получение или удержание власти, а уж потом работа на

благо народа, если таковая вообще планируется). Однако, как показывает история разных государств, вклад политических режимов, партий и их руководителей в развитие страны может коренным образом переоцениваться потомками с точки зрения все той же полезности или неполезности для страны и ее народа, поэтому судить об отрицательном или положительном характере манипуляции политиков по результату для манипулируемого представляется проблематичным. **Особенно проблематичной становится какая-либо оценка процесса манипуляции (часто указываемая прямо в определении явления - обман, господство и т.п.), когда речь заходит о такой разновидности скрытого воздействия, как манипуляция с помощью второй сигнальной системы или речевой манипуляции.**

Тот факт, что вторая сигнальная система человека, развившаяся в ходе его эволюции, становится наиболее часто используемым и распространенным инструментом манипуляции, практически бесспорен: имея скрытый характер в качестве основного признака, манипуляция не предполагает прямого физического воздействия. Это воздействие должно совершаться опосредованно, с помощью сигналов, знаков и символов (графические образы, жесты, мимика, речь как линейная последовательность знаков, подлежащих интерпретации). Итак, что же представляет собой процесс речевого манипулирования и что лежит в его основе? И почему именно вторая сигнальная система человека становится наиболее эффективным инструментом скрытого воздействия? Ответ на этот вопрос кроется в самой причине возникновения человеческой речи и ее функциях. До недавнего времени основной функцией речи признавалась ее коммуникативная функция, то есть функция, обеспечивающая общение людей и обмен информации между ними. Кроме того, выделяли еще экспрессивную функцию речи (отражает отношение говорящего к высказываемому), поэтическую, апеллятивную, фатическую и метаязыковые функции [Якобсон, <http://www.philology.ru/linguistics1/jakobson-75.htm>].

Право коммуникативной функции речи на главенство обеспечивалось основной гипотезой о причинах возникновения речи у наших далеких предков, которая утверждала, что «возникновение речи было связано со способностью человека трудиться, так как в процессе коллективного труда возникла необходимость координировать совместные усилия участников трудового процесса» [Маклаков, [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/makl/13.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/makl/13.php)].

Однако наряду с гипотезой о первостепенности речевой функции общения (сообщения) существовали и идеи о воздействии как основной функции речи. Французский психолог П. Жанэ, например, считал, что слово первоначально являлось командой для других, и за его (слова) властью над психическими функциями стоит реальная власть начальника и подчиненного. Таким образом, по мнению П. Жанэ, регулирование посредством слова чужого поведения постепенно привело к выработке вербализованного поведения самой личности [цит. по Поршневу, <http://lib.ru/HISTORY/PORSHNEW/paleopsy.txt>].

Идею об управляющей, воздействующей функции речи блестяще развил русский ученый Б.Ф. Поршневу. В своем труде «О начале человеческой истории. Основы палеопсихологии» Поршневу убедительно доказывает, что именно возникновение речи привело к появлению человека как Homo Sapiens, а звуки человеческой речи возникли как антагонисты по отношению к сигналам животного мира (что опровергает звукоподражательную теории возникновения человеческого языка), так как «свойства человеческих речевых знаков (начиная с признака их взаимозаменяемости, или эквивалентности, и признака незаменимости и несовместимости других) не только чужды общению и реакциям животных, но противоположны им; что речевые знаки, дабы отвечать условию свободной обмениваемости, должны отвечать также условию полной непричастности к материальной природе обозначаемых явлений



(немотивированности) и в этом смысле принципиально противоположны им; что, согласно ясно проступающим тенденциям психологической науки, речевая деятельность ( в широком понимании) определяет в конечном счете все свойства и процессы человеческой психики [...]. Наконец, в речевой функции человека вычленена самая глубокая и по отношению к другим сторонам элементарная основа – прямое влияние на действия адресата (реципиента) речи в форме внушения, или суггестии» [Поршнев, <http://lib.ru/HISTORY/PORSHNEW/paleopsy.txt>]. Определяя суггестию как основную функцию речи (а также, можно сказать, как причину ее (речи) появления – ведь речь возникла в результате необходимости именно воздействовать, а не сообщать), Поршнев вводит понятие контрсуггестии, сводя процесс речевого взаимодействия продуцента речи и ее реципиента к взаимодействию суггестии и контрсуггестии (впоследствии вводится также понятие контрконтрсуггестии). Сам процесс речевого взаимодействия при этом Поршнев описывает с помощью следующего примера: «Все в речевом общении сводится к а) повелению и б) подчинению или возражению. Речевое обращение Петра к Павлу, если и не является просто приказом, а сообщает информацию, все же является повелением: принять информацию. Вопрос является повелением ответить и т. д. Едва начав говорить, Петр императивно понуждает Павла. Мы в этом убеждаемся, рассмотрев альтернативу, стоящую перед Павлом. Он либо поддается побуждению (выполняет указанное действие, некритически принимает информацию, дает правильный ответ и т. д.), либо находит средства отказа. А именно Павел внешне или внутренне "возражает". Разговор – это по большей части цепь взаимных возражений, не обязательно полных, чаще касающихся той или иной детали высказываний. На вопрос Павел может ответить молчанием или неправдой. Возражением является и задержка реакции, обдумывание слов Петра: внутренне "переводя" их на другие знаки (а это есть механизм понимания), Павел на том или ином уровне не находит эквивалента и

реагирует "непониманием"; в том числе он уже сам может задать вопрос. Психическое поле возражений (контрсуггестии) огромно, кажется, они не могут распространиться только на строгие формально-математические высказывания» [Поршнев, <http://lib.ru/HISTORY/PORSHNEW/paleopsy.txt>].

Итак, человеческий язык (и речь как ситуативный вариант его актуализации) возник в результате необходимости одного человека (продуцента речи) воздействовать на другого человека (реципиента его сообщения). Слово при этом играло роль команды, *ограничивающей реальность реципиента до пределов своего значения*, блокируя первую сигнальную систему слушающего, на доли секунды отодвигая на второй план его собственные потребности до начала действия отрицания воздействия (контрсуггестии). При этом, если исходить из предположения, что потребность в воздействии (в слове, речевом сигнале) возникла в результате намерения или желания потенциального продуцента изменить свою фактическую ситуацию в сторону более благоприятных условий для реализации первичных витальных потребностей за счет ограничения фактической ситуации потенциального реципиента, то можно предположить, что слово – это потребность потребностей или инстинктов. Ведь невозможность удовлетворения потребностей или инстинктов является первопричиной желания человека изменить свою фактическую ситуацию, а с появлением речи (опять же продиктованным необходимостью в наличии инструмента для подобных изменений) такое изменение становится возможным с помощью слова-команды, слова-внушения. И именно с тех пор, когда появился язык, в борьбе за изменение условий удовлетворения потребностей и инстинктов к более благоприятным, в борьбе за власть и положение на высшей ступени иерархической лестницы «победу стал одерживать не сильнейший, а более красноречивый – оратор, умеющий увлечь аудиторию, сладкоголосый искуситель, настойчиво убеждающий ребенок, который одерживает верх над физически превосходящим его

родителем в поединке характеров» [Пинкер 2004: 10]. Подтверждение тому, что человеческий язык является продуктом инстинкта и результатом эволюционной адаптации можно найти в работе известного американского психолога и лингвиста Стивена Пинкера «Язык как инстинкт», хотя впервые идея об инстинктивной природе языка высказывалась еще Ч. Дарвином, который писал о том, что у «человека есть потребность говорить» [цит. по Пинкер 2004: 13].

Из всего приведенного выше напрашивается один очень интересный вывод: если основной функцией нашего языка является воздействие (и речь как процесс актуализации языка есть процесс воздействия), а сам язык, в свою очередь, является инстинктом, то вполне логичным было бы предположить, что воздействие – это наш инстинкт, такой же инстинкт, как инстинкт самосохранения, инстинкт продолжения рода и т.п.

Итак, предположим, что воздействие на окружающих с целью изменения своего положения в сторону улучшения условий для реализации основных потребностей есть не что иное, как инстинктивная программа. Программа, необходимость в которой обуславливается эволюцией правил так называемой общебиологической (и племенной) морали в своды законов цивилизованных обществ, запрещающих прямое физическое воздействие друг на друга их членами. Что же остается делать последним в такой ситуации? Конечно же, пытаться воздействовать друг на друга путем единственно «легального» оружия – речи. Особенно важным и часто используемым инструментом речь становится в современных видах дискурса с заведомо манипулятивной направленностью – политическом, религиозном (одном из древнейших манипулятивных дискурсов), рекламном и т. п., когда манипулятивному воздействию подвергаются не единичные реципиенты, а массовый реципиент.

Изложенные выше рассуждения заставляют нас задуматься о том, является ли сам вопрос об этичности процесса речевой манипуляции

этичным с точки зрения самой целесообразности поиска ответа для ученого и для ученого-лингвиста в частности. Во-первых, если предположить, что речь является инструментом для изменения фактической ситуации продуцента в сторону улучшения условий для удовлетворения витальных и иных потребностей (например, потребности добиться власти и продвинуться вверх по иерархической лестнице в определенном сообществе) и возникла именно как инструмент для удовлетворения данной потребности (о чем убедительно пишет Поршнеv), то манипуляция как воздействие имеет древнюю инстинктивную природу, а задаваться вопросом об оценке инстинктов с точки зрения «плохо или хорошо» и «нравственно или безнравственно» вряд и целесообразно, так как инстинкт – неотъемлемая часть природы человека, принимаемая им, как говорится, «as it is», как данность. Во-вторых, что касается именно речевой манипуляции в предвыборном агитационном дискурсе, оцениваемой с точки зрения последствий для массового реципиента, то, как уже говорилось выше, данные последствия вполне могут оказаться благоприятными для манипулируемого: основная цель политика-манипулятора – получение и удержание власти, но распорядиться полученной властью добившийся ее с помощью манипуляции политик может вполне достойно с точки зрения удовлетворения нужд и чаяний массового реципиента. В-третьих, для ответа на вопрос о нравственной стороне речевой манипуляции (если такой вопрос все же будет поставлен) необходимо правильно определить ту составляющую речевого воздействия, которую можно считать собственно манипулированием, так как мнения ученых расходятся и на этот счет, а также уточнить основные характеристики манипулятивного воздействия именно в предвыборном агитационном дискурсе, так как речевое манипулирование массовым реципиентом, как мы полагаем, имеет некоторые отличия от, например, речевого манипулирования в бытовом дискурсе при межличностном общении.

В настоящее время ученые-лингвисты в большинстве своем определяют речевое манипулирование как процесс, в основе которого лежит воздействие на эмоции, противопоставляя его процессу, направленному на изменения в сфере сознания и логики реципиента.

Например, О. Иссерс утверждает, что «если убеждение осуществляется преимущественно с опорой на сознание, разум реципиента, то внушение – с опорой на эмоции. Внушая определенную мысль, субъект речевого воздействия апеллирует, прежде всего, к эмоциям объекта речевого воздействия, стремясь тем самым привести его в нужное для целей говорящего психологическое состояние» [Иссерс 1999: 38].

По параметру скрытости/ открытости воздействия разграничивает убеждение (аргументацию) и манипуляцию В.И. Карасик [Карасик 1992: 157]. Однако, например, И.А. Стернин разделяет понятия убеждение и доказывание, связывая со сферой логики только доказывание, при этом, по его мнению, в убеждении (в отличие от доказывания) используется не только логика, но и обязательно эмоции: «Убеждаем мы примерно так: «Во-первых... во-вторых... Поверь, так оно и есть! Это действительно так! И другие так думают. Это я точно знаю. Ну почему ты мне не веришь? Поверь мне, это действительно так...» и т.д. Убеждая, мы стараемся фактически навязать свою точку зрения» [Стернин 2001: 65]. Исходя из данного объяснения, можно предположить, что с речевым манипулированием И.А. Стернин связывает именно процесс убеждения.

М.Я. Гловинская также разграничивает в воздействии процессы убеждения и доказывания. При этом утверждается, что аргументы убеждения, в отличие от аргументов доказывания могут быть обращены к разным сторонам человеческой личности: сознанию, эмоциям и воле реципиента воздействующего сообщения [Гловинская 1993: 87].

Некоторые исследователи считают манипуляцию разновидностью аргументации, при этом сама аргументация делится на два вида: логическую

аргументацию, нацеленную на «обоснование и расширение достоверного знания на основе принимаемой субъектом аргументации совокупности логико-гносеологических процедур», и прагматическую - использующую все возможные средства для создания у реципиента мнения [Сергеев 1987: 12]. Таким образом уже в самом убеждении выделяется два процесса – воздействие на логику реципиента и воздействие на неконтролируемые реакции (эмоции и др.), то есть манипуляция.

Подобные разграничения процессов воздействия кажутся нам оправданными, но требующими некоторых уточнений, связанных с таким понятием, как мишень воздействия – уязвимое место реципиента, на которое направлено воздействие. Во-первых, мы считаем возможным разграничить не два, а три процесса (или уровня) воздействия: внушение, убеждение, доказывание по степени контролируемости/ неконтролируемости мишеней воздействия и возникающих реакций реципиента. Внушение происходит при полном отсутствии критической оценки подаваемой информации, оказывающей влияние на течение нервно-психических процессов. К процессам внушения можно отнести гипноз, суггестию или тактики нейролингвистического программирования. Доказывание можно определить как процесс воздействия на логическую сферу реципиента и полностью контролируемые реакции сознания, сопровождающийся критической оценкой подаваемой информации. Убеждение (как промежуточное звено между внушением и доказыванием) можно определить как процесс воздействия, нацеленный на неконтролируемые или плохо контролируемые реакции реципиента, относящиеся как к сфере сознания, так и к сфере явлений, подобным эмоциям, при возможной частичной критической оценке подаваемой информации. При этом в нашем исследовании мы отождествляем речевое манипулирование именно с процессом убеждения, понимаемым таким образом.

Что же касается определения речевой манипуляции именно в предвыборном агитационном дискурсе, то здесь уточняющим фактором становится объект манипуляции – массовый реципиент – набор мишеней манипуляции которого несколько отличается от мишеней, используемых при манипуляции в межличностном общении.

Подводя итог сказанному выше, отметим следующее:

1) учитывая возможный инстинктивный характер процесса речевого воздействия, мы считаем некорректным его оценивание с точки зрения этики и нравственности;

2) учитывая относительную невозможность определения качества исторических и иных последствий для массового реципиента в масштабах конкретного государства при выборе власти, полученной путем манипулирования, мы также не считаем необходимым ставить вопрос об оценке нравственной стороны речевого манипулирования в предвыборном агитационном дискурсе;

3) в нашем исследовании мы определяем речевую манипуляцию как убеждение путем воздействия особыми средствами языка на неконтролируемые и плохо контролируемые реакции массового реципиента при возможной частичной критической оценке информации.

### **1.3 Системно-реципиентоцентрический подход к описанию средств речевой манипуляции в политическом дискурсе**

Анализ лингвистических научных исследований в области политического дискурса как сферы реализации манипулятивного воздействия показывает, что в настоящее время феномен речевой манипуляции поистине является объектом пристального внимания ученых. В последнее десятилетие появилось много диссертационных исследований, посвященных описанию механизмов речевого воздействия на массового реципиента именно в политической коммуникации. Изучение этих работ позволяет сделать вывод о подходе, который можно условно обозначить как «тактико-стратегический»: исследователи выделяют и описывают разнообразные речевые тактики и стратегии, применяемые продуцентами-политиками в ходе воздействия на массового реципиента. Ключевыми понятиями при подобном подходе к изучению речевой манипуляции в политическом дискурсе становятся понятия «тактики» и «стратегии». Стоит отметить, что при общности самого подхода к описанию исследуемого феномена, среди исследователей, разделяющих мнение о целесообразности его использования, все же не существует единого мнения о самом определении данных понятий. Так, например, О.С.Иссерс под речевой стратегией понимает «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс 2003: 54]; О.Н.Паршина определяет коммуникативную стратегию «как сверхзадачу речи, диктуемую практическими целями говорящего», как «определенную направленность речевого поведения в данной ситуации в интересах достижения цели коммуникации» [Паршина 2007: 10-11]; Е.В.Денисюк «структурированная последовательность речевых действий, точнее – способ структурирования речевого поведения в соответствии с коммуникативной целью участника общения» [Денисюк 2004: 16]; О.Л. Михалёва под коммуникативной



стратегией понимает «план оптимальной реализации коммуникативных намерений, учитывающий объективные и субъективные факторы и условия, в которых протекает акт коммуникации и которые в свою очередь обуславливают не только внешнюю и внутреннюю структуру текста, но и использование определенных языковых средств» [Михалева 2005: 45]. А.П. Чудинов рассматривает коммуникативную стратегию как «планирование в максимально обобщенном виде», отмечая при этом, что выбор той или иной стратегии зависит от поставленной цели и особенностей коммуникативной ситуации [Чудинов 2003: 48]. Таким образом, речевая стратегия мыслится либо как общая направленность речевого поведения, соотносимая с целями говорящего, либо как комплекс речевых действий, направленных на достижение цели (планируемого перлокутивного эффекта), либо как способ структурирования речевых действий, определяемый собственно коммуникативными целями, либо как реализацию намерений в соответствующем акте коммуникации с учетом определенных факторов. Более общее определение стратегии дается в работах В.А. Мишланова и Н.С. Нецветаевой, которые определяют речевую стратегию как «общую направленность речи», «общую линию речевого поведения», рассматривая при этом коммуникативную тактику как «способ реализации выбранной стратегии посредством некоторых частных приемов (речевых ходов)» [Мишланов, Нецветаева 2009: 7].

Тем не менее, каковы бы ни были незначительные, на наш взгляд, расхождения в понимании основных понятий тактико-стратегического подхода в изучении видов дискурса с доминирующей манипулятивной интенцией (и политического в том числе), основной подход данных исследований заключается именно в описании речевых тактик и стратегий продуцентов, выделенных на основе анализа соответствующего материала. При этом комплексы тактик и стратегий, анализируемых исследователями, достаточно разнообразны.

Так, например, О.Н. Паршина в своем исследовании, посвященном российской политической речи, выделяет несколько основных групп стратегий, представленных определенными тактиками. При этом к первой группе стратегий, реализуемых продуцентами-политиками, О.Н. Паршина относит стратегии самопрезентации, направленные на укрепление имиджа политика-продуцента и создание необходимого адресанту сообщения образа. Как утверждает исследователь, тактическое представление стратегии самопрезентации является различным у разных политиков: так, можно выделить тактики, употребляемые всеми представителями политической элиты (тактика солидаризации с адресатом, тактика «создания своего круга», тактика отождествления с кем-либо или чем-либо, тактика дистанцирования); тактики, употребляемые только рядом политиков (тактика нейтрализации негативного представления о себе, тактика гипертрофирования «я-темы», тактика акцентирования положительной информации); тактики, используемые отдельными политиками (тактика эпатирования, тактика насмешки). Ко второй группе стратегий, по мнению автора, следует отнести стратегии борьбы за власть, представленные стратегией дискредитации и нападения, направленной на подрыв авторитета оппонентов (тактика обвинения, тактика оскорбления); манипулятивной стратегией, основанной на психологическом воздействии на реципиента (демагогические приемы, манипулятивные тактики, тактика компрометации); стратегией самозащиты, представляющей собой ответ на стратегию нападения оппонентов (тактика оправдания, тактика оспаривания, тактика критики, тактика упрека, тактика угрозы). Третью группу стратегий политического дискурса формируют стратегии удержания власти, а именно: информационно-интерпретативная стратегия, используемая в диалогических жанрах «интервью» и «прямая линия» (тактика признания существования проблемы, тактика акцентирования положительной информации, тактика разъяснения, тактика комментирования, тактика рассмотрения проблемы под новым углом зрения,

тактика указания на путь решения проблемы). В отдельную группу выделяется стратегия формирования эмоционального настроения адресата, используемая преимущественно руководителями государств и реализуемая посредством тактики единения, тактики обращения к эмоциям адресата и тактики учета ценностных ориентиров адресата. Также в отдельные группы выделяются аргументативная стратегия с функцией демонстрации демократического участия граждан в выборе власти, нацеленная на убеждение аудитории посредством аргументов (тактика контрастивного (сопоставительного) анализа, тактика указания на перспективу, тактика обоснованных оценок, тактика иллюстрирования), и агитационная стратегия, целью которой является воздействие на поступки слушателей, чтобы побудить их к совершению определенного действия (тактика обещания, тактика призыва). В отдельную группу О.Н. Паршина выделяет общие (неспециализированные) тактики, характерные для нескольких стратегий (тактика акцентирования, тактика дистанцирования) [Паршина 2010: [http://dibase.ru/article/05042010\\_parshinaolgaikolaevna\\_6745/](http://dibase.ru/article/05042010_parshinaolgaikolaevna_6745/)].

О.Л. Михалева в книге «Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия» рассматривает три основные стратегии, реализуемые продуцентами через определенные комплексы тактик: стратегия на понижение, имеющая направленность на соперника и стремление развенчать его позиции (тактика анализ-«минус», предполагающая выражение отрицательного отношения к описываемому; тактика обвинения, означающая приписывание кому-либо вины; тактика безличного обвинения, предполагающая обвинение без указания виновников осуждаемых поступков; тактика обличения, основанная на приведении фактов и аргументов; тактика оскорбления, осуществляемая через нанесение обиды, унижение и уязвление с экспликацией эмоций вместо аргументов; тактика угрозы, реализуемая через запугивание); стратегия на повышение, отражающая стремление говорящего максимально увеличить значимость

собственного статуса (тактика анализ-«плюс», основанная на имплицитном выражении положительного отношения продуцента к чему-либо; тактика презентации, реализуемая через представление кого-либо в привлекательном виде; тактика неявной самопрезентации, осуществляемая через имплицитное представление продуцентом себя в выгодном свете; тактика отвода критики, основанная на приведении фактов, оправдывающих какие-либо действия и поступки; тактика самооправдания, реализуемая посредством отрицания негативных суждений об объекте критики), стратегия театральности, связанная с фактором аудитории как адресата-наблюдателя (тактика побуждения, основанная на призыве к какому-либо действию или принятию точки зрения; тактика кооперации, представляющая собой апелляцию к якобы общим ценностям и идеям продуцента и реципиента; тактика размежевания, реализуемая посредством выявления различий в позициях и мнениях; тактика информирования, осуществляемая через представление реципиенту данных и фактов без выражения собственного отношения к ним; тактика обещания, выражаемая через обязательство выполнить какие-либо действия; тактика прогнозирования, основанная на предсказании дальнейшего течения событий; тактика предупреждения, реализуемая через предостережение о возможности негативных последствий каких-либо событий; тактика иронизирования, основанная на контрасте между эксплицитно выраженной информацией и ее имплицитным смыслом; тактика провокации, представляющая собой подстрекательство кого-либо к каким-либо действиям) [Михалева 2005: 54-83].

А.В. Олянич в исследовании «Презентационная теория дискурса», представляя президентскую предвыборную кампанию в массово-информационном дискурсе в виде особой игры, выделяет следующие презентационные стратегии (перед электоратом, выступающим в роли реципиента соответствующих сообщений, разыгрывается презентация, которая стратегически сводится к тому, чтобы реципиент-зритель одобрил

действия партии продуцента сообщений, положительно оценив ее кандидата в президенты, и, наоборот, отрицательно оценил партию оппонента, потеряв желание избрать «чужого» президентом): создание позитивного публичного имиджа партии, выдвигающей кандидата в президенты; дискредитация имиджа партии-конкурента; создание позитивного публичного имиджа кандидата партии в президенты; дискредитация имиджа кандидата в президенты партии конкурента (тактики, которые используются при реализации обозначенных стратегий определяются как оборонительная и наступательная) [Олянич 2007: 277-278].

По мнению М.Ю. Кочкина, манипулятивная стратегия является доминирующей стратегией политического дискурса, осуществляющейся посредством тактики комплимента, реализующейся, когда продуценту сообщения необходима поддержка общественного мнения; тактики лжи, особенно характерной для эпатажных продуцентов-политиков (работает на имидж и поднимает популярность соответствующего продуцента у определенной части электората, симпатизирующей эпатажным заявлениям любого рода); манипулятивной тактики отеческого покровительства противнику, проявляющейся в уходе продуцента от открытой конфронтации с помощью положительной характеристики оппонента, но с оттенком пренебрежения; манипулятивной тактики деперсонализации оппонента (оппонент не называется прямо) и манипулятивной тактики акцентирования формальной стороны событий, позволяющей продуценту манипулятивного сообщения дистанцироваться от происходящих скандальных событий в глазах общественного мнения [Кочкин 2010: [http://dibase.ru/article/05042010\\_kochkinmihailjurevich\\_1404/16](http://dibase.ru/article/05042010_kochkinmihailjurevich_1404/16)].

А.А. Филинский, исследуя политический дискурс предвыборных кампаний 1999-2000гг. в России, выделяет четыре манипулятивные стратегии, реализованные в предвыборных агитационных сообщениях продуцентов-политиков и основанные на традиционной дихотомии

предвыборного дискурса «мы – они». В качестве первой манипулятивной стратегии политического дискурса предвыборных кампаний А.А. Филинский обозначает стратегию реификации оппонента, сводящуюся к созданию «образа врага» посредством осуществления тактики тематической гиперболизации, основанной на создании конвенциональных структур с ярко выраженной социально негативной коннотацией. При этом целью использования данных конвенциональных структур продуцентом соответствующих сообщений является как создание деструктивной социально-дискурсивной реальности, так и обозначение круга «своих», разделяющих данные стереотипы (конвенциональные структуры с тематическими компонентами «заговор», «национальная угроза», «социально-экономический кризис», «антиутопия будущего», «война»). Вторая манипулятивная стратегия, выделенная автором, – стратегия делигитимизации оппонента – осуществляется через дегуманизацию образа оппонента и ориентирована на создание отрицательных ассоциаций, с ним связанных. Эксплицитно данная стратегия проявляется в языковой агрессии (преимущественно посредством использования пейоративов) и реализуется через тактику аполлогизация своей собственной стороны и тактику непосредственной дескриптивной характеристики оппонента. К стратегиям, обсуживающим так называемый «мы-дискурс» (дискурс интеграции с какой-либо социальной группой), А.А. Филинский относит манипулятивную стратегию амальгамирования, осуществляющуюся посредством приемов вербального представления общности (собираательные лексемы, лексемы со значением совместности, этнонимы и т. п.), а также манипулятивную стратегию героизации представителей своей партии, реализующуюся через тактику представления высоких морально-этических качеств героизируемого представителя, тактику представления деятельности в интересах народа или реализации общепринятых ценностей, тактику представления высокой профессиональной компетентности и т.п. [Филинский 2002: 68-81 ].

Особый набор стратегий и тактик речевого воздействия выделяется некоторыми исследователями при изучении жанра политических теледебатов. Ю.М. Иванова, например, предлагает систему стратегий, состоящую из трех уровней, каждый из которых соответствует определенной цели участников жанра в условиях агонального характера коммуникации: стратегия первого уровня (интродуктивная) отвечает цели сообщения информации, варьирующая стратегия второго уровня – цели сообщения информации и цели разрушения установленных речью оппонента смысловых связей, аддитивная стратегия третьего уровня – цели сообщения информации, цели разрушения установленных речью оппонента смысловых связей и цели встраивания новых смысловых связей на место разрушенных. При этом утверждается, что каждая из предложенных автором стратегий реализуется при помощи набора определенных тактик. Так, интродуктивная стратегия включает в себя тактику понятийной категоризации, направленную на модифицирование понятийной составляющей релевантных для ситуации воздействия концептов; тактику образной категоризации, направленную на модификации образных составляющих отдельных концептов в сознании реципиента при помощи присвоения им метафорических номинаций и построения развернутых метафор; тактику ценностной ориентации, основанную на апелляции к системе ценностей. Варьирующая стратегия осуществляется посредством тактики верификации, сводящейся к уличению оппонента во лжи, и тактики метаязыкового комментирования, целью которой является разрушение смысловых связей, установленных речью оппонента, через рефлексию по поводу этой речи. Наконец, аддитивная стратегия, по мнению Ю.М. Ивановой, представлена тактикой введения новых фактов, заключающейся в сообщении аудитории некоторых фактических данных об обсуждаемой ситуации, выгодных для представления говорящего в глазах аудитории, и тактикой введения нового аспекта, основанной на предложении некоторого нового аспекта рассмотрения

проблемы, который заставил бы аудиторию пересмотреть ранее вынесенные суждения [Иванова 2003: 59-73].

С.Е. Полякова, анализируя коммуникативные неудачи в англоязычном политическом дискурсе, приходит к выводу о глобальном характере манипулятивной стратегии в данном виде дискурса. При этом утверждается, что манипулятивная стратегия в англоязычном политическом дискурсе реализуется с помощью следующего набора манипулятивных тактик: тактики вежливости, заключающейся в использовании наиболее адекватных и уместных в ситуации общения способов осуществления коммуникативных действий; тактики дискредитации оппонента, нацеленной на понижение статуса противника; тактики отсроченной реакции, заключающейся в оттягивании точного ответа на вопрос собеседника; тактики реагирования, основанной на уклонении от ответов на определенные вопросы; тактики занятия инициативы в разговоре, выражающейся в повышенной эмоциональности речи и нетерпении возражений, а также тактики аргументативного манипулирования [Полякова 2009: 10-17].

Е.И. Шейгал, исследуя семантику политического дискурса, выделяет две основные стратегии, используемые продуцентами-политиками: стратегию эвфемизации и стратегию дисфемизации, которые выступают в политическом дискурсе в качестве реализации оппозиции «свои - чужие», способствуя положительной самопрезентации и негативной презентации «чужих» [Шейгал 2000: 310].

Помимо исследований, посвященных выявлению и описанию стратегий и тактик, используемых продуцентами-политиками в сообщениях с доминирующей манипулятивной интенцией, существует ряд работ, посвященных еще более мелким единицам манипулятивных технологий – манипулятивным приемам или, как их обозначают некоторые ученые, манипулятивным «уловкам». По сути, «наполнение» тактик в исследованиях одних авторов и приемов в работах других ученых практически не имеет



принципиальных различий, поэтому, на наш взгляд, данная разница является исключительно терминологической. Так, Р. Фишер и У. Юри выделяют три группы универсальных манипулятивных приемов, используемых во время политических переговоров: приемы преднамеренного обмана (прием фальшивых фактов; прием неясных полномочий противоположной стороны; прием сомнительных намерений партнеров по переговорам); приемы психологической войны (прием создания стрессовой ситуации, прием личных нападков, прием «хороший полицейский - плохой полицейский», прием угрозы); приемы позиционного давления (прием отказа от переговоров; прием экстремальных требований; прием затвора; прием «неуступчивый партнер»; прием рассчитанной задержки; прием «берите или не берите») [Фишер, Юри 1990: 141].

А.М. Цуладзе в монографии «Политические манипуляции, или Покорение толпы» также описывает ряд манипулятивных уловок политиков. К ним он относит уловку перевода спора на противоречие между словом и делом («зажимание рта»); уловку ссылок на авторитеты, заключающуюся в цитировании известных и уважаемых личностей; уловку рационализации, основанную на продуманных и умело срежиссированных всплесках эмоций продуцента; уловку «двойной бухгалтерии», осуществляемую посредством выгодной подачи статистических данных; уловку «ложного стыда»; уловку «игра красивыми названиями и злостными кличками»; уловку «игра двумя синонимами», заключающуюся в использовании двух коннотативно разных наименований одного феномена (например, «свобода – вольница или вседозволенность»); уловку внушения, основанную на интонационном оформлении высказываний (безапелляционный, убедительный тон, соответствующая скорость речи и паузация); уловку отождествления, основанную на отождествлении образа самого политика-продуцента с образом его партии или иной организации; уловку очевидности и уловку отсечения альтернатив, представляющую собой убеждение реципиента в

правильности ишь одного мнения – мнения продуцента манипулятивного сообщения [Цуладзе 1999: 36-37].

А.А. Кузьмина предлагает следующий комплекс манипулятивных приемов, используемых в текстах политической рекламы: наклеивание ярлыков на объект контрпропаганды, определение статуса явления, контекстная актуализация затребованных в данный момент социумом сем, подмена сигнификата (значения слов), контекстные подмены сигнификата, актуальность понятия, отсутствие аргументации, бездоказательность суждений, авторитетность реалии, объединение кандидата/партии с населением, частотность использования понятия в целом, внутритекстовый и внутрифразовый повтор, расширение круга сочетаемых связей слова, перенос положительного/негативного образа, использования контраста, - использование мифологических оппозиций [Кузьмина 2010: <http://iconf.vgi.volsu.ru>].

Как мы видим, сторонниками тактико-стратегического подхода в изучении политического дискурса как сферы реализации речевого воздействия (независимо от его вида – манипулятивного, аргументативного или манипулятивно-аргументативного) выделено и описано достаточно большое количество различных приемов, тактик и стратегий, реализуемых продуцентами в политическом дискурсе и в предвыборном агитационном дискурсе как его разновидности. Можно сказать, что автор каждого из подобных исследований представил свою типологию данных стратегий, содержащих различные тактики, однако, заметным является тот факт, что при анализе одного и того же материала учеными порой выделяются совершенно различные стратегии и тактики. Существуют, конечно, и схожие по своему содержанию и даже названию позиции типологий, но большие отличия в количественном и качественном составе предлагаемых классификаций при, казалось бы, общем принципе выделения стратегий указывают на большую степень субъективности авторов в процессе их

выявления и описания. Кроме того, не существует единых критериев, по которым можно было бы определить возможность выделения стратегии или тактики в отдельную позицию, так как процесс выявления тактик и объединяющих их стратегий происходит в основном при помощи интроспекции при анализе поверхностного уровня определенного количества текстов, функционирующих в пределах изучаемого тем или иным автором текстотипа. Так же вызывает сомнение возможность существования строгих соответствий между конкретными языковыми средствами и их реализацией в определенной стратегии (например, использование эпитетов исключительно в рамках стратегии дискредитации), а также правомерность попыток некоторых авторов представить подобные однозначные соответствия, так как языковые средства в их речевой актуализации тяготеют к полифункциональности и, соответственно, их использование в качестве «тактикообразующего» кода может быть релевантно и для осуществления других тактик.

Подобные недостатки тактико-стратегического подхода побуждают нас искать такой критерий выявления операциональных механизмов речевого воздействия в политическом дискурсе, который удовлетворял бы условию максимально возможной объективности при изучении и описании данных механизмов. Как мы полагаем, таким критерием в описании процесса речевой манипуляции должен быть сам объект воздействия, которым в предвыборном агитационном дискурсе становится массовый реципиент. Выбор данного критерия кажется нам достаточно очевидным. А.Н. Рубакин, говоря об агитационном выступлении, писал о том, что ««настоящий пропагандист должен *перевоплощаться в Я своего собеседника...*, а чтобы лучше всего сделать это, он должен ... *подметить, выяснить*: ... какие же именно чувства, эмоции, страсти, аффекты являются в душе собеседника *преобладающими*? [Рубакин 1972: 135]». Это, на наш взгляд, очень точное определение основ успешного воздействия в агитационном дискурсе также

указывает на необходимость рассматривать продукт речевого поведения манипулятора – текст его речи – как отражение релевантных для манипулятивного воздействия характеристик его объекта, по которым можно судить о механизмах данного воздействия. В применении к предвыборному агитационному дискурсу и его участникам утверждение А.Н. Рубакина можно перефразировать следующим образом: «Успешный политик-манипулятор – это максимально перевоплощенный в массового реципиента продуцент, хорошо знающий те свойства объекта манипуляции, воздействие на которые будет максимально эффективным (то есть, хорошо знающий мишени манипуляции)». Таким образом, как мы полагаем, именно мишени манипуляции массовым реципиентом должны стать основой для создания и описания системы средств речевой манипуляции, так как данные средства нацелены именно на актуализацию мишеней манипуляции реципиентом.

Мы предполагаем, что для описания средств речевого манипулирования в предвыборном агитационном дискурсе необходимо составить «портрет» объекта манипуляции (массового реципиента) – *систему его взаимодействующих характеристик, релевантную для процесса манипулирования и отраженную на поверхностном уровне фиксированных манипулятивных сообщений политиков-продуцентов в системе исследуемых средств*. При этом следует отметить, что под массовым реципиентом мы, как и Н.В. Муравьева, и Ф.И. Шарков, понимаем «все общество» [Муравьева: [http://www.library.cjes.ru/online/?b\\_id=192](http://www.library.cjes.ru/online/?b_id=192)], «анонимную массу, имеющую неоднородную структуру и рассредоточенную на определенной территории» [Шарков, 2003: 62], но при этом обладающую определенным набором схожих характеристик и свойств.

Следует отметить также, что в некоторых исследованиях политической и электоральной коммуникации указывается на то, что продуценты выстраивают соответствующие сообщения с учетом интересов, потребностей и ожиданий аудитории [например, Минаева:

<http://www.spa.msu.ru/images/File/Vestnik/Minaeva.pdf>], однако системное описание мишеней манипуляции массовым реципиентом в их иерархии и связи с языковыми средствами воздействия на данные мишени до настоящего момента не проводилось.

В настоящее время существуют различные мнения по поводу того, какие релевантные для воздействия характеристики реципиента используют продуценты манипулятивных сообщений для достижения своих целей. Так, в качестве основных мишеней манипуляции рассматриваются имеющиеся у людей стереотипы поведения, или «модели зафиксированных действий» [Чалдини 1999]; систему потребностей индивида [Брудный 1989; Рубакин 1972; Тарасов 1990 и др.], чувства и эмоции человека [Кара-Мурза 2006]. Г. В. Грачев и И. К. Мельник выделяют пять групп психических образований человека, используемых в качестве мишеней манипуляции в межличностном общении:

1) побудители активности человека: потребности, интересы, склонности;

2) регуляторы активности человека: групповые нормы, самооценка (в т.ч. чувство собственного достоинства, самоуважение, гордость), субъективные отношения, мировоззрение, убеждения, верования, смысловые, целевые, операциональные установки;

3) когнитивные (информационные) структуры (в т.ч., информационно-ориентировочная основа поведения человека в целом) - знания об окружающем мире, людях и другие разнообразные сведения, которые являются информационным обеспечением активности человека;

4) операциональный состав деятельности: способ мышления, стиль поведения и общения, привычки, умения, навыки;

5) психические состояния: фоновые, функциональные, эмоциональные. [Грачев, Мельник 1999: 54].

Однако, логичным было бы предположить, что набор мишеней манипуляции массовым реципиентом в предвыборном агитационном дискурсе несколько отличается от набора мишеней манипуляции, актуализируемых в межличностном общении. Изучение литературы в области этологии, психологии, биологии, философии и социологии позволяет нам сделать вывод о том, что массовый реципиент как реципиент, обладающий всеми этологическими характеристиками отдельного индивида, но являющийся также носителем особого, массового сознания, а также находящийся в рамках повторяющейся фактической ситуации, имеющей свои, укоренившиеся в сознании массового реципиента традиции, ритуалы и стереотипы. Таким образом, мы в нашем исследовании выделяем три основных группы мишеней манипуляции массовым реципиентом:

1) этофизиологический уровень манипуляции, отражающий этологию<sup>1</sup> и физиологию массового реципиента (набор биологически обусловленных мишеней манипуляции, к которым мы относим инстинктивные программы и реакции, образовавшиеся в результате действия инстинктивных программ; особенности физиологического (экстерорецептивного, проприорецептивного, интерорецептивного) восприятия; особенности восприятия форм материи; базовые эмоции, имеющие биологическую природу; основы племенной морали, также имеющие биологическую природу);

2) свойства массового сознания, релевантные для осуществления речевого манипулирования;

3) стереотипы поведения в заданной жанром фактической ситуации и отношение к традициям жанра.

При этом мы считаем, что при всей взаимосвязи и взаимодействии данных мишеней (а мы полагаем, что данные мишени находятся в

---

<sup>1</sup> Под этологией коллективного реципиента мы понимаем набор общих биологически обусловленных поведенческих реакций коллективного реципиента (по аналогии с этологией как отраслью научного знания, занимающейся изучением биологических основ поведения)

отношении взаимодействия), иерархия данных мишеней выглядит следующим образом:



Из представленной схемы видно, что уровень этологически обусловленных реакций массового реципиента является более глубинным хотя бы на основании «возраста» данных реакций. Последующие два уровня, как группы свойств, появившихся гораздо позднее, выступают в качестве своеобразной «надстройки». Уровень свойств массового сознания, как и уровень стереотипов фактической ситуации (ритуалы предвыборного дискурса: произнесение речи, процесс голосования, поведение участников и т.п.) представлены в данной системе свойствами, относящимися к сфере сознания, но воспринимаемыми как не подлежащие сомнению, неосмысливаемые компоненты реальности (стереотипы и традиции), а потому уязвимыми для манипулятивного убеждения.

Как уже отмечалось выше, мы предполагаем, что лингвистические средства актуализации данных мишеней манипуляции формируют собственную систему взаимосвязанных и взаимодействующих элементов. Подход, при котором система средств речевой манипуляции создается и описывается как отражение системы свойств и характеристик массового реципиента, релевантных для манипуляции по признакам коллективности и

универсальности, мы предлагаем назвать системно-реципиентоцентрическим.

Использование данного подхода в изучении процесса речевой манипуляции в предвыборном агитационном дискурсе позволит нам также создать многокомпонентную модель манипулятивной интенции политика-продюцента, каждый из компонентов которой имеет свои средства реализации на поверхностном уровне, представленные речевыми актами.

Следует отметить, что системно-реципиентоцентрический подход все же не исключает использования тактико-стратегического подхода в исследовании манипулятивных видов дискурса. Несмотря на отмеченные нами недостатки, тактико-стратегический подход позволяет выявить и описать некоторые тенденции и закономерности в использовании языковых средств при манипуляции массовым реципиентом именно в терминах стратегии и тактики. Однако использование тактико-стратегического подхода возможно исключительно после выявления четко обозначенной системы критериев, на основе которых собственно и строятся манипулятивные тактики и стратегии продуцента предвыборных агитационных сообщений, что невозможно без системно-реципиентоцентрического подхода. Таким образом, можно признать данные подходы последовательно-комплементарными, дополняющими друг друга: после выстраивания системно-реципиентоцентрической модели манипуляции возможно описание ее речевых механизмов как тактик и стратегий с использованием соответствующих наборов языковых средств.



## Выводы по Главе 1

Предвыборный агитационный дискурс является разновидностью политического дискурса, обладающую всеми его характеристиками и функциями. Среди специфических частных характеристик предвыборного агитационного дискурса можно отметить особую коммуникативную цель, особую коммуникативную ситуацию и хронотоп, связанный с цикличностью ключевого события исследуемого дискурса – выборов.

В настоящее время учеными предлагаются различные классификации функций предвыборного агитационного дискурса, однако, практически все из них отражают наличие воздействующей (манипулятивной) функции данного дискурса.

Феномен манипуляции имеет древнюю историю и связан с этологией человека и его инстинктами, выступая в качестве инструмента для изменения фактической ситуации человека в сторону улучшения условий для удовлетворения его потребностей. Возможный инстинктивный характер феномена речевой манипуляции делает невозможной постановку вопроса о его нравственной стороне.

Речевая манипуляция представляет собой процесс убеждения реципиента, занимающий промежуточное звено между внушением и доказыванием как процесс воздействия, нацеленный на неконтролируемые или плохо контролируемые реакции реципиента, относящиеся как к сфере сознания, так и к сфере явлений, подобным эмоциям, при возможной частичной критической оценке подаваемой информации.

Для изучения системы средств речевой манипуляции в предвыборном агитационном дискурсе необходимо использовать системно-реципиентоцентрический подход, позволяющий исследовать данную систему как отражение системы мишеней манипуляции массовым реципиентом. При

этом система мишеней манипуляции массовым реципиентом представляется нам как многоуровневое образование, включающее:

- это физиологический уровень манипуляции, отражающий этологию и физиологию массового реципиента (набор биологически обусловленных мишеней манипуляции, к которым мы относим инстинктивные программы и реакции, образовавшиеся в результате действия инстинктивных программ; особенности физиологического (экстерорецептивного, проприорецептивного, интерорецептивного) восприятия; особенности восприятия форм материи; базовые эмоции, имеющие биологическую природу; основы племенной морали, также имеющие биологическую природу);

- свойства массового сознания, релевантные для осуществления речевого манипулирования;

- стереотипы поведения в заданной жанром фактической ситуации и отношение к традициям жанра.

## **ГЛАВА 2. РЕЧЕВАЯ ИНТЕНЦИЯ И АКТ РЕЧИ КАК СРЕДСТВО ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ**

Понятия речевой интенции и речевого акта как средства ее выражения на поверхностном уровне являются очень важными для нашего исследования, что обусловлено свойством интенциональности любого (в том числе манипулятивного) речевого поведения. Особенности интенциональной структуры речевых актов важны для нашего исследования еще и потому, что мы, как и многие исследователи феномена дискурса, понимаем его прежде всего как последовательность взаимосвязанных речевых актов, объединенных общей интенцией.

Мы полагаем, что речевое манипулирование представляет собой процесс взаимодействия интенций открытого и скрытого типов, реализующихся в соответствующих речевых актах. При этом в качестве речевых актов открытого типа могут выступать речевые акты, описанные в традиционной теории речевых актов (промиссивы, декларативы, ассертивы, экспозитивы, директивы и др.), имеющие свою интенциональную модель, состоящую из нескольких уровней. При этом мы считаем, что доминирующей интенцией открытого типа в британском предвыборном агитационном дискурсе является интенция обещания, а средством ее реализации, соответственно, промиссивный речевой акт.

## 2.1 Понятие речевой интенции и ее многоуровневая модель

Положение о том, что речь является деятельностью, не вызывающее сомнений и воспринимаемое как аксиома большинством (если не всеми) современных ученых, открывает все новые объекты исследований в этой области и не позволяет обойти вниманием такой сложный феномен, как речевая *интенция*.

Само понятие интенции (от лат. *intentio* - "стремление") имеет достаточно давнюю историю. Оно зародилось в недрах схоластической философии и обозначало намерение, цель, направленность сознания, мышления на какой-нибудь предмет [ФЭС :213]. При этом общим правилом схоластики было различение первой и второй интенций: первая интенция (*intentio prima*) определялась философами как первоначально сформированное умом понятие, объектом которого является реальность, данная человеческому разуму; вторая интенция (*intentio secunda*) формируется через обращение к первым, путем их изучения и сравнения, а ее объект находится в самом разуме, представляя собой форму самой мысли [АМФ:895-897].

С развитием науки понятие "интенция" было заимствовано многими отраслями научного знания, объектом изучения которых становились деятельность человека и его поведение. Так, психологии, как науке, исследующей "поведение и умственную деятельность человека" [Столяренко 1997: 9], принадлежит приоритет в определении природы интенции, возникающей из мотивирующей сферы сознания: еще Л.С. Выготский в своем классическом труде "Мышление и речь" (1934) ясно сформулировал требование изучать не только содержание мысли, но и ее глубинную мотивацию, предполагающую реализацию определенной цели. "Сама мысль рождается не из другой мысли, а из мотивирующей сферы нашего сознания, которая охватывает наше влечение и потребности, наши интересы и

побуждения, наши аффекты и эмоции, - пишет Л.С. Выготский. - За мыслью стоит аффективная и волевая тенденция. Только она может дать ответ на последнее "почему" в анализе мышления" [Выготский 1956: 379]. Однако, если мотивация является психологическим фактором, характеризующим всякое поведение человека, то интенция "представляет собой фактор коммуникации, определяющий его вербальное поведение" [Михеев 1986: 44].

С появлением деятельностного подхода к изучению речи понятие интенции проникает и в лингвистику. В настоящее время *интенция* признана основным фактором коммуникации и продолжает оставаться центральным объектом изучения многих лингвистических теорий, задачей которых является определение механизмов распознавания и выражения коммуникативных намерений. С момента проникновения данного понятия в лингвистику (первое поколение теории речевых актов [Костина, Чернышова 1989; Porter 1986]) произошло значительное переосмысление значения, функций и структуры речевой интенции в условиях вербального и невербального взаимодействия (интеракции) различных систем. Характерной чертой новейших интенциональных лингвистических теорий является перенос интенциональных свойств общения на взаимодействующую систему Человек - Компьютер (Human - Computer), где основным средством общения являются специально созданные искусственные языки (*artificial languages*). Однако стоит заметить, что ни в коей мере не угас интерес к изучению такого сложного феномена, как речевая интенция в условиях взаимодействия системы Человек - Человек (Human - Human), использующей естественный язык (*natural language*).

Анализируя данные различных исследований отечественных и зарубежных лингвистов в этой области, можно не только проследить эволюцию понятия интенции в лингвистике, но и выделить те основные структурные составляющие интенции (а интенция, в нашем понимании,

является сложным структурным образованием), которые, по нашему мнению, требуют особых способов вербального выражения.

В лингвистику понятие интенции было введено последователями английского логика Джона Остина, одного из создателей классической теории речевых актов, для достижения большей точности в описании иллокуции и иллокутивной функции - второго уровня анализа высказывания. В появившихся с тех пор определениях интенции обращается внимание на различные ее аспекты. По определению Г.П. Грайса, интенция есть не что иное, как намерение говорящего сообщить нечто, передать в своем высказывании определенное субъективное значение. Это субъективное значение может быть сведено к понятию, выражаемому глаголом "подразумевать" (to mean) в контексте "*A* подразумевает нечто, говоря *x*" [Grice 1957: 378]. То есть, по Грайсу, сказать что *A* что-то имел в виду под *x* (*A meant something by x*) - значит, сказать, что "*A* намеревался, употребив выражение *x*, этим своим употреблением оказать определенное воздействие на слушающих посредством того, что слушающие опознают это намерение" [Серль 1986: 158]. В ходе дальнейшей разработки понятия субъективного значения Г.П. Грайс определил значение *d* выражения *x* для языкового сообщества *G* обыкновением или конвенцией членов сообщества *G* произносить *x*, подразумевая под этим *d*. Таким образом, интенции говорящих и успех их распознавания слушающими были соотнесены с господствующим в данном языковом сообществе "соглашениями" (*conventions*) относительно значения тех или иных выражений, при этом условием успеха распознавания интенции индивида *A* является его включенность в языковое сообщество *G* [Грайс 1975: 41-58].

Число факторов, влияющих на формирование интенции говорящего и распознавание ее слушающим, было дополнено американским логиком Джоном Серлем, который заимствовал и переосмыслил некоторые идеи Грайса, выделив определенные правила, необходимые для успешного

распознавания интенции говорящего. Кроме того, в виде подготовительных условий Серлем были обозначены особые аспекты ситуации общения, находящиеся в закономерной связи с возможным намерением говорящего и тем самым способствующие его распознаванию [Серль 1986: 160-169]. Однако, как отмечает И.М. Кобозева, преувеличение роли языковых средств в общении привело к значительному сужению сферы применения правил Серля, так как они действительны только для высказываний, в которых присутствует тот или иной показатель коммуникативности намерения (лексический, грамматический или просодический), употребленный в буквальном смысле [Кобозева 1986: 17].

Сложный характер феномена коммуникативной интенции был подтвержден и доказан П.Ф. Стросоном. В своей статье "Намерение и конвенция в речевых актах" [Стросон 1986] Стросон модифицирует понятие субъективного значения Грайса, которое, по его мнению, может быть применимо не только к речевым актам, когда говорящий выражает некое субъективное значение с помощью языкового высказывания, а имеет более широкое применение. При этом Стросон утверждает, что исключительно с помощью понятия намерения может быть объяснено выражение субъективного значения говорящим через *высказывание*. Добавив в схему Грайса еще один вид условия, действующего в процессе выражения субъективного значения говорящим (*S*), Стросон разработал следующую формулу речевого общения: *S* выражает субъективное значение при помощи высказывания *x*, если *S* намерен\* (*i-1*) произнесением *x* вызвать определенную реакцию (*r*) у слушающего *A* и имеет в виду\*\* (*i-2*), что *A* опознает его намерение (*i-1*), и имеет в виду\*\*\* (*i-3*), что это опознание его намерения (*i-1*) со стороны *A* явится основанием (или частичным основанием) для реакции (*r*). *S* также имеет особое, "сложное", намерение (*i-4*)\*\*\*\*, связанное с желанием, чтобы *A* узнал его намерение (*i-2*) [Стросон 1986: 137-138]. Помимо понятия "сложного намерения", то есть намерения,

направленного на то, что слушающий должен опознать (и понять, что такое опознание предполагалось) намерение говорящего вызвать у него определенную реакцию, Стросон вводит понятие свойства "открытости" (overtness) речевых намерений. Под открытыми речевыми интенциями подразумеваются намерения говорящего, предназначенные для открытого узнавания. При этом Стросоном отмечается тот немаловажный факт, что типы намерения, направленного на слушающего могут быть очень разнообразными и что различные типы намерений могут быть представлены одним и тем же высказыванием [Стросон 1986: 141]. Выводы Стросона, сделанные им в данной статье, приблизили исследователей к пониманию коммуникативного намерения как самостоятельной сложной составляющей речевого общения (а не просто средства для описания определенного речевого действия), имеющей конкретные средства вербального выражения, потенциально доступные говорящему, и требующей специального изучения.

В отечественной лингвистической науке интенция также становится объектом пристального внимания исследователей. В рамках теории речевых актов феномен коммуникативного намерения рассматривается многими исследователями с позиции лингвоцентризма, то есть как звено, связывающее человека и язык. Как пишет в одной из своих работ О.Г. Почепцов: "...человек - это деятель, язык - это орудие, а интенция соединяет их в речевую деятельность. Эти отношения можно выразить с помощью следующей формулы:

человек + интенция + язык = речевая деятельность" [Почепцов 1986: 74].

Почепцов рассматривает интенцию как разновидность желания, для реализации которого будут предприняты определенные действия. Таким образом, действия, направленные на реализацию речевой интенции говорящим, сводятся к процессу речепроизводства. Анализ языковых



явлений в свете теории речевой интенции (термин О.Г. Почепцова) определяется как интенциональный анализ [Почепцов 1986: 75].

Интенциональный анализ, предложенный Почепцовым в книге "Основы прагматического описания предложения", имеет большое значение для развития многих лингвистических теорий, построенных на основе коммуникативного намерения. Многие из вопросов, выдвинутых автором (структура интенции, способы речеактового выражения намерения и т. п.), изучаются в лингвистике до сих пор. Определив речевое действие говорящего как этап на пути к достижению главной цели (в современной зарубежной лингвистике подобное отношение описывается как *subgoals - goal*), Почепцов выделяет общую интенцию говорящего и ее частные составляющие - исходную и конечную интенции. При этом интенция, как все *желания*, состоит из двух компонентов: факта наличия интенции у говорящего и объекта интенции (того, что составляет интенцию, то есть ее содержания), который сводится к тому, чтобы совершился определенный речевой акт. Соответственно выделяются акты конечной интенции и акты исходной интенции, которые включают в себя три типа: описание, побуждение и спрашивание [Почепцов 1986: 75]. Кроме того, Почепцовым подчеркивается тесная связь конечной интенции с языковыми единицами, в частности, с предложением (конечная интенция определяет некоторые из особенностей многих параметров предложения, которые в силу этого становятся *индикаторами* конечной интенции говорящего), что доказывает факт языковой релевантности интенции и делает феномен коммуникативного намерения несомненным объектом изучения лингвистической науки.

Вывод о том, что интенция говорящего может иметь определенные индикаторы в предложении, наряду с заключением Стросона о возможности говорящего находить языковые средства для выражения своей интенции [Стросон 1986: 141], является довольно важным для исследований,

посвященных способам выражения интенции в речи, в том числе и для нашего исследования.

Со времени появления первых теорий речевых интенций и интенционального анализа (этот момент можно приблизительно датировать 70ми-80ми годами XX века), лингвистика накопила достаточно большое количество различных фактов, касающихся проблемы интенциональности речевого поведения. В настоящее время исследования данного феномена в рамках естественного языка ведутся в двух основных направлениях: во-первых, изучаются виды номинаций речевых интенций в лексической системе языка; во-вторых, исследуются различные способы речеактового выражения интенциональных значений в совместной деятельности партнеров по общению. К настоящему моменту выявлены такие виды интенции, как:

а) *практические*, результатом которых становится реализация высказываний, порождающих практические действия коммуникантов (например, *обещать*) и *ментальные*, ведущие к определениям, доказательствам, размышлениям и т. п.;

б) *благоприятные* и *неблагоприятные* для адресата (например, *отказ* относится к неблагоприятным, а *согласие* - к благоприятным интенциям;

с) *репликообразующие* (выражающиеся в отдельном единичном высказывании) и *текстообразующие* (реализующиеся в дискурсе);

д) интенции с *большой степенью интенсивности* и интенции с *меньшей степенью интенсивности* (например, *клясться* имеет большую степень интенсивности, чем *обещать*);

е) *открытые* (реализующиеся в высказываниях с перформативным глаголом, прямо называющим интенцию) и *скрытые* (выражающиеся с помощью косвенных речевых актов).

[Формановская 2000: 215-217]

Кроме того, выделяют такие типы интенций, как *индивидуальные* (individual intentions), принадлежащие только говорящему, и *совместные*

(joint intentions), формирующиеся в результате взаимодействия партнеров в диалоге [Stone 2002 :5]. Такое разделение интенций основано на предположении некоторых ученых о том, что задачей слушающего и говорящего в процессе диалога является не простое распознавание интенций друг друга (в случае успешной коммуникации), но и их совместное *формирование* [Jaszczolt 1996 :703-722], таким образом пересматривается пассивная роль слушающего в формальной модели Говорящий - Слушающий.

Некоторые лингвисты выделяют "сильные" и "слабые" интенции, основываясь на степени "открытости" их выражения на семантическом уровне. При этом сильная форма интенции реализуется в ее эксплицитном выражении в речи, а слабая "читается" из ситуации [Jaszczolt 1999: 199-232].

Как можно заметить, учеными описаны многие свойства интенции. Однако, логично было бы предположить, что, в первую очередь, в прагматическом соотношении с определенными речевыми действиями (актами) интенции могут быть распределены в классы, этим действиям соответствующие, например: интенция информирования - информирование - (речевой акт информирования), интенция просьбы - просьба - (речевой акт просьбы), интенция обещания - обещание - речевой акт обещания и.т.п.

Принимая эту гипотезу, можно утверждать, что интенции могут распределяться в различные классы и подклассы по таким критериям, как:

- 1) *объект выражения;*
- 2) *способ выражения;*
- 3) *предполагаемый эффект* в результате выражения.

В таком случае, например, интенция, выраженная с помощью высказывания "*I promise that I will buy you an ice-cream*", будет интенцией обещания *по объекту* (или содержанию); открытой, репликообразующей, с меньшей степенью интенсивности (по сравнению, например, с "*to swear*") по способу выражения; практической и благоприятной по предполагаемому

эффекту и. т. д. В свою очередь, речевое намерение, выраженное посредством высказывания "*I will talk to your parents*", может в определенном коммуникативном контексте представлять собой намерение угрозы по объекту; скрытое, репликообразующее, неинтенсифицированное по способу выражения; ментальное (ведет к определенным размышлениям) и неблагоприятное по предполагаемому эффекту.

Как мы уже выяснили из работ Серля, Стросона и других ученых, занимающихся этой проблемой, интенция является сложным образованием и имеет иерархическую структуру. В настоящее время исследователями предпринимается немало попыток создать иерархическую модель-схему речевого намерения, так как выявление компонентов интенции и их связей между собой и соответствующими средствами вербального выражения на разных языковых уровнях поможет понять механизмы порождения (генерации) высказывания говорящим и распознавания коммуникативного намерения слушающим, а также выявить возможные лингвистические способы выражения каждой конкретной речевой интенции.

Однако, имея сложную иерархическую структуру, состоящую из нескольких компонентов, речевая интенция сама является важным компонентом в структуре вербальной коммуникации. Известно, что ни одна теория коммуникации не может обойтись без создания модели коммуникативной ситуации. Попробуем создать подобную модель на основе теории, которая, по нашему мнению, наиболее полно отражает свойства и функции интенции в деятельности человека.

Теория планирования (Planning Theory), появившаяся в 1987 году с публикацией книги М. Братмана "Интенция, планы и практическое мышление" [Bratman 1987], дала ответы на многие вопросы, касающиеся природы и роли интенции в деятельности человека, ответы на которые долгое время не могли найти философы. Хотя данная теория описывает интенцию в рамках деятельности человека вообще (а не только речевой

деятельности), мы считаем, что многие из положений данной теории могут быть применимы для изучения непосредственно коммуникативной интенции. Проанализируем основные моменты данной теории.

По Братману, человек является "планирующей личностью" (planning agent). Планирование делает человека способным организовывать свои действия во времени и координировать эти действия с другими людьми, которые также являются планирующими личностями (другими словами, планирование имеет временные и социальные параметры). Планы имеют иерархическую структуру, элементами которой являются *интенции*: реализуя одну за другой каждую из этих интенций, человек выполняет запланированное, достигая / не достигая при этом определенного результата. Рассчитав способы реализации каждой интенции в запланированной схеме действий, человек соотносит эти способы со своими *желаниями* и *убеждениями* (*desires and beliefs*), которые в данном случае, согласно Братману, выполняют роль своеобразного "фильтра допустимости" (*admissibility filter*) [Bratman 1987: 33]. При этом собственно интенция, как элемент модели планирования, наделяется следующими характеристиками, выделяющими ее среди других ментальных состояний, таких как желания, эмоции, убеждения и т. п.:

1) интенция имеет свойство *стабильности* (будучи однажды сформированной и "рационально осмысленной", интенция не исчезает до момента ее реализации);

2) интенция является одновременно *причиной* и *результатом* практического осмысления (каждая интенция в пошаговом выполнении плана, достигнув стабильности и будучи реализованной, является стимулом для порождения новой интенции);

3) интенция выполняет своеобразную функцию "контроля поведения" [цит. по Taillard 2001: 193].

Итак, как мы видим, особенностью данной теории является определение интенций как особых состояний сознания, порождаемых практическим осмыслением и стоящих отдельно от других ментальных состояний. (Точки зрения о разной природе *интенций* и других ментальных состояний, к которым можно отнести *эмоции* и *желания*, придерживаются и некоторые другие исследователи. Х. Ёйм, например, считает, что намерение совершить какое-либо действие может возникать только в результате соответствующего решения и не может возникать само собой, как возникают желания и эмоции [Ёйм 1978: 25].) Соединив идеи двух философских направлений - волиционизма (действие есть результат "примитивной" воли [Lowe 2000: 252], суть которой можно представить в виде утверждения "*I will that I perform this action*" - *Я хочу совершить это действие* [Grice 1975: 277]) и теории Дональда Дэвидсона о порождении действия в результате особого состояния сознания (комбинации желаний, убеждений и различных социальных и иных конвенций [Davidson 1980: 87]), Братман вводит для описания интенции новое понятие "обязательства" (*commitment*), под которым подразумевается приведение действий планирующей личности в процессе реализации интенции в соответствие с ограничениями, вызванными такими регуляторами человеческого поведения, как привычки, нормы, черты характера и т. п. Таким образом, Братман утверждает, что одного лишь намерения совершить действие недостаточно для того, чтобы это действие свершилось: сформировав определенную интенцию, планирующая личность должна "связать себя обязательством" совершить данное действие, то есть реализовать интенцию. Таким образом, обязательство совершить действие (*commitment*) является промежуточным звеном между интенцией и самим действием.

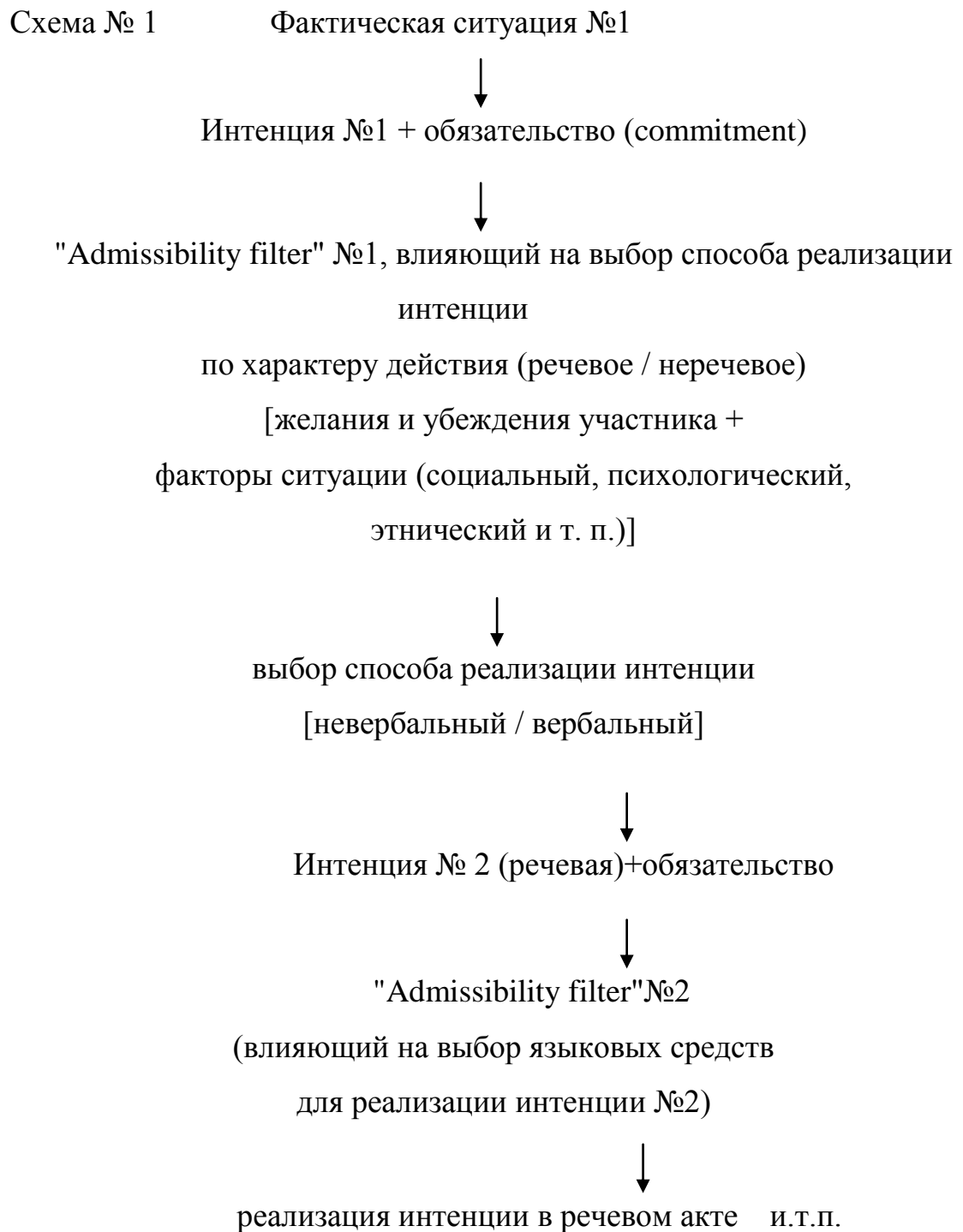
Следует отметить, что некоторые положения теории Братмана о человеке как планирующей личности довольно часто используются в современных исследованиях по интенциональности речи. Мэтью Стоун (*State*

*University of New Jersey*), например, изучая коммуникативную интенцию в процессе диалога, определил ее как "план, которого придерживается личность" в процессе общения [Stone 2002: 5]. При этом он разграничивает "простые" планы, требующие лишь исполнения несложных физических действий (например, нажать кнопку или выключить свет) и "сложные" планы, требующие своего выражения в речи (интенция обещания, приглашения, обвинения, спрашивания и т. п.) [Stone 2002: 4-16]. Планированию речевых действий посвящены также многие работы М. Е. Поллака и Дж. Ф. Хорти [Pollack 1992:43-68; Pollack, Horthy 1999: 71-84].

Попробуем применить идею планирования для построения абстрактной модели речевого общения с участием коммуникативной интенции.

Разумеется, интенции не берутся "из ниоткуда". Возникновению каждого конкретного намерения (и речевого в том числе) предшествует определенный отрезок объективной действительности (назовем его "фактической ситуацией") с определенным набором временных, локальных, социальных, психологических и т.п. параметров (факторов), способных повлиять на порождение интенции и на выбор способа ее реализации. Как правило, собственно речевому намерению предшествует *решение* участника фактической ситуации изменить данную ситуацию в лучшую для себя сторону, если в существующей фактической ситуации его что-либо не устраивает. Для достижения желаемого изменения участник ситуации под влиянием определенных факторов, действующих как *admissibility filter*, может выбрать один из двух способов - *невербальный* (не предполагает выполнения речевых действий) или *вербальный* (выражение намерения с помощью соответствующего вербального акта). В случае выбора второго варианта у участника формируется собственно речевая интенция, то есть намерение выразить существующее желание с помощью языковых средств. Пройдя через соответствующий *admissibility filter*, данное намерение

реализуется в *речевом акте*. Схематично данная модель действий участника представляется нам следующим образом:



Хотя представленная нами на данном этапе схема имеет довольно упрощенный и обобщенный характер, мы считаем, что теория пошагового планирования, в применении к говорящему как продуценту речевого



действия, во многом объясняет механизм вербального оформления речевых намерений. Так как нас в нашем исследовании интересует в большей степени именно речевая интенция, то объектом нашего внимания становится отрезок планирования действий, начинающийся с возникновения речевой интенции и заканчивающийся "оформлением" этой интенции в вербальном акте. Мы склонны предполагать, что данный отрезок имеет гораздо более сложную интенциональную структуру и для того, чтобы доказать это, нам нужно рассмотреть еще одну теорию, непосредственно связанную со структурой речевой интенции, а именно *Теорию Релевантности (Relevance Theory)* Д. Уилсон и Д. Спербера.

В центре теории релевантности [Sperber, Wilson 1986; Sperber 2000; Sperber 1982; Wilson 1994; Wilson 1998] находится иерархическая интенциональная модель коммуникации, состоящая из двух уровней: информативной интенции (*informative intention*) и коммуникативной интенции (*communicative intention*). Сам процесс вербальной коммуникации рассматривается Уилсон и Спербером не просто как процесс кодирования и декодирования информации (в котором условием успешности коммуникации является условие владения (в равной степени) кодом обоих участников), а как процесс правильной интерпретации интенции говорящего на уровне мета-репрезентаций при условии релевантности информации [Sperber 1994], так как, по мнению создателей теории, "если поведение, которое мы наблюдаем, может быть интерпретировано одновременно с физической и интенциональной стороны, мы будем склонны именно ко второй интерпретации" [Sperber 1994: 187]. Характерной положительной чертой Теории Релевантности является двустороннее рассмотрение процесса вербальной коммуникации в системе Говорящий - Слушающий как процесса взаимодействия интенций [Roberts 1991; Sadock 1986]. Иными словами, в данной теории рассматриваются не только механизмы порождения и

реализации интенции, но и механизмы ее распознавания (интерпретации). Для нашего исследования важны следующие положения Уилсон и Спербера:

а) Практически любое высказывание в условиях вербального взаимодействия дает слушающему *начальную посылку* (initial premise) и *цель* (goal), при этом посылкой является понимание того, что *определенный говорящий произнес определенное высказывание*, а целью - *понимание того, что этот говорящий имел в виду*, произнося данное высказывание. При этом процесс интерпретации раскладывается следующим образом:

Говорящий (S): *Поздно.*

Слушающий (H): [ 1. S сообщает: *Поздно.*

2. S имеет в виду: *Время идти домой*]

(пример Д. Спербера [Sperber 1994: 181])

В данном случае посылка 1 (*сообщает*) является мета-репрезентацией первого порядка (first-order meta-representation) по отношению к посылке 2 (*имеет в виду*) - мета-репрезентации более высокого порядка [Sperber 2000: 117-137]. При этом главная задача слушающего понять, что говорящий не просто имеет убеждение (*belief*) в том, что "*Время идти домой*", но имеет интенцию заставить слушающего иметь убеждение в том, что "*Время идти домой*". Логичным будет предположить, что, распознав интенцию говорящего и соотнеся ее с со своими собственными интенциями (и "admissibility filter", если использовать терминологию Братмана), слушающий будет действовать в соответствии с собственной фактической ситуацией.

б) Говорящий в процессе коммуникации может реализовать несколько интенций. Как уже отмечалось нами ранее, интенциональность речевого поведения, согласно Теории Релевантности, подразумевает наличие по крайней мере двух из них: информативной интенции и коммуникативной интенции. Информативной интенцией является ментальное представление говорящим такого положения дел, при котором некоторая информация становится доступной сознанию слушающего в результате высказывания

говорящего [Sperber 1994: 182]. Простые информативные интенции являются мета-репрезентациями первого порядка, например:

*S: Н должен иметь убеждение, что пора идти домой.*

Чтобы реализовать информативную интенцию, говорящий должен сформировать коммуникативную интенцию, то есть интенцию "дать знать" слушающему, что говорящий имеет информативную интенцию. До тех пор, пока слушающий не осознает тот факт, что говорящий имеет информативную интенцию, коммуникация не может считаться успешной. Этот факт доказывает иерархический характер интенции.

с) Важным моментом данной теории является идея "приписывания" или атрибуции (*attributing*) предполагаемых релевантных интенций слушающим говорящему в процессе общения. Эта мысль встречается во многих работах, посвященных изучению интенции [Malle, Knobe 1998: 101-112; Pollack 1997: 77-103]. Показательным в этом смысле является следующий пример Р. Карстона, предложенный им в работе, посвященной исследованию некоторых семантических и лингвопрагматических явлений с точки зрения теории релевантности:

а) Представьте, что вы наблюдаете за двумя людьми, один из которых спускается вниз головой в яму в земле. Другой в это время придерживает его за ноги. Любой очевидец этого события припишет первому человеку *убеждение*, что в яме находится какой-то предмет, который стоит достать, и *интенцию* достать этот предмет. Второму же человеку можно приписать *убеждение*, что первый человек может упасть и *интенцию* не допустить падения. Приблизительно таким же образом происходит речевое общение: слушающий (*H*) "приписывает" (*attributes*) предполагаемую интенцию говорящему (*S*) [Carston 1999: 16], то есть слушающий распознает не собственно лингвистическое значение высказывания, а то значение, которое подразумевает говорящий [Sperber 1982: 83].

Логично предположить, что говорящий, в свою очередь, должен и может позаботиться о том, чтобы слушающий приписал ему "*правильную*" коммуникативную интенцию, то есть ту интенцию, которую говорящий *хочет*, чтобы слушающий распознал. Таким образом, главный вопрос, который волнует говорящего в процессе передачи своей интенции вербальным способом, - это то, как сделать ее "распознаваемой" для слушающего (многие ученые со времен появления теории речевых актов согласны в том, что реализация интенции говорящего состоит в ее распознавании аудиторией [Bach 1987: 141-154; Grice 1989: 86-116]), т. е. на языковом уровне говорящий должен подобрать такие средства выражения своей коммуникативной интенции, которые помогут слушающему ее распознать. Теоретически выбор таких средств существует всегда - это доказывает принцип выразимости Дж. Серля, согласно которому для каждого коммуникативного намерения существует набор языковых единиц, являющихся точной формулировкой данного намерения. Мы склонны утверждать, что в процессе общения говорящий в рамках одной речевой интенции формирует несколько сопутствующих интенций, каждая из которых имеет способы выражения на языковом уровне. Набор интенций говорящего, представленный в Теории Релевантности, не кажется нам достаточно полным, хотя сама модель передачи интенции может быть использована нами для выявления тех интенций, которые имеют потенциальную возможность быть оформленными вербально, то есть с помощью средств языка.

Представим приблизительную иерархию интенций со стороны говорящего следующим образом (наша модель является абстрактной, поэтому в процессе реальной коммуникации некоторые из этапов могут быть опущены):

- 1) Как мы уже выяснили ранее, отправной точкой коммуникации является существующая фактическая ситуация. Предположим, что заданная

фактическая ситуация является центром внимания ее участников: потенциального говорящего и потенциального слушающего (т.е. имеет свойство релевантности), которые могут описать ее средствами языка, то есть *констатировать факт*. В данном случае мы берем ситуацию, когда оба участника обладают информацией в одинаковом объеме, хотя может существовать три варианта ситуации:

а) факт известен и говорящему, и слушающему (обоим участникам ситуации);

б) факт известен говорящему;

с) факт известен слушающему.

2) Каждый из участников имеет свое субъективное отношение к факту, и *намерение* по отношению к этому *факту*, причем данное намерение может быть выражено вербально (с помощью средств языка).

3) Один из участников имеет *намерение* сообщить о своем *намерении* по отношению к *факту* другому участнику. В данном случае, как мы считаем, может иметь место феномен, который мы предлагаем назвать "аттракцией" (от англ. *attraction* - привлечение). Привлечение внимания потенциального слушающего может происходить невербально (с помощью "приглашающего" жеста - кивка головой, взмаха рукой, пристального взгляда, улыбки) или вербально. Средствами вербальной аттракции в английском языке могут служить:

- обращения ("*Mister!*", "*Young lady!*" и многие другие);
- глаголы в повелительном наклонении ("*Listen!*");
- некоторые междометия, относящиеся к сфере этикета [Мамушкина 2003: 9] ("*halloo!*", "*hullo!*", "*hey!*", "*hi!*", "*heigh!*");
- приветственные вводные фразы, соответствующие ситуации общения ("*It's great to be here in the north east - in front of people who have been there for this party through thick and thin.*")

Выбрав вербальный способ выражения *намерения* по отношению к *факту*, говорящий формирует несколько промежуточных интенций лингвистического и прагматического свойства:

- *интенцию* правильно оформить высказывание с *фонетической* точки зрения (правильно произнести);
- *интенцию* правильно оформить высказывание с *грамматической* точки зрения (правильно связать слова в высказывании);
- *интенцию* правильно оформить высказывание с *семантической* точки зрения (если говорящему нужно выразить интенцию обещания на английском языке в эксплицитной форме, он вряд ли будет использовать глагол "to eat" или глагол "to listen" вместо глагола "to promise" или "to swear");
- *интенцию* правильно оформить высказывание с точки зрения *жанра и регистра* (обговаривая условия контракта с иностранным партнером, компетентный говорящий предпочтет глагол "to guarantee" таким глаголам, как "to vow" или "to swear").

Здесь стоит отметить, что некоторые ученые выделяют особый аспект речевого действия, который представляет собой выбор говорящим оптимальных языковых средств достижения поставленной цели. Этот аспект называется *аллокутивным* [Haverkate 1979: 11]. Таким образом можно рассматривать все вышеперечисленные промежуточные интенции как компоненты одной аллокутивной интенции.

4) И, наконец, говорящий имеет *намерение* убедить слушающего в искренности своего *намерения* по отношению к *факту* (для этого он будет использовать различные языковые средства для экспликации и интенсификации вербального выражения намерения по отношению к факту). Интенцию убеждения в искренности намерения мы предлагаем назвать *персуазивной* (от англ. *persuade* - "убеждать").

Таким образом, наша предыдущая модель может быть расширена с помощью включения следующих этапов (см. Схему № 2)



При этом мы считаем, что логичным было бы назвать участок коммуникации, представленный первой моделью, "макропланированием", а второй участок, включенный в первый и представленный второй моделью, -

"микрoпланированием". Для лучшего понимания действия созданной нами модели дадим обобщенный интен-анализ следующих высказываний:

a) *I heartily promise I will do that again.*

1) факт: *I will do that again* (информативная интенция);

2) намерение по отношению к факту: *обещание* (собственно коммуникативная интенция)

*I promise*

3) убеждение в искренности намерения: интенсификатор *heartily* (персуазивная интенция)

*I heartily promise I will do that again.*

b) *I do declare he was not there.*

1) факт: *he was not there* (информативная интенция);

2) намерение по отношению к факту: *утверждение, заявление* (собственно коммуникативная интенция)

*I declare*

3) убеждение в искренности намерения: интенсификатор *do* (персуазивная интенция)

Т. е. в рамках реализации отдельных речевых интенций, объектами которых являются *обещание* и *заявление*, говорящий реализует три *основные* интенции (*информативная, собственно коммуникативная и персуазивная*) и так называемую *аллокутивную* интенцию, включающую в себя несколько *промежуточных намерений* (намерение правильно оформить свое высказывание с точки зрения норм произношения, грамматики, жанра и т.п.)

Подобно многим исследователям данной проблемы, мы считаем аксиомой тот факт, что речевое намерение выражается говорящим с помощью соответствующего речевого акта (или группы речевых актов), поэтому мы считаем необходимым рассмотреть основные положения теории речевых актов.



## 2.2 Речевой акт как средство выражения интенции продуцента

Изучение языка *in actu*, когда язык рассматривается не как некая статическая система, не выполняющая каких бы то ни было функций, а как один из важнейших инструментов, которые Homo Sapiens использует в своей повседневной деятельности, является одной из важнейших задач современной лингвистической науки. Как известно, "всякая деятельность имеет целесообразный характер, направлена на достижение определенного результата и связана с движением к некоторой цели" [Демин 1984: 2]. Речевая деятельность - не исключение: в основе речевой деятельности лежат определенные *мотивы* и она неизменно направлена на достижение каких-либо *целей* [Почепцов 1986: 3]. Сама по себе идея изучения языка в действии далеко не нова. Она высказывалась различными учеными в разное время. Еще в рамках классической риторики были впервые предприняты попытки описать технологию речевой деятельности. Основой для подобных описаний служили представления риторики о том, как порождается и передается речевое сообщение (в условиях публичной речи), каковы основные способы убеждения, формы воздействия (преимущественно языкового) на аудиторию, оказываемого с учетом особенностей последней и в целях получения желаемого (с точки зрения говорящего) результата, обозначаемого в классической риторике как *persuasio* (убеждение, греч. *peitho*). Средства достижения этого результата - в самом общем виде - были описаны как три основных понятия, составляющих риторический канон: 1) логос (греч. *logos*) - с ним были соотнесены логические, интеллектуальные средства убеждения; 2) патос, или пафос (греч. *pathos*) - с ним были соотнесены средства эмоционального, чувственного убеждения; 3) этос (греч. *ethos*) - с ним были соотнесены средства убеждения, основанные на этических качествах говорящего, его "добродетелях" [Львов 2002: 11].

Рассматривая механизм коммуникации, классическая риторика выделяла пять последовательных этапов или шагов, которые совершает говорящий: *инвенция* (изобретение, подготовка содержания речи); *диспозиция* или *композиция* (расположение или развертывание, связанное с речевым жанром); *элокуция* и *орнамента* (выражение и украшение); *мемория* (запоминание); *акция* (произнесение, говорение как действие) [Львов 2002: 9].

И все же, несмотря на то, что речевая деятельность является объектом внимания ученых еще со времен античности, удовлетворительного объяснения и описания механизмов речевой коммуникации пока не существует. На протяжении долгого времени эта проблема решалась в рамках нескольких отдельных отраслей научного знания (философия, логика, культурология, социология, филология, психология), которые, исследуя феномен речевой коммуникации, демонстрировали при этом определенную ограниченность, выделяя в качестве объектов изучения либо только внеязыковые факты (человеческое сознание, окружающий мир, психологические и социальные особенности аудитории, ее этнические характеристики и т. д.), либо факты лингвистические (особенности использования языковых элементов, особенности речевой деятельности, свойственные той или иной языковой общности). Однако исследования, начатые позднее на стыке этих научных дисциплин, помогли преодолеть эту вынужденную односторонность, так как появившиеся новые научные направления (социолингвистика, психолингвистика, *лингвистическая прагматика*, *теория речевых актов*, этнопсихолингвистика), объединяя факты лингвистической и экстралингвистической реальности, сделали участников коммуникации и саму речевую ситуацию одновременным и общим объектом изучения.

Лингвопрагматика - довольно молодая область лингвистического знания. Термин "прагматика" (от греч. *πράξις* - "действие, дело") был введен

в научный обиход Ч. Моррисом, который разделил семиотику на семантику - учение об отношении знаков к объектам действительности, синтактику - учение об отношениях между знаками, и прагматику - учение об отношении знаков к тем, кто пользуется знаковыми системами. Прагматика, таким образом, изучает поведение знаков в реальных процессах коммуникации [Арутюнова 1985: 3-43].

В русле лингвистической прагматики (в фокусе языкового исследования которой оказываются отношения между языковыми единицами и теми, кто их использует, а также условия реализации языковых единиц [Почепцов 1981: 268]), развивается теория речевых актов, ядро которой составляют идеи, изложенные логиками Остином, Серлем и Стросоном.

В традиционной теории речевых актов принято считать, что, опубликовав в 1962 году книгу "Слово как действие" ("How to do things with words"), логик Дж. Остин впервые привлек внимание к тому, что произнесение высказывания может представлять собой не только сообщение информации, но и совершение многих других действий [Остин 1986]. Это означает, что в процессе общения люди не просто строят предложения, а используют эти предложения для совершения таких действий, как информирование, просьба, совет, вопрос, приказание, предупреждение, обещание, выражение благодарности и т.п. Все это - *речевые акты*. [Падучева 2002: 19]. Однако следует отметить, что первые попытки представить высказывания в виде действий как таковых появились гораздо раньше.

Впервые логический подход к предложению Аристотеля ("Каждое предложение имеет свою значимость [...], но не все предложения являются суждениями, а только те из них, которые содержат правду или ложь [...], остальные же принадлежат к области изучения риторики и поэтики" [Aristotle: <http://classics.mit.edu/Aristotle/interpretation.html>]) был подвергнут

критике со стороны философа Томаса Рейда, который утверждал, что "перечислить и проанализировать другие виды предложений (а не только суждения или "пропозиции" - прим. авт.) значит положить начало истинной теории языка" [Reid 1998:72]. В своих работах Рейд разграничивает *социальные* (social acts) и *единичные* (solitary acts) акты. При этом единичные акты (суждения, желания, обдумывания и т. п.) противопоставляются социальным актам (обещаниям, командам и т. п.) на том основании, что для единичных актов "не существенно, будут ли они выражены, и не существенно, будет ли при их выражении присутствовать другая разумная личность, кроме человека, осуществляющего данные акты" [Reid 1969: 71]. Социальные акты, в свою очередь, Рейд определяет как направленные на другого человека акты, чье языковое выражение имеет смысл при условии "ясности" подобной направленности. Так, например, при акте обещания то, что обещано "должно быть понято обеими сторонами" [Reid 1969: 453], а само обещание рассматривается как акт, отличный от простого "проявления желания, позволения или намерения, которые могут быть, а могут не быть выраженными" [Reid 1969: 61]. Своей теорией Рейд во многом предвосхитил появление современной теории речевых актов, однако, как справедливо отмечает Б. Смит, Рейду не удалось обнаружить и обосновать существования связи между *высказыванием* и *намерением*, скрытом в высказывании [Smith 1990: 30].

Первая достаточно систематическая теория, объясняющая феномен актов обещания, спрашивания, обвинения, приказания, приглашения и т. п. принадлежит философу - феноменологу из Мюнхена Адольфу Райнаху (Adolf Reinach), который также, как и Рейд (хотя и совершенно независимо от него), использовал понятие "социальных актов" для объяснения вышеперечисленных явлений. В теории социальных актов Райнаха сочетались идеи логики, онтологии, психологии и теории языка Гуссерля. Одной из особенностей данной теории стало выделение из общего числа

актов речевых действий, которые получили название "самопроизвольных" (*spontaneous acts*), т. е. происходящих без какого-либо внешнего воздействия или вмешательства и формирующихся самостоятельно в психической сфере агента действия (по сравнению с "пассивным опытом", вызванным, "например, чувством боли или звуком взрыва" [Reinach 1983: 18]). Кроме того Райнахом были выделены "акты, направленные на себя" (*self-directed acts*) и "акты, направленные на другого" (*other directed acts*). "Акты, направленные на себя" включают в себя акты, в которых объект действия одновременно является его субъектом (как, например, в случае с *самовосхвалением* или *самообвинением*). Соответственно, в "актах, направленных на другого" объектом действия становится кто-то помимо совершающего данное действие.

К теории речевых актов Джона Остина Райнаха окончательно приблизило определение социальных актов как актов мышления, которые не просто находят свое выражение в словах, но чье выражение словами в акте говорения и является их совершением [Reinach 1983: 36].

Несмотря на то, что некоторые моменты в теории социальных актов Райнаха во многом схожи с положениями Остина, именно Остин считается основателем теории речевых актов, так как ему удалось вывести феномен речевых действий за рамки интересов философии и, применив лингвистические способы изучения предложений, создать достаточно глубокую философско-лингвистическую концепцию (тогда как выводы Райнаха расцениваются многими учеными как "отрывочные и не имеющие глубины подхода к феномену речевого акта" [Smith 1990: 36]).

Основным фактором, положившим начало собственно лингвистической теории о речевых актах, стало обнаруженное Дж. Остином существование особых предложений, которые он предложил назвать *перформативными* (от англ. *perform* - "делать, совершать"). Главной особенностью подобных предложений (*I name this ship the "Queen Elizabeth"*.

- *Нарекаю это судно "Королева Елизавета".* или *I bet you sixpence it will rain tomorrow.* - *Держу пари на шесть пенсов, что завтра будет дождь.* - примеры Дж. Остина [Остин 1986: 26]) является то, что их "высказывание не является *описанием* того, как было бы квалифицировано действие говорящего в результате произнесения высказывания, или *утверждением*, что говорящий совершает данный акт: произнесение высказывания и есть осуществление действия" [Остин 1986: 27]. Таким образом, перформативные предложения можно определить как предложения, повествовательные по своей структуре, но обладающие тем особым свойством, что высказывание, в составе которого они употреблены, не описывает соответствующее действие, а равносильно самому осуществлению этого действия [Падучева 2002:19]. Сущность явления перформативных предложений хорошо описана Э. Бенвенистом: "Высказывание *Я клянусь* есть сам акт принятия на себя обязательства, а не описание выполняемого мною акта... Различие окажется заметным, если заменить *Я клянусь* на *Он клянется*. В то время как *Я клянусь* является обязательством, *Он клянется* - всего лишь описание, того же рода, что и *Он бежит, Он курит*" [Бенвенист 1974: 299].

По Остину, условиями эквивалентности высказывания действию является наличие в нем глагола в первом лице единственного числа действительного залога настоящего времени изъявительного наклонения (этим условиям должен отвечать каждый классический перформатив) [Остин 1986: 47]. Однако, как отмечает в одной из своих работ К. Бах, для некоторых перформативных высказываний может быть характерным употребление глагола в первом лице множественного числа действительного залога, если говорящий совершает речевое действие от лица группы, а также использование глаголов во втором лице пассивного залога ("*You are commanded*"...) [Bach 1975: 235].

В отличие от утверждений, перформативные предложения не могут являться истинными или ложными, то есть не могут иметь истинностного

значения (иными словами, перформативные высказывания обладают свойством "прагматической самоверифицируемости" [Karttunen 1974: 186]).

Кроме свойства *самоверифицируемости* перформативные высказывания обладают еще рядом дополнительных свойств, которые отличают их от убеждений, а именно:

а) перформативы, как и все действия, обладают свойством *успешности* / *неуспешности*, причем успешность совершения того или иного речевого действия определяется рядом условий.

б) для перформативов характерно свойство *эгоцентричности*, то есть зависимости от акта высказывания [Рассел 1957: 110];

в) перформативы имеют свойство эксплицитности / имплицитности. Эксплицитными (явными) являются перформативные предложения, содержащие глагол (или выражение), обозначающее совершаемое действие. Таким образом, перформативные высказывания полностью "раскрывают" иллокутивную силу высказывания [Schiffer 1972: 109]. Соответственно, имплицитными перформативами можно назвать перформативные предложения, которые не содержат подобного выражения (или глагола) [Остин 1986: 43].

Необходимо отметить, однако, что существует и прямо противоположная точка зрения на природу перформативов, так как некоторыми исследователями речевых актов утверждается тот факт, что перформативные предложения одновременно являются и утверждениями. Кент Бах, например, считает, что произнося предложение, содержащее перформативную формулу, говорящий тем самым "утверждает" совершение речевого действия (обещания, просьбы, приказания и т. п.) В статье "Перформативы также являются утверждениями" он приводит следующий пример: "Я могу эксплицитно выразить мою благодарность по отношению к какому-либо человеку, похвалив его ("*Вы так добры*"), сказав ("*Вам не нужно было этого делать*"), или оказав ему ответную услугу. Но разве само

использование перформативной формулы не является утверждением того, что я делаю, как в случае с произнесением "Я благодарю Вас"? [...] Таким образом, почему высказывание "Я благодарю Вас" не может быть одновременно и выражением благодарности, и утверждением того, что я ее выражаю? [Vach 1975: 232]. При этом, как отмечает исследователь, выражение благодарности может расцениваться как первичная интенция, но ее выполнение обеспечивается вторичной интенцией говорящего сделать ее эксплицитной с помощью ее утверждения через перформативную формулу.

Подобной точки зрения придерживается и Э. Леммон, приводя в доказательство тот факт, что добавляя к перформативной формуле слово "hereby" (*настоящим, сим* обещаю, заявляю и т. п. - Остин считал, что прибавление данного наречия к глаголу подтверждает совершение действия с помощью высказывания [Остин 1986: 60]), говорящий эксплицирует не только иллокутивную силу своего высказывания, но и способ ее передачи, то есть само высказывание как таковое. Это означает, что высказывание типа "*I hereby promise you...*" (*Настоящим обещаю тебе...*) можно интерпретировать как "*In uttering this sentence, I promise you...*" (*Произнося это предложение, я обещаю тебе*), что доказывает двойственный характер перформативов [Lemmon 1986: 86-89].

В то же время представители генеративного направления в лингвистике придерживаются той точки зрения, что утверждения, в свою очередь, также можно представить в форме перформативов, то есть утверждения являются перформативными высказываниями. Так, согласно Дж. Россу, любое повествовательное предложение может быть представлено как содержащее перформативный глагол, который может появляться или не появляться в поверхностной форме предложения, причем роль подлежащего при этом глаголе выполняется местоимением "я", а роль косвенного дополнения - местоимением "ты". Этот перформативный глагол может быть охарактеризован с помощью следующего набора признаков: + Глагол, +



Перформативный, + Общение, + Языковой, + Повествовательный [Ross 1970: 222-272]. Эту же мысль разделяет Дж. Лакофф, утверждая, что "даже утверждения должны быть представлены в логической форме с помощью перформативного глагола, означающего нечто вроде *говорить* или *утверждать*" [Lakoff 1970: 166]. Точка зрения Росса была впоследствии по-новому сформулирована Дж. МакКоли, который полагает, что любое повествовательное предложение (утверждение) можно перефразировать с помощью структуры, в которой вершинный глагол выражает иллокутивный акт, осуществляемый говорящим при произнесении этого предложения (например: "Я заявляю тебе, что..." или "Я обещаю тебе, что...") [McCawley 1968: 124-169], при этом опущенные перформативы Росса определяются МакКоли не просто как абстрактные пучки признаков, а как реальные лексемы, такие, как *tell* ("сообщить") и *ask* ("спрашивать") [McCawley 1970: 157].

По мнению П. Сюрена, в глубинной структуре каждого предложения должен присутствовать один перформатив, обнаруживающий коммуникативную целенаправленность высказывания. [Seuren 1970: 139].

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что перформативы действительно имеют двойственную природу: с одной стороны, эксплицитное перформативное высказывание (то есть высказывание, содержащее перформативную формулу с глаголом в первом лице настоящего времени индикатива), будучи действием, в то же самое время является утверждением (что убедительно доказывают некоторые исследователи); с другой стороны, практически к любому утвердительному высказыванию можно добавить перформатив, называющий силу данного высказывания (высказывание с опущенной перформативной формулой можно считать имплицитным перформативом). Логично предположить, что "восстановление" перформатива, опущенного говорящим, "диктуется" фактической ситуацией, а сам процесс восстановления перформативной

формулы слушающим в процессе речевого взаимодействия можно отождествить с процессом приписывания (атрибуции) собственно коммуникативной интенции говорящему.

Перформативные предложения, вернее, перформативные формулы (классический вариант *Я + перформативный глагол*) можно отнести к основным средствам экспликации интенции, а использование перформативных формул в составе высказывания - к основным *способам выражения интенции* (в том числе и интенции обещания) в процессе речевого взаимодействия.

Как бы то ни было, именно открытие перформативных предложений привело Остина к определению речевого акта и его структуры.

Остин выделяет три аспекта анализа речевого акта: локуцию, иллокуцию и перлокуцию, при этом собственно акт говорения определяется им как "локутивный" (от лат. *locutio* - "говорение") акт, состоящий в свою очередь из фонетического, фатического и ретического актов речи. Фонетический акт представляет собой акт "произнесения звуков в процессе говорения; фатический акт - это произнесение определенных вокабул, или слов, то есть определенных типов звукосочетаний, принадлежащих определенному словарю, соответствующих определенной грамматике и выступающих именно в этом качестве; ретическим актом называется осуществление акта использования этих вокабул с некоторым более или менее определенным смыслом и референцией" [Остин 1986: 84].

В течение долгого времени лингвистическая наука занималась изучением именно локутивных актов речи. Рассматривая высказывания безотносительно к той коммуникативной ситуации, в которой они были употреблены, фонетика описывала их звуковую сторону, лексикология - их словарный состав, синтаксис - правила соединения слов в предложении, семантика занималась интерпретацией предложения, сводя ее к

объективному, т.е. лишенному истинностной оценки, содержанию выражаемого предложением суждения, или, иначе говоря, пропозиции.

Однако человек говорит не ради самого процесса говорения и даже не ради того, чтобы назвать в предложении определенные объекты и приписать им какие-либо свойства, отражая тем самым некоторое положение дел в мире. В процессе говорения человек совершает определенное речевое действие: он спрашивает, информирует, обвиняет, обещает, приказывает, советует, утверждает и т. п., то есть преследует определенную внеязыковую цель. Акт речи, рассматриваемый с точки зрения его внеязыковой цели или *силы*, Остин назвал *иллокутивным* (от лат *in locutio* - "в процессе говорения"), а учение о подобных актах - учением об "иллокутивных силах" [Остин 1986:87]. Стоит отметить, что именно понятие иллокутивного акта является базовым понятием теории речевых актов, так как до появления учения Остина феномен иллокуции не был известен ни традиционной лингвистике, ни классической риторике. Понятие иллокутивного акта является важным и для нашего исследования, так как иллокутивный акт представляет собой не что иное, как *реализацию коммуникативной интенции* говорящего.

Совершая локутивный и иллокутивный акты речи, говорящий оказывает определенное воздействие на чувства, мысли или действия аудитории, причем этот эффект может быть намеренным и целенаправленным (говорящий может привести аудиторию в замешательство, напугать, обрадовать, оскорбить, побудить к какому-либо действию и т. п.). Речевой акт, рассматриваемый в аспекте его реальных последствий, Остин назвал *перлокутивным* (от лат. *per locutio* - "посредством говорения") [Остин 1986: 88]. Перлокутивный аспект намерения говорящего не является собственно речевым. По мнению Е.В. Падучевой, критерием различения иллокутивного и перлокутивного уровней речевого акта является то, что содержание речевого акта может быть вербально эксплицировано с помощью соответствующего перформативного глагола (например, можно

сказать "Я обещаю тебе, что..." , и этим совершить акт обещания); тогда как для перлокутивного аспекта намерения говорящего подобный перформативный глагол подобрать невозможно (например, высказывания "Я угрожаю тебе..." или "Я оскорбляю тебя..." не являются актами угрозы и оскорбления) [Падучева 2002: 23-24].

Работы Остина, касающиеся речевого акта, привлекли внимание философов и лингвистов к изучению конкретных целей речевого общения и феномена коммуникативной интенции, что особенно отчетливо проявилось в модели речевого акта, предложенной одним из последователей Остина, американским логиком Джоном Серлем.

Как утверждает Серль, процесс говорения представляет собой не что иное, как подчиненную особым правилам форму интенционального (т.е. сознательного и целенаправленного) поведения. При этом исследователем разграничиваются два типа правил, которыми руководствуется человек в различных видах деятельности (в том числе и речевой): *регулятивные* (то есть правила, "регулирующие деятельность, существовавшую до них, - деятельность, существование которой независимо от существования правил") и *конститутивные* ("создающие деятельность, существование которой логически зависимо от этих правил", например, правила любой игры имеют конститутивный характер). Помимо регулятивных и конститутивных правил Серлем упоминаются также "*правила общения*" (social rules), но он не отводит им решающей роли в экспликации семантики языка. Собственно же гипотеза Серля состоит в том, "что семантику языка можно рассматривать как ряд систем конститутивных правил и что иллокутивные акты суть акты, совершаемые в соответствии с этими наборами конститутивных правил" [Серль 1986: 151-155]. При этом каждый тип иллокутивного акта характеризуется определенными условиями, выполнение которых необходимо для успешного осуществления иллокутивного акта данного типа. Таких условий Серлем было выделено несколько: условие

пропозиционального содержания, предварительные условия (*preparatory conditions*), условия искренности (*sincerity conditions*) и так называемые существенные условия. Некоторые ученые добавляют в этот набор основных условий некоторые дополнительные условия, которые также необходимы для успешности совершения речевых актов различных типов, а именно: условие того, что говорящий и слушающий говорят на одном языке; условие того, что высказывание говорящего поддается разумной интерпретации и т. п. [Gibbs, Delaney 1987: 108]. Так, для успешного выполнения речевого акта обещания Серлем были определены следующие условия:

1) Условие пропозиционального содержания:

*Произнося Т, Г выражает мысль о том, что он совершит действие Д в будущем*

2) Подготовительные условия:

*а) Г в состоянии совершить Д,*

*б) С предпочел бы совершение Говорящим Г действия Д его несовершенно, и Г убежден в том, что это так,*

*в) Ни Г, ни С не считают, что совершение Говорящим Г действия Д есть нечто само собой разумеющееся.*

3) Условие искренности:

*Г намерен совершить Д*

4) Существенное условие:

*Г намерен с помощью высказывания Т связать себя обязательством совершить Д*

Несмотря на то, что между языком и другими видами человеческой активности (например, игрой) существует определенная аналогия, нельзя не признать тот факт, что язык, в отличие от игры наделен *значением*. При определении значения речевого акта Серль опирается на концепцию Грайса, связавшего значение с коммуникативным *намерением*. Таким образом, значение речевого акта определяется *интенцией* говорящего произвести

определенный иллокутивный эффект на адресата, заставив его признать свою *интенцию* вызвать именно этот эффект [Серль 1986: 247]. В таком случае можно утверждать, что *речевой акт становится способом выражения речевой интенции*.

### 2.3. Типология речевых актов и принципы их классификации

По мнению Л. М. Медведевой, под типом речевых актов следует понимать "модель, образец однородной группы речевых актов, которые характеризуются определенными общими признаками, отражающими тот или иной аспект вербальной человеческой коммуникации" [Медведева 1989: 44]. В настоящее время существует большое количество типологий речевых актов, в которых речевые действия выделяются и классифицируются с точки зрения различных внешних формальных и внутренних содержательных признаков, причем те характеристики речевых актов, которые для одних исследователей являются наиболее существенными, могут признаваться наименее важными или вовсе не упоминаться в типологиях других ученых. Тем не менее, речевые акты - это сложное явление, поэтому их таксономия не должна иметь односторонний характер: в классификации речевых действий должны находить отражение и органично сочетаться все выявленные на сегодняшний день признаки и свойства этого явления. Создание комплексной классификации каждой конкретной группы речевых актов, выражающих определенную интенцию участника вербальной коммуникации, является важной задачей для современного исследователя данной проблемы.

Первая классификация речевых актов принадлежит Джону Остину. В своей классификации он выделил пять классов речевых действий в соответствии с иллокутивной силой входящих в них высказываний, а именно: *вердиктивы*, представляющие собой выражение оценки, мнения или одобрения чего-либо (от англ. *verdict* - "выносить приговор, вердикт"); *экзерситивы*, включающие в себя высказывания, являющиеся осуществлением власти, прав или влияния (от англ. *exercise* - "осуществлять, использовать"); *бехабитивы*, связанные с общественным поведением и взаимоотношениями людей (от англ. *behave* - "вести себя" и *habit* - "привычка"); *экспозитивы*, показывающие какое место занимает

высказывание говорящего в ходе спора или беседы (от англ. *expose* - "показывать, выставлять на показ"). Интересующие нас высказывания, выражающие обещания "или другие обязательства", Остин включил в класс *комиссивов* (от англ. *commit* - "связать обязательством"). В этот класс Остин включил больше тридцати глаголов, таких как: *promise* (обещать), *vow* (клясться), *undertake* (гарантировать) и др. Как отмечает сам Остин, заявления о намерениях отличаются от фактических обязательств, но объединение их в одну группу объясняется общим первичным перформативом "буду". Количество же иллокутивных глаголов английского языка, которые должны распределяться в выделенные классы, оценивается Остином величиной  $10^3$ , при этом величина эта должна пониматься как интервал от 1000 до 9999 [Остин 1986: 117-129].

Классификация Остина имеет существенные недостатки, которые были отмечены и учтены в следующей классификации речевых действий, созданной Джоном Серлем. Как пишет сам Серль: "В качестве основания для классификации я предлагаю избрать иллокутивную цель и вытекающие из нее понятия: направленность приспособления и выражаемые условия искренности" [Серль 1986: 180]. Предложенная им таксономия речевых действий по количеству классов не отличается от классификации Джона Остина. Она включает в себя *репрезентативы*, "фиксирующие ответственность говорящего за истинность выражаемого суждения"; *директивы*, представляющие попытки говорящего заставить слушающего совершить какое-либо действие; *комиссивы*, возлагающие на говорящего обязательство совершить какое-либо действие; *экспрессивы*, выражающие некоторое психологическое состояние говорящего; и *декларации*, представляющие собой статусно-маркированные речевые действия осуществление которых "устанавливает соответствие между пропозициональным содержанием и реальностью" [Серль 1986: 170-195]. Однако в отличие от Остина, Серль классифицировал не иллокутивные



глаголы, а именно иллокутивные акты в соответствии с выражаемым ими намерением говорящего. В более развернутом исследовании Серля и Вандервекена добавляются некоторые дополнительные критерии для классификации иллокутивных актов (хотя самым главным основанием для классификации остается все-таки иллокутивная цель), а именно:

а) соотношение речевого акта с предшествующим текстом (например, как ответ, так и утверждение - репрезентативы, но ответ, в отличие от утверждения, предполагает предшествующий ему вопрос);

б) соотношение социальных статусов коммуникантов (например, приказ и требование - директивы, но при приказе статус говорящего должен быть выше статуса слушающего, а при требовании это не обязательно);

в) способ связи речевого акта с интересами говорящего и слушающего (например, поздравление и соболезнование - это экспрессивы, отличающиеся друг от друга не только выражаемым чувством радости и печали соответственно, но и тем, что событие, с которым поздравляют, рассматривается как благо для слушающего, а событие, по поводу которого соболезнуют, - как постигшее его горе);

г) степень интенсивности представления иллокутивной цели (так, просьба и мольба, равно являющиеся директивами, отличаются друг от друга прежде всего по этому параметру) [Searle, Vanderveken 1985:12-20].

В новой классификации осталось также пять классов, однако класс репрезентативов получил новое название "ассертивы" (от англ. *assert* - "утверждать, заявлять"), а класс деклараций - "декларативы" (от англ. *declare* - "провозглашать") [Searle, Vanderveken 1985: 37-38].

Классификация речевых актов Г. Г. Почепцова, в которой типы речевых актов называются "прагматическими типами предложений", также включает в себя пять классов. Основанием для классификации прагматических типов предложений служит их коммуникативно - интенциональное содержание, то есть коммуникативная интенция

говорящего. По этому признаку выделяются такие речевые акты, как *констативы*, коммуникативно-интенциональное содержание которых заключается в утверждении; *промисивы* (предложения - обещания) и *менасивы* (предложения - угрозы), имеющие общие формальные признаки, но отличающиеся условиями реализации (в промисивах адресат действия заинтересован в осуществлении того, о чем идет речь в предложении); *директивы*, выражающие прямое побуждение адресата к действию и включающие в себя два подкласса предложений - приказаний (*инъюнктивов*) и предложений - просьб (*реквестивов*); *квеситивы*, представляющие собой вопросительные предложения в их традиционном понимании; и, наконец, *перформативы*, служащие, по мнению Почепцова, "для "отражательного" сообщения о фактах действительности" (примерами таких предложений могут быть предложения, содержащие перформативную формулу "*I welcome you*", "*I guarantee*" и т. п.) [Почепцов 1981: 271-278]. Однако, как справедливо замечает В. В. Богданов, выделение перформативов как особого прагматического класса предложений является неоправданным, так как "перформатив - не класс, а функция, присущая иллокутивным глаголам и, следовательно, содержащим эти глаголы высказываниям в определенных условиях", то есть в форме эксплицитного перформатива могут быть выражены практически все представленные классы, кроме менасива [Богданов 1989: :27-28].

По признаку иллокутивной направленности построена также и таксономия речевых действий Дж. Лича, включающая в себя пять классов, четыре из которых (*ассертивы*, *директивы*, *комиссивы* и *экспрессивы*) по сути и наименованию совпадают с классами, представленными в классификации Серля-Вандервекена, а пятый класс - класс *рогативов* - включает в себя речевые акты, выражающие вопросы и запросы [Leech 1983: 211-212].

Классификаций, подобных вышеперечисленным, существует несколько, и разница между ними заключается лишь в некотором колебании в количестве классов (от нескольких единиц до нескольких десятков) и в их названии, хотя нужно отметить, что некоторые классы в работах исследователей могут пересекаться или даже совпадать. Так, например, акты-обязательства (комиссивы, промисивы, менасивы и т. п.) в разных вариациях встречаются практически во всех таксономиях. Их можно встретить и в системе иллокутивных актов Б. Фрейзера, включающей в себя восемь классов (акты *утверждения*; акты *оценки*; акты *обусловливания*; акты *осуществления власти*; акты *обязательства*; акты, *отражающие установку говорящего*, акты *предложения*, акты *просьбы* [Fraser 1975: 190-193]), и в таксономии Ю. Д. Апресяна, состоящей из пятнадцати классов глаголов, сгруппированных по их способности к перформативному употреблению (*признания, обещания, прощения, осуждения, речевые ритуалы* и др. [Апресян 1986: 209-210]), и во многих других классификациях.

Особенностью некоторых типологий речевых актов на основании их иллокутивной силы является то, что в больших классах иллокутивных актов выделяются также подклассы. Необходимость деления больших групп речевых действий на более мелкие подгруппы обуславливается и оправдывается тем, что количество различных перформативных глаголов, способных обозначить какую-либо интенцию говорящего, слишком велико, и, чтобы выделить различные "оттенки" выражаемого намерения, некоторые исследователи строят свои таксономии по принципу классов и подклассов. Одной из таких таксономий является классификация иллокутивных актов, которую предлагают К. Бах и Р. Харниш. В их классификации представлено четыре коммуникативно релевантных класса речевых действий, а именно: *констативы, директивы, комиссивы и признания (acknowledgements)*. При этом констативы включают в себя двадцать два подкласса (*подтверждения, провозглашения, утверждения, информирования* и т. п.); директивы -

пятнадцать (*советы, просьбы, инструкции* и т. п.); признания - шесть (*поздравления, приветствия* и т. п.). Класс комиссивов насчитывает семь подгрупп: *соглашения (agreeing), гарантии (guaranteeing), приглашения (inviting), предложения (offering), обещания (promising), клятвы (swearing), акты добровольного принятия обязательств (volunteering)* [Bach, Harnish 1989: 40-113].

Многие ученые придерживаются той точки зрения, что способность иллокутивного глагола эксплицитировать иллокутивную силу высказывания, является одной из его наиболее существенных характеристик [Богданов 1983: 37-38], поэтому некоторые исследователи создают целые словари иллокутивно-перформативных глаголов. В качестве примера можно привести работу А. Вежбицкой, в которой иллокутивно-перформативные глаголы разбиты на 36 групп типа The Ask Group (группа глаголов запрашивания информации), The Forbid Group (группа глаголов запрещения), The Order Group (группа глаголов приказания), The Argue Group (группа глаголов аргументации) и т.п. [цит. по Богданов 1989: 35]

Хотя Дж. Серль и считал основным недостатком классификации Остина именно то, что тот классифицировал не сами акты, а глаголы и высказывания, которые в этих актах употребляются [Серль 1986: 177], мы считаем, что классификация иллокутивно-перформативных глаголов по содержанию интенции, которую они потенциально могут выражать, является совершенно оправданной: так как язык служит для "экстериоризации и передачи первичных интенциональных состояний говорящего", эти состояния (как, впрочем, и все психические состояния человека: эмоции, желания, предпочтения и т. п.), а также действия, которые можно совершить с помощью высказывания (то есть речевые действия), фиксируются словарем. Следовательно, обращение к семантике глаголов, способных к перформативному использованию, может стать одним из оснований для их классификации. Здесь нужно отметить также и тот факт,

что многие из иллокутивных глаголов, способных составить перформативную формулу, имеют достаточно многочисленные синонимические ряды, члены которых отличаются друг от друга либо наличием стилистически-маркированного компонента, либо степенью интенсивности выражаемого значения (намерения). Таким образом, язык предоставляет говорящему достаточно широкий выбор средств для выражения различных "оттенков" его речевого намерения, которые, в свою очередь, могут быть отнесены к различным подклассам в рамках одного класса способов выражения каждой конкретной интенции. Данное утверждение является справедливым и для английских глаголов, выражающих интенцию обещания.

Основанием для психологических классификаций речевых актов служит тип психологического воздействия, которое оказывает высказывание говорящего на мыслительное состояние адресата. По сравнению с числом иллокутивно-перформативных классификаций, количество таксономий, построенных на этом принципе, достаточно невелико. Одна из таких классификаций принадлежит Т. Баллмеру, который делит мыслительные состояния говорящего и слушающего на две категории: состояния обязательства и состояния верования. Первая категория состояний, которые Баллмер называет "деонтическими", включает в себя эмоции, побуждения, желания, намерения, планы и т. п.; вторая - "эпистемические" состояния - гипотезы, постулаты, суждения, воспоминания и т.п. Каждое речевое действие говорящего ведет к изменению контекста, которое состоит в информации о некотором мыслительном состоянии говорящего или слушающего (или же обоих участников речевого взаимодействия). Таким образом, речевые акты распределяются в классы по типу этого состояния и по направлению атрибуции (приписывания) этого состояния либо говорящему, либо слушающему [Ballmer 1979: 284-286].

1) На изменении психологического состояния участников речевого взаимодействия основана типология речевых актов, которую предлагает лингвист В.М. Седонюк. Данная классификация сочетает в себе интерпретативный и пропозициональный подходы, так как, по мнению ее автора, психологические состояния говорящего и слушающего могут быть отражены в различных видах пропозиций, которые в результате речевого взаимодействия могут изменяться сами и создавать таким образом новые психологические состояния. Одним из основных условий успешности речевого акта, то есть условий, при которых может быть достигнуто определенное психологическое изменение в состоянии слушающего, Седонюк, вслед за Серлем, считает условие искренности, то есть условие веры говорящего в определенные пропозиции [Седонюк 1978: 5-7] При этом выделяется десять типов речевых действий: *экспрессив* (деонтическое состояние рассудка - определенные чувства, имеющие отношение к слушающему, и деонтическое состояние рассудка слушающего - долженствование возникновения у него чувства удовлетворения, стыда и т. п.); *директив* (деонтическое состояние рассудка слушающего - долженствование выполнить определенное действие); *декларация* (мыслительное состояние слушающего отражает некоторое положение дел, наступающее вследствие осуществления данного акта) и некоторые другие.

Некоторые составители классификаций речевых действий строят также систему психологических состояний, соответствующих тем или иным речевым актам, поскольку между психологическими состояниями человека и речевыми актами, которые он совершает, находясь под влиянием этих состояний, существует тесная связь. Такая таксономия, предложена, например, Дж. Личем, в системе которого классам иллокутивных предикатов соответствуют определенные психологические предикаты: иллокутивному асертиву в этой таксономии соответствует психологический кредитив,

директиву и комиссиву - волиционал, экспрессиву - аттитудинал и т. п. [Leech 1983: 211-212].

Подобное соответствие иллокутивных актов определенным психологическим состояниям не случайно, так как для полноценного осуществления того или иного речевого действия нужно, чтобы говорящий находился в определенном психологическом состоянии. Так при обещании чего-либо, говорящий должен иметь искреннее желание взять на себя обязательство по выполнению обещаемого.

Основным недостатком традиционной теории речевых актов считается то, что акты речи выделяются и изучаются в отрыве от реального процесса вербального взаимодействия говорящего и слушающего, при этом внимание исследователей концентрируется преимущественно на иллокутивном аспекте речевого действия, а различные типы речевых актов изучаются в основном как потенциальные, типовые единицы общения, в отрыве от их коммуникативного окружения. Однако, начиная с 80-х годов прошлого века, подход к изучению речевых действий начинает существенно меняться: слушатель наравне с говорящим признается "равноправным субъектом совместной деятельности, имеющим свои цели, оценивающим текущий процесс со своих собственных позиций и решающим образом определяющим его дальнейший ход" [Карпушкина 1991: 47], а сами речевые акты рассматриваются прежде всего с учетом условий их функционирования в дискурсе, то есть в "более крупной единице речевой деятельности, выражающей межличностное речевое взаимодействие и обладающей объединяющей коммуникативной функцией и единой темой" [Зернецкий 1987: 89]. Таким образом, в центре внимания исследователей находится не столько иллокутивная, сколько *интерактивная* (от англ. *interaction* - "взаимодействие") характеристика речевых единиц. Выделяется особый тип *интеракциональной интенции* - понятия, включающего принятые социальными нормами общения речевые приемы, употребляемые

коммуникантами с целью достижения определенной цели общения [Путина, Двинянинова 1999: 48]. На основе традиционной теории речевых актов возникают новые лингвистические учения, в которых акт речи выступает как единица вербальной интеракции под различными терминами, обозначающими практически идентичные понятия: "разговорный акт" (*conversation act* [Traum, Hinelman 1992: 575-599]), "разговорный шаг" (*conversation move* [Arienti 1993: 13-31]), "коммуникативный акт" (*communicative act*) и т.п. Речеактовый подход начинает применяться к диалогу, как основной форме речевого взаимодействия, при этом диалог определяется как "основополагающее коммуникативное событие прямой коммуникации, в результате которого партнеры вербально, с помощью смены ролей говорящих, в конкретных социально-исторических условиях достигают определенных целей деятельности" [Техтемайер 1989: 72], а в самом диалоге выделяются более мелкие единицы речевой деятельности, самой минимальной из которых признается *речевой акт* (поступок). Далее следуют *речевой шаг*, *речевой ход*, *речевое взаимодействие*, *микродиалог*, *речевое событие*, *макродиалог* [Сусов 1984: 8].

*Речевой ход* определяется как речевое действие коммуниканта от момента вступления в общение до смены говорящего и, таким образом, в диалогическом тексте он представлен репликой. В пределах речевого хода могут выделяться относительно самостоятельные в плане их связей с предыдущими и последующими речевыми ходами группы речевых актов (или отдельные речевые акты), что позволяет лингвистам выделить более мелкую, чем речевой ход, единицу речевой деятельности - *речевой шаг* [Поспелова 1992: 69]. И. П. Сусов определяет речевой шаг как "одно или несколько высказываний в пределах одного речевого хода (*turn taking*), оказывающих влияние на ситуацию, в которой находятся интерактанты, и способствующих развитию их речевого взаимодействия" [Сусов 1984: 8].



Иерархически более высокую степень, чем речевой ход, занимает *речевое взаимодействие*, представляющее собой однократный обмен речевыми ходами между участниками вербальной интеракции. Речевое взаимодействие включается в *речевое событие*, образующее достаточно самостоятельные, относительно замкнутые в определенных коммуникативных условиях диалоги типа урока, беседы, дискуссии и т. п. [Сусов 1984: 9].

## **2.4 Открытые интенции и открытые речевые акты. Обещание как доминирующая открытая интенция политического дискурса**

Согласно мнению некоторых ученых, открытые интенции – это намерения говорящего, предназначенные для открытого узнавания. Можно предположить, что данные интенции необязательно реализуются в эксплицитных речевых актах, содержащих соответствующие перформативные глаголы и комментарии. Открытые интенции продуцента могут быть выражены как с помощью имплицитных, так и с помощью косвенных речевых актов, если узнаваемость данных интенций обеспечивается экстралингвистическими условиями фактической ситуации, в которой в данный момент находятся продуцент и его реципиент(ы). Кроме того, логичным было бы предположить, что существуют открытые интенции двух видов: открытые интенции, потенциально способные к эксплицированию на поверхностном уровне, и открытые интенции, потенциально не способные к прямому выражению в речи.

К первому виду интенций можно отнести намерения говорящего, могущие быть прямо обозначенными с помощью соответствующего перформативного глагола без нарушения норм и конвенций речевого поведения; ко второму виду – намерения, чье эксплицитное выражение приводит к так называемому «иллокутивному самоубийству» с точки зрения этики речевого поведения, но чье имплицитное или косвенное выражение планируется как явно читаемое из фактической ситуации. Так, например, обещание (я обещаю) или извинение (я прошу прощения) можно отнести к интенциям первого вида, а интенцию оскорбления (я оскорбляю) - к интенциям второго вида.

Забегая немного вперед, хотелось бы отметить, что интенции воздействия, к которым относится и интересующая нас манипулятивная интенция, можно отнести к интенциям скрытого вида: эти интенции

определенно не планируются для узнавания реципиентом и не способны к экспликации на поверхностном уровне (теоретически, перформативная формула «я манипулирую вами, говоря...» существовать может, но экспликацию ее в речи представить себе можно только в случае, например, иронии). Однако, имея в виду то, что как явление речевая манипуляция все же существует, можно с уверенностью утверждать, что скрытая речевая интенция манипуляции использует в качестве средства реализации открытые речевые акты обоих видов. Иными словами, скрытая манипулятивная интенция «маскируется» под открытые и выражается в открытых речевых актах. Рассмотрим особенности функционирования открытых речевых актов в предвыборном агитационном дискурсе на примере речевого акта обещания (промиссивного речевого акта), так как промиссивная интенция традиционно является доминирующей интенцией в данном виде дискурса.

Согласно созданной нами универсальной речеактовой модели, любой акт речи состоит из четырех интенциональных уровней, представляющих собой аллокутивную интенцию (намерение говорящего правильно оформить свое высказывание с точки зрения норм языка, на котором совершается речевое действие), информативную интенцию (намерение продуцента сообщить реципиентам о каком-либо объективном факте существующей реальности), собственно коммуникативную интенцию (намерение говорящего сообщить о своем намерении по отношению к факту) и персуазивную интенцию (намерение продуцента убедить реципиентов высказывания в искренности своего намерения по отношению к факту, содержащемуся в сообщении). Таким образом, в промиссивном речевом акте *I heartily promise that I will go there* информативная интенция представлена той частью высказывания, которую в терминах традиционной английской грамматики принято называть дополнительным придаточным (*I will go there* – сообщение о факте), персуазивный компонент эксплицирован с помощью прилагательного наречия *heartily*, собственно коммуникативный компонент

общей речевой интенции обещания представлен перформативной формулой, состоящей из местоимения в первом лице и глагола промиссивного ряда (*I promise*).

В нашем исследовании мы признаем глагол *to promise* ядром класса промиссивов, однако стоит отметить, что интенция обещания может быть выражена на поверхностном уровне с помощью других промиссивных глаголов (при этом логичным было бы утверждать, что практически все члены синонимического ряда глагола *to promise* можно отнести к промиссивным иллокутивным глаголам: все они содержат сему говорения, что является обязательным условием для причисления к разряду иллокутивных глаголов; практически все из них имеют лексическое значение обещания в качестве основного).

Один из самых авторитетных словарей английского языка, Оксфордский словарь синонимов (*The Oxford Thesaurus: An A-Z Dictionary of Synonyms*), предлагает следующий промиссивный синонимический ряд:

*promise (v): assure, give one's word (of honour), pledge, swear, vow, take an oath, undertake, engage, commit oneself, guarantee or guaranty, warrant, cross one's heart (and hope to die).*

Необходимость сосуществования в одном языке такого количества глаголов с близким значением объясняется тем, что в зависимости от ситуации общения и своей роли в этой ситуации носителям языка для совершения промиссивного речевого акта приходится выбирать глагол с "подходящей" степенью промиссивности. Если принять глагол "*to promise*" за нейтральный член данного ряда, то значение всех остальных членов ряда будет представлять собой сумму значения нейтрального члена и добавочного компонента значения (стилистического, оценочного и т.д.), который отличает каждый конкретный член ряда от нейтрального члена. Например:

- *to swear* = *to promise* + эмоциональная окраска, т.е. степень промиссивности глагола *to swear* больше, чем степень промиссивности глагола *to promise*:

***PR to swear > PR to promise***

(*PR* = промиссивность)

- *to guarantee* = *to promise* + стилистический компонент (используется преимущественно в официально-деловом стиле, предполагающем большую степень объективности, а, следовательно, и большую степень вероятности выполнения обязательства), т. е.:

***PR to guarantee > PR to promise***

Как показывает анализ эксплицитных речевых актов обещания, совершаемых продуцентами предвыборных агитационных речей, многие из перечисленных выше глаголов могут быть использованы в их перформативных формулах. Например:

a) *We pledge to cancel the council tax revaluation in England. This will save £ 100 million in administration and prevent hardship for many people.*

( David Spelman: Lower taxes, local accountability,  
<http://www.conservatives.com>)

b) *Money is tight. We can only promise what we know we can afford. And Liberal Democrats promise something different.*

*Our proposal - right across Britain - is to cut the loopholes used by the rich to avoid their fair share of tax.*

*And we will use that to cut the tax for everybody else.*

(Tavish Scott: Speech to Autumn Conference,  
<http://www.libdems.org.uk>)

c) *We must address the electorate in a way that makes sense for them. They are worried if they will still have a job next week; they are worried about whether their children will ever have jobs; they are worried about poor educational*

standards, poor health and poor pensions. They despise most politicians. *I guarantee* that none will say “we need a modern and radical Conservative Party.

(David Cameron, We are a modern and radical party,  
<http://www.conservatives.com>)

Кроме того, эксплицитно намерение обещания может быть выражено с помощью существительных, образованных от соответствующих перформативных глаголов путем конверсии. Например:

d) I give you *this pledge*.

We Conservatives will do everything possible, everything in our power to help.

We will cut your petrol taxes as oil prices rise.

We will get you on the lowest rates for your gas and electricity.

We will take young families facing higher mortgage costs permanently out of stamp duty.

We will give companies facing bankruptcy a breathing space to protect your job.

We will abandon Labour's grotesquely ill-conceived and ill-timed new tax on family cars.

We will not leave you alone in this crisis.

(George Osborne: We have work to do and a future to build,  
<http://www.conservatives.com>)

e) If we get it wrong, we face what they themselves call an age of austerity. If we get it right, we can achieve an age of shared prosperity.

The economy is more central and the choice more serious in this election than any time in my lifetime.

That is why top of Labour's *pledges* to the people is economic recovery.

(Gordon Brown: Election pledges,  
<http://www.labour.org.uk>)

f) On the Euro, we hold to *our promise* that there will be no membership of the single currency without the consent of the British people in a referendum

(The Labour Party Manifesto 2010,  
<http://www.labour.org.uk>)

g) For those with the most serious conditions or disabilities who want to work there will be a *new guarantee* of supported employment after two years on benefit.

(The Labour Party Manifesto 2010,  
<http://www.labour.org.uk>)

В соответствии с предложенной нами моделью речевого намерения можно выделить следующие виды промиссивных речевых актов: промиссивные речевые акты с реализацией всех трех компонентов речевой интенции (эксплицитные интенсифицированные речевые акты или акты с полной реализацией интенций); промиссивные речевые акты с реализацией двух компонентов интенции; промиссивные речевые акты с реализацией одного компонента интенции.

Как показывает анализ политических текстотипов, все из данных категорий речевых актов представлены в них для реализации манипулятивной тактики обещания, например:

a) *So I promise you*, I will not shrink from taking on the union barons that threaten another spring of discontent; from tackling parts of the teaching establishment that don't want our school reforms; or from demanding more corporate responsibility from our businesses.

As a young MP, I watched Tony Blair and saw what happened when you obsess about the news cycle and fight each day as if it were an election. You waste your mandate and fail to deliver anything but the most superficial change. *So I can promise you, if elected*, we will govern differently. We will be quietly effective, getting on with things patiently and working hard to deliver real reforms.

And as Leader of the Opposition, I have watched Gordon Brown and seen what happens when you use crude party politics to calculate every decision. You tear your government apart and end up drifting without direction. So again *I can promise* that you will get a different style of government from me. It will be a collegiate one, where the team I appoint are trusted to get on with the job; where cross-party consensus will be sought; where decisions are based on the national interest, not the political interest.

(David Cameron: My credo for my country,  
<http://www.conservatives.com>)

В данном микротексте на поверхностном уровне реализуются все три компонента промиссивной речевой интенции:

*I promise you* – собственно коммуникативный компонент, выраженный с помощью перформативной формулы, содержащей глагол промиссивного ряда;

*I can promise you* – модально-интенциональная перформативная формула, содержащая модальный глагол *can*, указывающий на способность продуцента брать на себя определенные обязательства, и перформативный глагол промиссивного ряда;

*I will not shrink from taking on the union barons that threaten another spring of discontent, from [...]* – информативный компонент, передающий обещаемые события;

*we will govern differently. We will be quietly effective, getting on with things patiently and working hard to deliver real reforms* – информативный компонент, передающий обещаемые события;

*that you will get a different style of government from me. It will be [...]* – информативный компонент, передающий обещаемые события;

*we will govern differently. We will be [...]* – персуазивный компонент, выражающийся с помощью анафорического повтора;



*I can promise you [...]. So again I can promise* – персуазивный компонент, выражающийся с помощью повтора модально-интенциональной перформативной формулы с маркером повтора (again).

b) I won't make flashy promises about solving all Britain's problems overnight. But I do promise you this.

(Michael Howard: Why our country deserves better,  
<http://www.conservatives.com>)

Полный речевой акт имеет на поверхностном уровне средство выражения персуазивной интенции (приглагольный оператор *do*), перформативную формулу в качестве средства выражения собственно коммуникативной интенции (*I promise*), предваряющее предложение содержит средство реализации информативного компонента речевой интенции (*about solving all Britain's problems overnight*), констатирующее факт обещаемого события, которое произойдет в будущем.

b) I've set up a new system for selecting our candidates so we guarantee more women and ethnic minority MPs.

(David Cameron: I don't believe in Isms <http://www.conservatives.com>)

В данном речевом акте обещания на поверхностном уровне реализуются два компонента из трех: собственно коммуникативный (*we guarantee*) и информативный (*more women and ethnic minority MPs*).

c) But neither will I adopt the barren pragmatism of merely "doing what works".

(David Cameron: I don't believe in Isms <http://www.conservatives.com>)

Двухкомпонентный речевой акт с представлением персуазивного (инверсированный порядок слов *neither will I*) и информативного компонентов.

d) We will cut taxes for those who are on middle and low incomes – so that no one pays a penny on income tax on the first 10 thousand pounds they earn..

(Lynne Featherstone: Speech about equality to Autumn Conference,  
<http://www.libdems.org.uk> )

Однокомпонентный промиссивный речевой акт с представлением на поверхностном уровне одной информативной интенции (предложение с футуральной ориентацией).

С ситуативно-структурной точки зрения можно выделить два типа промиссивных речевых действий, функционирующих в политическом дискурсе:

- сложный промиссив, представляющий собой сложноподчиненное предложение с придаточным дополнительным, где перформативная формула выступает в роли главного предложения, а содержание обещания заключается в придаточном предложении, представленном пропозицией, реализующей информативную интенцию говорящего:

a) And today, I promise to you that a Conservative Government will not stand-by and watch rural life falter and fade.

(Grant Shapps, Housing - A rural revolution,  
<http://www.conservatives.com>:)

- инфинитивный промиссив, в котором информативная интенция выражена инфинитивной фразой, следующей сразу за перформативной формулой. Инфинитивный промиссив указывает на то, что лицо, совершающее речевой акт обещания, одновременно является продуцентом "обещаемого" действия в будущем, то есть данное действие предсказывается самому говорящему. Например:

b) That's why today, with this pledge, *we promise*:

*To support* the return of social and employment legislation to national control.

*To cut* the administration costs of all EU legislation by a quarter.

*And to defend* our opt-out from the Working Time Directive.

(David Cameron: European Election Campaign Launch,  
<http://www.conservatives.com>.)

c) There's a second reason why this pledge is so important.

It's going to help bring change to Europe. Twenty years ago the Berlin wall came crashing down. From the rubble rose new realities and new priorities. And with the enlargement of the EU to include those countries that had been locked out of freedom, there is a new Europe too. But sadly, we still have the same old EU.

Still too introspective, obsessing over its own procedures.

Still too centralised, regulating and controlling from Brussels.

Still too wasteful, spending vast amounts of money.

By signing this pledge, Conservative candidates *promise to act* on all these fronts.

(David Cameron: European Election Campaign Launch,  
<http://www.conservatives.com>.)

Особенностью данного примера является то, что завершающий его промиссивный речевой акт, совершается от третьего лица множественного лица (*Conservative candidates promise*). Однако ситуация, в которой совершается данный речевой акт позволяет признать его речевым действием, так как продуцент олицетворяет собой партию, о которой идет речь, и, соответственно, имеет право произносить подобные обещания от лица всей партии.

Особой разновидностью промиссива являются транслирующие речевые акты обещания, под которыми подразумеваются случаи, когда говорящий сопровождает свой акт обещания определением условий, при которых возможно совершение действий, отраженных в пропозиции. Такой промиссив имеет форму сложноподчиненного предложения с придаточным условия, с помощью которого на поверхностном уровне передаются условия, необходимые для совершения какого-либо действия, мыслимого как "обещаемое". Например:

a) Giving people the right to fire their MP. Cutting the number of quangos. The plans in these pages have the potential to be era-changing, to end the age of state power and bring in a new age of people power. I promise you: *if we achieve even half of our ambitions, it will be the biggest change in how the country is run for more than a generation.*

(David Cameron: Welsh Manifesto launch, <http://www.conservatives.com>.)

Стоит отметить, что транслирующие речевые акты достаточно часто используются продуцентами предвыборных агитационных речей. Например, во время предвыборной кампании 2010 года, консерваторы опубликовали на своем сайте контракт с избирателями, доминирующим типом фиксированного высказывания в котором является именно транслирующий промиссивный речевой акт:

b) So this is our contract with you. I want you to read it and – if we win the election – use it to hold us to account. If we don't deliver our side of the bargain, vote us out in five years' time.

We will change politics.

Our political system needs to change. Politicians must be made more accountable, and we must take power away from Westminster and put it in the hands of people – individuals, families and neighbourhoods.

*If you elect a Conservative government on 6 May, we will:*

1. Give you the right to sack your MP, so you don't have to wait for an election to get rid of politicians who are guilty of misconduct.
2. Cut the number of MPs by ten per cent, and cut the subsidies and perks for politicians.
3. Cut ministers' pay by five per cent, and freeze it for five years.
4. Give local communities the power to take charge of the local planning system and vote on excessive council tax rises.

5. Make government transparent, publishing every item of government spending over £25,000, all government contracts, and all local council spending over £500.

We will change the economy.

Gordon Brown's economic incompetence has doubled the national debt, given us record youth unemployment, and widened the gap between rich and poor.

Unemployment is still rising, and this year we will spend more on debt interest than on schools. We need to get our economy moving.

*If you elect a Conservative government on 6 May, we will:*

1. Cut wasteful government spending so we can stop Labour's jobs tax, which would kill the recovery.
2. Act now on the national debt, so we can keep mortgage rates lower for longer.
3. Reduce emissions and build a greener economy, with thousands of new jobs in green industries and advanced manufacturing.
4. Get Britain working by giving unemployed people support to get work, creating 400,000 new apprenticeships and training places over two years, and cutting benefits for those who refuse work.
5. Control immigration, reducing it to the levels of the 1990s – meaning tens of thousands a year, instead of the hundreds of thousands a year under Labour.

We will change society.

We face big social problems in this country: family breakdown, educational failure, crime and deep poverty. Labour's big government has failed; we will help build a Big Society where everyone plays their part in mending our broken society.

*If you elect a Conservative government on 6 May, we will:*

1. Increase spending on health every year, while cutting waste in the NHS, so that more goes to nurses and doctors on the frontline, and make sure you get access to the cancer drugs you need.

2. Support families, by giving married couples and civil partners a tax break, giving more people the right to request flexible working and helping young families with extra Sure Start health visitors.

3. Raise standards in schools, by giving teachers the power to restore discipline and by giving parents, charities and voluntary groups the power to start new smaller schools.

4. Increase the basic state pension, by relinking it to earnings, and protect the winter fuel allowance, free TV licenses, free bus travel and other key benefits for older people.

5. Fight back against crime, cut paperwork to get police officers on the street, and make sure criminals serve the sentence given to them in court.

6. Create National Citizen Service for every 16 year old, to help bring the country together.

(A contract between the Conservative Party and you,  
<http://www.conservatives.com>)

Как мы видим, текст данного контракта состоит из трех транслирующих речевых актов. Каждый из актов начинается с утверждения, метарепрентирующего представления массового реципиента об ожидаемом осуществлении социального идеала (*We will change politics. We will change the economy. We will change society*). По сути данные утверждения являются имплицитными промиссивами с представлением на поверхностном уровне информативного компонента. После объяснения необходимости в анонсируемых переменах (проблемы, возникшие в результате действий эксплицитно обозначаемых оппонентов – *under Labour*) каждый их трех частей контракта содержит транслирующий промиссивный речевой акт (*If you elect a Conservative government on 6 May, we will:* ) с перечислением обещаемых перемен, оформленных в виде списка.

С точки зрения предполагаемого перлокутивного эффекта речевые акты обещания в политическом дискурсе можно разделить на собственно

промиссивные и менасивные (соответственно, промиссивная манипулятивная тактика может быть представлена собственно промиссивным и менасивным вариантами).

Как справедливо утверждает один из основателей традиционной теории речевых актов, Дж. Остин, "произнесение каких-то слов часто, и даже обычно, оказывает определенное последующее воздействие (effect) на чувства, мысли или действия аудитории, говорящего или других лиц, и это может быть рассчитанный, намеренный целенаправленный эффект..." [Остин 1986: 84]. Можно предположить, что следствием совершения речевых актов обещаний может быть проявление каких-либо положительных чувств и эмоций со стороны того, кому непосредственно адресуется обещаемое продуцентом действие, а именно: радость, благодарность, чувство внутреннего удовлетворения и покоя и т.п. Однако положительные эмоции как перлокутивный эффект могут возникнуть у слушающего лишь в том случае, если обещаемое ему совершение какого-либо действия является для него желательным (подобные речевые акты являются собственно промиссивными). Например:

a) Only by voting Conservative can you vote for no nonsense action in the fight against crime. And I promise you this: I'll get the job done.

(Michael Howard: Our hope is for a better Britain,  
<http://www.conservatives.com>)

Если же обещаемое говорящим действие является нежелательным для слушающего, то можно говорить об иллокутивном акте угрозы (так называемый менасив - от англ. *menace* - "угроза") и соответствующим ему намеренном прерлокутивном эффекте испуга, тревоги и т.п. Очень часто менасивная интенция выражается на поверхностном уровне с помощью транслирующей модели речевого акта, выступая, таким образом, угрозой-предупреждением. Например:

b) I don't care what the armies of apologists and politically correct do-gooders have to say about the stand I've taken on crime. They've had their way for too long. So if you're watching this on television and you're a mugger, a vandal, or a burglar – whatever. I suggest you think twice before voting Conservative: because people have had enough and we're not going to settle for it.

(Michael Howard: Our hope is for a better Britain,  
<http://www.conservatives.com>)

Как мы можем увидеть, в примере 1) речевой акт является средством выражения собственно промиссивной интенции, так как электорату обещается активная борьба с преступностью, что в качестве перлокутивного эффекта может вызвать чувство радости со стороны слушающих. Практически то же обещание (борьба с преступностью) в примере m) нацелено на то, чтобы вызвать негативные эмоции у другой группы слушающих – самих преступников – и может расцениваться как менасивная интенция.

По степени выраженности собственно коммуникативной промиссивной интенции на поверхностном уровне речевые акты обещания, задействованные в соответствующих предвыборных агитационных речах, можно разделить на акты с эксплицитным выражением и акты с имплицитным выражением интенции.

Для эксплицитного выражения промиссивного намерения используются перформативные формулы с глаголами ряда *promise*, а также прямые комментарии говорящего, исходящие от самого продуцента речевого действия (чаще всего это бывает лексема-существительное, имеющая один корень с соответствующим иллокутивным глаголом).

a) As the Party of the NHS, *we promise* (перформативная формула) *we will be true to those values. And we will back it by two strong commitments.*

(Andrew Lansley: Our NHS - our number one priority,  
<http://www.conservativefuture.com>)



b) There are currently a number of people living in Britain who register for non-domiciled tax status offshore. It is a good thing for Britain that they live here and bring their talent and their investment to our economy. *I make this promise* (прямой комментарий): I am not going to tax all that income as Gordon Brown has persistently threatened to do. But in return for that promise and the certainty it brings, we will charge a flat annual levy of around £25,000 for those who register for non-domicile status.

(George Osborne: It's Time for Aspiration,  
<http://www.conservativefuture.com>)

c) So today we make a new promise to young people that they will not be unemployed for longer than 90 days before we find them work or training.

(Nick Clegg: Leader's Speech to Conference,  
<http://www.libdems.org.uk>)

В имплицитных промиссивах намерение говорящего восстанавливается из ситуации, но не выражено на поверхностном уровне, например:

d) People who see the values they grew up with and still believe in trashed. No one worries about their sensitivities. No one cares if they feel excluded. No one stands up for them. Well *I will*.

(Michael Howard: Fair play and equal treatment under the law,  
<http://www.conservativefuture.com>)

e) We will build a balanced, sustainable economy – growth that lasts. In our first year in government, we will invest to create new jobs and boost the recovery. And crucially, that investment will be green.

(Danny Alexander: Speech to Spring Conference,  
<http://www.libdems.org.uk>)

## **Выводы по Главе 2**

В Главе 2 мы рассмотрели такие ключевые понятия нашего исследования, как речевая интенция и речевой акт (как средство ее реализации). Стоит отметить, что данная глава нашего исследования, в основном, посвящена рассмотрению речевых актов с интенцией открытого типа, формирующих интенциональную структуру предвыборного агитационного дискурса, подлежащую распознаванию реципиентом. Мы считаем, что без понимания особенностей функционирования и интенциональной структуры речевых актов открытого типа невозможно понимание механизма реализации манипулятивной интенции, так как речевые акты открытого типа являются своего рода инструментами реализации интенции воздействия при условии невозможности распознавания соответствующей интенции.

Итак, речевые акты с интенцией открытого типа имеют особую структуру. Они состоят из трех основных интенциональных компонентов, представляющих собой информативный компонент, отражающий фактическую ситуацию участников общения; собственно коммуникативный компонент, представляющий собой намерение продуцента по отношению к данной фактической ситуации, а также персуазивный компонент как намерение убеждения реципиента в искренности собственно коммуникативного намерения продуцента.

Доминирующим интенцией открытого типа в предвыборном агитационном дискурсе является интенция обещания.

### **ГЛАВА 3. СТРУКТУРА МАНИПУЛЯТИВНОЙ ИНТЕНЦИИ И МИШЕНИ МАНИПУЛЯЦИИ МАССОВЫМ РЕЦИПИЕНТОМ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ**

Как мы уже выяснили ранее, единицей дискурса является речевой акт, продукт которого, представляя собой высказывание определенного иллокутивного типа, является комплексом вербальных средств реализации нескольких уровней интенций продуцента.

Логичным было бы предположить, что речевые акты, функционирующие в пределах различных видов дискурса с доминирующей манипулятивной интенцией (и предвыборного дискурса в том числе), обладают набором интенций, отличающимся по своему составу от набора интенций речевых актов дискурсов, не предполагающих манипулятивного воздействия на адресата сообщения (либо предполагающих минимальную степень такового).

Несмотря на то, что наличие манипулятивного воздействия в предвыборных агитационных речах политиков осознается массовым реципиентом в силу некоторой жанровой традиционности предвыборных манипуляций, манипулятивное воздействие не было бы таковым, если бы явно эксплицировалось продуцентом-политиком на поверхностном уровне его сообщения.

Теоретически, глагол «манипулировать» может быть отнесен к разряду перформативных глаголов: он обладает семой говорения и потенциально может обозначать речевое действие. Однако практически, с точки зрения соблюдения культурных и этических норм и конвенций речевого поведения, сложно представить себе эксплицитную классическую перформативную формулу типа «Я манипулирую вами, говоря, что...». Таким образом, экспликация манипулятивного намерения со стороны продуцента соответствующего сообщения являлась бы так называемым «иллокутивным

самоубийством» [Вендлер 1985: 236] подобно экспликации намерений типа «Я оскорбляю», «Я порицаю» и т.п. Это утверждение тем более верно, если учесть основную особенность манипуляции – скрытость воздействия, – о которой упоминается практически во всех определениях манипулятивного воздействия. Поэтому можно предположить, что, являясь «актом скрытой коммуникации», манипулятивный речевой акт имеет несколько другую интенциональную структуру по сравнению с актами открытой коммуникации – эксплицитными ассертивами, промиссивами, экзерситтивами и т.п.

### 3.1 Структурно-интенциональные особенности политического дискурса

Итак, как мы уже выяснили в предыдущих главах, традиционный речевой акт (или акт открытой коммуникации) состоит из трех основных интенциональных уровней: информативного, отражающего какой либо факт реальной действительности; собственно коммуникативного, имплицитно или эксплицитно выражающего интенцию продуцента к данному факту; персуазивного, представляющего собой убеждение реципиента в искренности собственно коммуникативной интенции продуцента. На поверхностном уровне речевой акт может быть реализован как в пределах одного предложения, так и комплексом предложений, объединенных каким либо из компонентов предложенной нами интенциональной модели. Например:

a) *We recognise that the current legal framework does not allow serious admissions of criminal conduct by News International to be taken into account when considering Newscorp's acquisition of BSkyB.*

(Ivan Lewis: Labour challenges Hunt on impartiality,  
<http://www.labour.org.uk>)

Пример а) представляет собой традиционный декларативный речевой акт (перформативная формула + пропозиция), реализованный в пределах одного предложения.

b) *That's why today, with this pledge* [персуазивный компонент], *we promise* [собственно коммуникативный компонент]:

*to support the return of social and employment legislation to national control* [информативный компонент № 1].

*To cut the administration costs of all EU legislation by a quarter* [информативный компонент № 2].

And to defend our opt-out from the Working Time Directive [информативный компонент № 3].

(David Cameron, European Election Campaign Launch, <http://www.conservatives.com>)

Речевой акт как законченное в интенциональном смысле высказывание в данном случае состоит из трех предложений. При этом в первом предложении реализуются собственно коммуникативный, информативный и персуазивный компоненты, а во втором и третьем – информативные компоненты, относящиеся к собственно коммуникативному компоненту первого предложения.

Один из недостатков традиционной теории речевых актов заключается в том, что она ограничивает речевой акт рамками хрестоматийных предложений, содержащих перформативную форму и пропозиционную часть. Тем не менее, мы считаем, что рассмотрение манипулятивного дискурса именно как речеактовой системы позволит описать многие из его механизмов. Мы склонны полагать, что конкретное речевое действие заканчивается там, где, по мнению продуцента сообщения, мыслится достижение определенного планируемого перлокутивного эффекта: возникновения эмоции, действия, умозаключения и т. п. При этом перлокутивный эффект может делиться на доминирующий и сопутствующие, а также дистантный и контактные. Речевые акты могут объединяться в речевые единицы, которые мы предлагаем назвать микротекстами – единицами сообщения, нацеленными на достижение доминирующего и сопутствующих планируемых перлокутивных эффектов. Речевые акты в подобных микротекстах формируют логически законченное интенционально-смысловое единство являющееся минимальной интенциональной единицей исследуемого дискурса. По сути, понятие микротекста близко к понятию диктемы, введенным М.Я. Блохом [Блох 2000: 66]

Например:

a) Conference, shelter is one of the most basic human needs. Without shelter, how can you keep yourself fit and healthy, study for your exams, or work to earn a living?

Yet Labour have failed in their duty to provide shelter for those most in need. If a Labour government can't get this right, then everything becomes irrelevant.

(Sarah Teather: Conference speech on housing,  
<http://www.libdems.org.uk>)

b) The tragedy is that if the Government had followed our advice the national debt would be lower and, because credit would now be flowing to businesses, jobs could have been saved.

So today I want to appeal again to Gordon Brown to take the action we recommend, before further jobs are lost, before further debts are heaped on the shoulders of our children and before the Government reaches for the desperate last resort of printing money with all the risks that involves.

We need action and action now. To make the case for action we need to start with absolute clarity about where we are as a country today.

(George Osborn, We need action,  
<http://www.conservatives.com>)

Доминирующий планируемый перлокутивный эффект микротекстов а) и b), состоящих из нескольких речевых актов, – формирование недоверия к партии оппонента из-за его бездействия. Кроме того, продуценты рассчитывают на перлокутивный эффект тревожности, вызываемый невозможностью удовлетворения потребности в крове (пример а) и ожидаемым утяжелением долгового бремени и потерей работы (пример b).

Как мы видим, речевые акты, составляющие данный микротекст, по типу собственно коммуникативной интенции представляют собой имплицитные ассертивы, то есть речевые акты-утверждения. Однако в информативных компонентах данных речевых актов содержится

информация, актуализирующая так называемые «мишени манипуляции» - слабые места реципиента, воздействие на которые с большой долей вероятности может привести к достижению планируемого перлокутивного эффекта. Сразу оговоримся, что речь в данном случае не идет о тактиках нейролингвистического программирования. Мы склонны утверждать, что *речевое манипулирование представляет собой актуализацию мишеней манипуляции за счет сообщения информации, релевантной для реципиента с точки зрения определенных неконтролируемых или плохо контролируемых реакций, – базовых эмоций, инстинктов, не подлежащих сомнению стереотипов и традиционных представлений.* Таким образом, манипулятивный речевой акт – это косвенный речевой акт, в котором помимо информативной, собственно коммуникативной и / или персуазивной интенции продуцент предвыборной агитационной речи реализует набор дополнительных интенций, нацеленных на достижение главного планируемого перлокутивного эффекта – получение голоса максимального числа представителей массового реципиента. Этот перлокутивный эффект можно определить как дистантный, так как он достигается или не достигается в отсутствие продуцента сообщения и в момент, отстоящий по времени от момента произнесения речи. Можно предположить, что существуют также контактные перлокутивные эффекты, достигаемые в момент произнесения каждого микротекста манипулятивного сообщения. Контактными перлокутивными эффектами и становятся реакции представителей массового реципиента, о которых упоминалось выше: реакция на актуализируемый инстинкт, эмоция, ощущение, не подвергаемый сомнению или осмыслению стереотип или ритуал. При этом анализ большого корпуса предвыборных агитационных речей британских политиков показывает, что информативные компоненты манипулятивных микротекстов, из которых состоят данные сообщения, содержат определенные речевые актуализаторы планируемых перлокутивных эффектов продуцента.



Актуализаторы являются ключевыми знаками сообщения продуцента – центрами семантического притяжения, своеобразными узлами ассоциативно-семантической (ассоциативно-вербальной) сети, вокруг которых группируются другие единицы сообщения [Чернышова 2009: 90], а также знаками сообщения, несущими основную смысловую нагрузку, обозначающими признак, состояние или действие [Андреев, Хромов, 1991: 65]. Данные актуализаторы – чаще всего (но не всегда) это однолексемные единицы с соответствующим значением – могут выступать в роли номинанта планируемого перлокутивного эффекта или ассоцианта с ним (т.е. обозначать стимул для соответствующей ассоциации). Например:

a) And I come from a family which, independent and self reliant as it was, could not have kept going without the *compassion* and caring of the NHS, because my parents could not easily have afforded to pay for operations on my eyes.

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

Микротекст а) содержит лексему-номинант *compassion*, обозначающую понятие и человеческую реакцию, позиционируемую практически всеми партиями-оппонентами в качестве доминирующей ценности и базы их политических программ. Данная реакция (чувство эмпатии), разделяемая с народом, способствует сближению с массовым реципиентом.

b) And then, as if this was not enough, we've had to watch as *apparently rock solid banks are blown over like trees in the path of a financial hurricane*.

And people suddenly realise just how fragile our debt driven economy has become.

What we need is a wholly different approach.

(George Osborne: We have work to do and a future to build,  
<http://www.conservatives.com>.)

Актуализатор-ассоциант (*hurricane*), обозначающий ключевое понятие в используемой продуцентом данного микротекста метафоре способствует достижению планируемого перлокутивного эффекта тревожности.

Стоит отметить, что подобные лексемы являются своего рода ключевыми знаками сообщения (своеобразной интенциональной доминантой), обозначающими понятия, вокруг которых сосредоточивается второстепенная информация компонента, который мы называем информативным.

Также при анализе микротекстов предвыборных агитационных речей британских политиков обращает на себя внимание тот факт, что продуцент манипулятивного сообщения стремится сформировать стойкие ассоциативные связи «наша партия – положительные эмоции, возможность удовлетворения инстинктов и потребностей, приятные ощущения» и «партия оппонента – отрицательные эмоции, невозможность удовлетворения инстинктов и потребностей, неприятные ощущения». Например:

a) Together with *a series of vague and unconvincing statements* about increased efficiency which *David Cameron himself says are a trick*. It is time for *the Conservatives* to come clean about how they will pay for these tax cuts... Without decimating schools, hospitals and police forces across the country.

(Nick Clegg: Conservatives spending plan,  
<http://www.libdems.org.uk>)

В примере a) продуцент указывает на ненадежность партии оппонентов (*a series of vague and unconvincing statements; trick*) для формирования ассоциации «консерваторы – недоверие, ложь». При этом партия оппонента и ее лидер называются прямо.

Часто партия оппонентов не называется прямо. Например:

b) I have spoken a lot about aspiration.

And let us be clear: fighting *poverty* is one of the most fundamental of aspirations.

Aspiration is not about class, background or position.

Everybody dreams of *rising up* in the world, and everybody dreams of *giving their children a better life*.

I don't care where you started out in life; *my mission is to help you rise higher*.

But *I do care about this*: the fact that for millions of our fellow citizens today, *rising higher* is not a question of *a better job, a better home or a better holiday*.

It is a question of *ever having a job, ever owning a home or ever having a holiday*.

So yes we must help the haves to have more, yes we must back the aspirations of our *over-taxed, over-burdened* middle classes...

...but a modern aspiration agenda means helping the *have-nots* to have something, and if we do not succeed in that mission then I tell you frankly that we will all be poorer.

(David Cameron: Making British Poverty History,  
<http://www.conservatives.com>)

Бедность – это состояние, которое не позволяет удовлетворять многие из потребностей человека, в том числе потребность обеспечить будущее детей (проявление родительского инстинкта). Продюцент данного микротекста заявляет о своем стремлении бороться с бедностью в стране, формируя ассоциативную связь «я – удовлетворение потребностей» (лексемы *have, better*; параметрическая метафора *rise higher*). Кроме того, в микротексте косвенно формируется ассоциативная связь «оппонент – неудовлетворение потребностей», так как оппонентом продюцента является партия власти (на нее указывает временной маркер *today*). Данный временной параметр связывается с понятиями, обозначаемыми актуализаторами *over-taxed, over-burdened, have-nots*).

Особую немногочисленную группу актуализаторов манипулятивной интенции в предвыборном агитационном дискурсе представляют собой актуализаторы-парадоксы, к которым можно отнести, например, комические речевые акты (см. Главу 4). Особенность актуализаторов-парадоксов заключается в том, что номинируемое ими явление парадоксальным образом отличается от соответствующего номинанта, причем отличие это понятно массовому реципиенту (на этом парадоксе и основывается ирония, сарказм и т.п.). Таким образом, можно утверждать, что существует три вида актуализаторов мишеней манипуляции в предвыборном агитационном дискурсе:

- актуализаторы-номинанты (прямо обозначающие планируемые дистантный и контактные перлокутивные эффекты продуцента-манипулятора);

- актуализаторы-ассоцианты (чаще всего знаки вторичной номинации, вызывающие ассоциации с планируемыми перлокутивными эффектами продуцента-манипулятора, например, метафора);

- актуализаторы-парадоксы (например, комические речевые акты).

Сказанное выше позволяет нам сделать вывод о том, что манипулятивная интенция продуцента предвыборной агитационной речи имеет сложную структуру. Во-первых, продуцент формирует интенцию актуализации определенных мишеней манипуляции (ИАММ) массовым реципиентом; во-вторых, продуцент формирует интенцию формирования ассоциативных связей (ИФАС) по типу «наша партия – положительные эмоции, возможность удовлетворения инстинктов и потребностей, приятные ощущения» и «партия оппонента – отрицательные эмоции, невозможность удовлетворения инстинктов и потребностей, неприятные ощущения». При этом ИАММ является универсальной для всех видов манипулятивных дискурсов (рекламный, религиозный, политический и т.п.), а ИФАС является специфической интенцией, обусловленной соответствующим жанром,

предполагающим определенный набор участников и их поведенческие модели. Таким образом, можно утверждать, что интенция манипулятивного воздействия имеет по меньшей мере два уровня, предполагающие характерный набор средств их реализации в речи. Однако, можно предположить, что интенция актуализации мишеней манипуляции также имеет сложную структуру, так как воздействие на массового реципиента происходит на нескольких уровнях.

Реализация манипулятивного воздействия в видах дискурса с максимальной манипулятивной составляющей предполагает максимальный учет фактора адресата. Это означает, что принцип релевантности информации, доносимой до ее реципиента, должен соблюдаться продуцентом манипулятивного сообщения в полной мере. Иными словами, предвыборная агитационная речь с эффективно достигаемыми дистантным и контактными перлокутивными эффектами – это зеркало, в котором массовый реципиент сообщения видит свои чаяния и желания отраженными в максимально неискаженном виде. Логичным было бы предположить, что подобное « неискаженное отражение» может возникнуть только в том случае, если продуцент ориентируется на правильно представляемый комплекс характеристик массового реципиента, то есть правильно определяет необходимые мишени манипуляции (под мишенями манипуляции учеными в настоящее время понимаются «те особенности личности, ее слабости, потребности и желания, на которые воздействует инициатор, и в результате этого объект принимает нужное инициатору решение» [Шейнов 2001]. Учитывая фактор массовости адресата речи и необходимость воздействия на большую часть имеющейся аудитории, грамотный продуцент манипулятивного сообщения выбирает те мишени воздействия, которые, как мы полагаем, обладают свойствами *универсальности* и *коллективности*. Универсальность мишени манипуляции предполагает общность и некоторую предсказуемость реакции на

соответствующий стимул, а коллективность - наличие данной мишени если не у всех, то у максимально возможного количества представителей массового реципиента. Этим критериям отвечают такие «слабые места» массового реципиента, как:

- инстинкты и потребности;
- особенности физиологического восприятия;
- правила морали и ценности, имеющие этологическую базу (появившиеся в результате действия биологических факторов);
- не подвергающиеся осмыслению и сомнению стереотипы, традиции и ритуалы;
- свойства массового сознания.

Анализ текстов предвыборных агитационных речей британских политиков показывает, что все актуализируемые их продуцентами мишени манипуляции массовым реципиентом можно условно разделить на три большие группы: это физиологические, социально-эволюционные и жанрово обусловленные мишени манипуляции. Таким образом, можно утверждать, что интенция актуализации мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАММ) состоит из трех отдельных субинтенциональных уровней, а именно:

- интенции актуализации это физиологических мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАЭММ);
- интенции актуализации социально-эволюционных мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАСЭММ);
- интенции актуализации жанрово обусловленных мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАЖОММ).

При этом можно предположить, что каждый из интенциональных уровней общей манипулятивной интенции имеет свои средства актуализации на поверхностном уровне.

Учитывая этот факт, модель-схему манипулятивной интенции можно представить следующим образом:

<b>Интенция манипуляции массовым реципиентом</b>
1) Интенция актуализации мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАММ)
<i>a) интенция актуализации этофизиологических мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАЭММ)</i>
<i>b) интенция актуализации социально-эволюционных мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАСЭММ)</i>
<i>c) интенция актуализации жанрово обусловленных мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАЖОММ)</i>
2) Интенция формирования ассоциативных связей (ИФАС) по принципу оппозиции «мы – положительные эмоции, возможность удовлетворения инстинктов и потребностей, приятные ощущения» и «они – отрицательные эмоции, невозможность удовлетворения инстинктов и потребностей, неприятные ощущения»

Рассмотрим подробнее особенности актуализации выделенных нами уровней мишеней манипуляции массовым реципиентом в текстотипе предвыборной агитационной речи британских политиков.

### **3.2. Этофизиологические мишени манипуляции массовым реципиентом в политическом дискурсе и особенности их речевой актуализации**

К этофизиологическим мишеням (от греч. *ethos* - характер, нрав; *physis* – природа), можно отнести факторы манипулятивного воздействия, касающиеся природы человека – его инстинкты, рефлексy, ощущения, эмоции. В свете многообразия последних, личность каждого представителя массового реципиента, как и сама интенция, реализуемая в комплексном речевом акте манипуляции, представляется нам сложной и многоуровневой. Так, принимая во внимание этофизиологический аспект личности каждого представителя массового реципиента, можно выделить несколько уровней восприятия информации.

#### **1. Эторецептивный уровень**

Данный уровень восприятия манипулятивного сообщения связан с мишенями, касающимися инстинктивных поведенческих реакций человека. В настоящее время существует несколько классификаций наследственно детерминированных и приобретенных форм поведения человека, наиболее полной и разработанной из которых принято считать классификацию, предложенную П. В. Симоновым. Согласно данной классификации различают три основные группы инстинктов или безусловных рефлексов:

- витальные, обеспечивающие сохранение жизни индивидуума (пищевой, питьевой, оборонительный, инстинкт регуляции сна-бодрствования, инстинкт экономии сил);

- зоосоциальные (половой, родительский, инстинкт соперничества, территориальный, иерархический), возникающие только при взаимодействии с особями своего вида;

- инстинкты удовлетворения идеальных потребностей (исследовательский, имитационный, игровой, инстинкт преодоления и



свободы), имеющие самостоятельный характер и обращенные в будущее [Симонов 1987: 20-24].

Информация о возможности удовлетворения или угрозе неудовлетворения тех или иных инстинктов и положительные или отрицательные эмоции и ассоциации, связанные с данной информацией, являются основным механизмом манипуляции этореципиентом. Формируя образ своей партии как способной удовлетворить витальные, ролевые и прочие инстинкты электората, продуцент добивается нужного контактного перлокутивного эффекта. Партия оппонентов при этом мыслится как нежелающая или не имеющая возможности удовлетворить основные инстинкты электората группа людей, представляющая таким образом угрозу для существования вида. Например:

a) *The pre-Budget report has set a tax timebomb ticking in the pockets of every family in Wales.*

Teachers, journalists, social workers, police officers, paramedics, office managers and professionals will all be worse off as a result.

Gordon Brown and Alistair Darling are gambling with the nation's finances and it is the people of Britain who will end up footing the bill.

However Labour wraps this up *this is still a Christmas tax bombshell.*

Families across Wales will be hit with rising tax and National Insurance bills. That is the reality of this give-away statement. To anybody in work this is going to mean higher taxes.

(Cheryl Gillan: Families pay the price for Labours tax timebomb, <http://www.conservatives.com>)

В данном примере продуцент использует метафору, актуализирующую в сознании реципиента эмоции и ощущения, вызываемые образом бомбы замедленного действия. Большинство военных метафор рассчитано на возникновение тревоги и страха – эмоций, появляющихся в результате

действия инстинкта самосохранения при угрозе прекращения физического существования, смерти.

b) What a 12 months it has been; last year as we met in Blackpool *the storm clouds of the credit crunch were just gathering....*

...the world unaware of *the financial hurricane that was about to hit – with the eye of the storm*; housing...

On that stage, the Shadow Chancellor George Osborne showed considerable foresight...

He said... most First Time Buyers shouldn't pay any Stamp Duty at all... and that under a Conservative Government they wouldn't.

Gordon Brown poured scorn on the idea, but after dithering and delay... he finally attempted a u-turn... and got his spin doctors to brief it out to the press...

(Grant Shapps: Labour has blocked the door to mobility,  
<http://www.conservatives.com>)

Образы, связанные с природными катаклизмами и неизбежностью их разрушительных последствий, также рассчитаны на актуализацию витальных инстинктов. Как мы видим, в данном микротексте поведение одного из соратников продуцента (*showed considerable foresight*) в условиях предполагаемой угрозы жизни (*the financial hurricane that was about to hit*) противопоставляется недальновидному поведению оппонента (*poured scorn on the idea*), что способствует закреплению ассоциации «мы – спасение, покой, они – страх, угроза».

Очень часто манипуляция витальными инстинктами происходит с помощью лексем-номинантов вызываемых состояний и лексем-ассоциантов с вызываемыми состояниями, например:

c) The response of the Home Office so far has been blunder, *panic* (лексема-номинант) and cover up. The blunder when they set up the Security Industry Authority, they did not ask it to check automatically whether they were

granting security licenses to illegal workers. *The panic* (повтор лексем-номинанта) when they were first told about this last April.

(David Davis: Home Office putting avoiding political embarrassment ahead of public safety, <http://www.conservatives.com>)

d) But along with the beneficial and benign effects of globalisation comes a new amorphous *threat* – one whose evolution has mirrored the economic, cultural and technological developments of recent decades; one whose tentacles spread across national boundaries; and one whose existence abroad increases *the risk of attack* at home.

So securing ourselves against the *threat* from globalised *terrorism* is the first of the two great challenges confronting Britain today.

(Jeremy Browne: Speech to Conference, <http://www.libdems.org.uk>)

Следующий микротекст является ярким примером эксплуатации инстинкта свободы и выбора за счет повтора лексем-номинантов соответствующих понятий.

e) Your party is about *freedom*. Your party is about *choice*. This is what the British Conservative Party is about as well. So if these principles guide your Presidency, we shall be alongside you all the way. When the Working Time Directive is revised: we shall be on the side of *freedom* and *choice*.

When the Temporary Workers Directive is reviewed: we shall again be on the side of *freedom* and *choice*.

And finally may I say this. Our parties should not be just about enabling *free choice*. They are also about *respecting the people's choice once the people have freely chosen*.

(Philip Bushill-Matthews: Conservatives are on the side of freedom and choice, <http://www.conservatives.com>)

## 2. Экстерорецептивный уровень

Экстерорецептивный уровень восприятия речи связан с группой рецепторов, помогающих человеку воспринимать информацию из внешнего мира посредством зрения, слуха, вкуса, обоняния и тактильных ощущений. Моделируя речевые акты, номинирующие данные ощущения или ассоциируемые с какими-либо из экстерорецептивных ощущений на синестетическом уровне, когда информация, воспринимаемая слуховыми рецепторами, приводит к появлению или представлению своеобразного «образа ощущения» другой модальности, продуцент воздействует на экстерореципиента, связывая себя и свою партию с приятными ощущениями, а оппонентов – с неприятными. Например:

a) The story of the Special Relationship can be *depicted in light and attractive colours* (эксплуатация зрительного восприятия). The triumph of noble ideals. Sacrifices rewarded. Friendships forged and not forgotten. Together America and Britain have helped re-make much of the world in the image of liberty and democracy. The rule of law, rights of property, respect for individual rights – these formative ideas have transformed the prospects of nations that lived *in the darkness* (зрительное восприятие) *of fear and despair*.

But the history of that Relationship deserves for the sake of realism *to be painted in darker shades as well* (зрительное восприятие). It was not just ideals, it was the force which lay behind them that eventually prevailed. The Cold War was cold indeed in Europe but it was hot and bloody in other continents.

(Liam Fox: Security and Defence – Making sense of the special relationship,  
<http://www.conservatives.com>)

b) The only way David Cameron and Michael Gove's 'free market' schools plans can work is, as the councillors say, by making *deep and immediate cuts* (эксплуатация тактильных ощущений) to schools that children are already attending

(Ed Balls: Tory school plans can only mean cuts to other schools,  
<http://www.labour.org.uk>)

c) And who announced that “To make unfunded promises, to play fast and loose with stability (indeed to play politics with stability) is ... something I will never do and the British people will not accept”?

The answer, of course, is Gordon Brown. Those claims to prudence and responsibility sound risibly hollow. Now *alarm bells are blaring about the future of our public finances* (слуховое восприятие) – and now that he’s proposing to abandon prudence and borrow our way out of debt. He clearly wasn’t listening to his own lectures.

(David Cameron: A borrowing binge, <http://www.conservatives.com>)

d) We already know the damage that Labour is capable of when they get their hands on power. We know from *bitter* (эксплуатация осязания) experience what a dreadful complement the Lib Dem’s are to that damage from the first Assembly term.

(Jonathan Morgan: Delivering a National Health Service,  
<http://www.conservatives.com>)

e) A billionaire baron from Belize has bought the Tory party like a banana republic, and it stinks (эксплуатация обонятельного образа).

(Chris Huhne: Speech to Liberal Democrat Conference,  
<http://www.libdems.org.uk>)

f) People are hurting now. The British economy is in meltdown.

People want to hear what we can do for them.

People are tightening their belts.

It's right that Government does as well.

Families are feeling the pinch.

(Tavish Scott: Speech in Bournemouth,  
<http://www.libdems.org.uk>)

### 3. Проприорецептивный уровень

С помощью propriоцепторов человек получает информацию о положении своего тела в пространстве и о его равновесии. Заранее спланированный перлокутивный эффект при использовании propriоцепторов как мишени манипуляции достигается в тех случаях, когда реципиент проецирует на себя стабильное или нестабильное положение образа, предлагаемого продуцентом. При этом образы, с которыми связывается ощущение баланса, ассоциируются с партией продуцента, а образы, связанные с ощущением чего-то нестойкого и шаткого – с оппонентами продуцента. Например:

a) This is not about a few hundred families in our major cities but hundreds of thousands of people - including many in work - who are facing *a sudden drop* in their income.

(Douglas Alexander: Debate on Housing Benefit in Parliament,  
<http://www.labour.org.uk>)

b) Young people, full of potential, have their futures blighted by drugs. Soft attitudes towards drug taking and easy access to drugs creates *a slippery downward slope*.

(Lord Taylor of Warwick: Labour are sending mixed messages on drug use,  
<http://www.conservatives.com>)

c) The danger is that with all ages fearful of job losses, home repossessions, incomes in retirement and a *slow unsteady* Government response, the situation will continue to go from bad to worse. The time has come for new leadership in Britain and a real sense of policy direction coupled with the ability to get the job done. It's time for the Conservatives to undertake our historic mission of clearing up the mess left by Labour.

(Oliver Heald: Labour's bungling has led to a sense of insecurity for all ages,  
<http://www.conservatives.com>)

d) But we also need to ensure that economic growth is not *lopsided* in terms of geography. The regional inequalities running like scars across our country are not only socially damaging, they are economically *destabilising*. The old economy was regionally *unbalanced*: in the decade up to 2008, for every private sector job created in the Midlands and the North, ten were created in London and the South.

(Nick Clegg: Building a New Economy,  
<http://www.libdems.org.uk>)

e) Labour has neither the ideas nor the will to achieve that aim and has allowed Wales become the UK's poor relation. Far from turning Wales into an economic powerhouse, Labour has turned the country into *a cheap lean-to built on shaky foundations*.

(Nick Bourne: Welsh economy stagnating under Labour,  
<http://www.conservatives.com>)

#### 4. Интерорецептивный уровень

Интерорецептивная система человека связана с сигналами о внутреннем физиологическом состоянии его организма. «Образы ощущений» болезненного состояния и боли во внутренних органах, подсознательно проецируемые реципиентом сообщения на собственный организм, намеренно ассоциируются продуцентом-манипулятором (а затем и самим реципиентом) с партией-противником, «образы ощущений» порядка в организме – с партией продуцента. Например:

a) Today I want to speak to you about what our approach to unemployment will be during this recession. Because before people hear your policies, they want to know what values and attitudes you bring to the table, and that's what I'm going to set out.

You don't need a long memory in this country to remember *the trauma* of mass unemployment. As a recession sets in, hundreds of thousands of people are at risk of losing their jobs, and as recessions go on, long-term unemployment soars.

(David Cameron: We will not walk on by while people lose their jobs,  
<http://www.conservatives.com>)

b) The slew of loan guarantee schemes that the Government announced in January were supposed to get the banks lending again and *start blood flowing through the veins of our economy*. But they're still failing to deliver - the number of businesses who've been helped is still tiny - and the impact has been severe. Many businesses are being forced into a corner and, because of our antiquated insolvency laws, they are often pushed into administration and liquidation when actually, with a little restructuring, they could be saved and made profitable again.

(John Penrose: Saving businesses and jobs in a recession,  
<http://www.conservatives.com>)

c) There are jobs on the ballot, with Labour locking in the growth and staying on the road to *recovery*, while working with our European partners for increased prosperity and European finance to create new jobs.

(David Miliband: Engage and Lead: Labour's approach to the EU,  
<http://www.labour.org.uk>)

К этофизиологической группе мишеней можно отнести особенности восприятия человеком форм существования материи (времени, пространства и движения), переносимые реципиентом в особую, антропоцентрическую, систему координат «наивной картины мира», где нахождение «впереди» и «высоко» почти всегда воспринимается как позиция победителя и лидера, в то время как положение «позади всех» и «ниже всех» - как место аутсайдера, отстающего, проигравшего. Будущее в «наивной картине мира» связывается с моментом осуществления социального идеала, а настоящее подвергается критике, быстрота выполнения благоприятных действий оценивается положительно, а медленное продвижение вперед – отрицательно. Учитывая эти особенности, можно выделить специальный, темпоральный и кинестетический уровни восприятия реципиентом сообщения с доминирующей манипулятивной интенцией.



## 5. Специальный уровень

Специальное восприятие реципиента имеет ярко выраженный антропоцентрический характер: оно ориентировано относительно той системы координат, исходной точкой которой является естественная вертикальная поза человека, представляющего пространство [Пономарева 2007: 8]. Кроме того, пространственные координаты осмысляются как высокое или низкое в человеке, то, что впереди осознается как будущее, а оставшееся позади – как прошлое: проявление благородного начала обозначается посредством прилагательного высокий (высокие чувства, стремления, помыслы; в англ. яз. – *high aims*), недобрые замыслы обозначаются как низкие и низменные (низменные чувства, низкие побуждения, мысли; в англ. яз. – *low tricks*); ориентация вправо мыслится как «истинный» путь – праведный или правильный, *right roads*, как правда; верх воспринимается как кульминация некоторого состояния (*to be/sit on top of the world*), а низ - как символическое пространство «грехопадения» (*to be at the bottom of the class*) [Телия 1988: 173-203].

a) The Conservative contention is that *the central* problem is a failure of the benefits system to reward work. By contrast, for Labour *the central* and most pressing problem is the inadequate provision of work itself. Put simply, welfare to work requires there to be work.

(Douglas Alexander: Protecting better, demanding more: Labour's approach to welfare and work, <http://www.labour.org.uk>)

b) At our party conference we said we would support the Government in all the necessary action they had to take to save the financial system from *meltdown*.

(David Cameron: Labour are trying to rewrite economic history, <http://www.conservatives.com>)

c) We will make sure that all young people have access to more training, education, an internship or a place on a work programme that will give hope to the nearly one million young people who currently can't find a job.

It is vital that young black people are not left behind.

(Nick Clegg: Black youths should not be left behind ,  
<http://www.libdems.org.uk>)

#### 6. Темпоральный уровень

Процесс темпорального восприятия реципиента очень сложен, как и само понятие времени. Выделяют несколько видов времени: биологические, физическое, социальное и т. п. Как показывает анализ микротекстов предвыборных агитационных речей британских политиков, наиболее часто мишенями манипуляции становятся ассоциативное восприятие биологического времени (цикличность некоторых природных процессов, смена дня и ночи, сезонов года, традиционно прочно связанных в сознании человека с циклом его собственной жизни), а также восприятие социального времени как процесса развития общества. Существуют также стереотипные формы восприятия социального времени массовым сознанием: настоящее воспринимается скептически, а будущее мыслится как момент осуществления социального идеала. При этом наиболее неудачные периоды в истории страны продуценты стараются связать с партией оппонента, наиболее удачные – со своей партией.

a) We're living *at the dawn* of what I have called *the post-bureaucratic age* where true freedom of information makes possible a new world of people power, responsibility, citizenship, choice and local control.

(David Cameron: The power of social innovation,  
<http://www.conservatives.com>)

b) Think *back to the days when the world was convulsed by the economic crisis. The warnings of 30s-style depression*. The fear of mass unemployment, not seen since the Tory recessions of the past.

They were scary times. I will be honest – times when I too worried we would not be able to stabilise things, get the situation under control. But we did. We made the right calls. We had the right alliances. We took the right action.

(Gordon Brown: Economy speech in Coventry,  
<http://www.labour.org.uk>)

## 7. Кинестетический уровень

На кинестетическом уровне восприятия речи реципиент оценивает происходящее с точки зрения движения, его направления и скорости относительно себя как центра восприятия. При этом традиционно ощущение движения вперед принимается за показатель позитивных перемен, назад – негативных, высокая скорость положительных преобразований и благоприятных для реципиента действий воспринимается с одобрением, низкая – с порицанием и неудовольствием. Напротив, сообщение о высокой скорости неблагоприятных процессов вызывает тревогу и страх, информация о замедлении негативных тенденций – ощущение стабильности и покоя. Например:

a) I want to give everyone – no matter what their background or their circumstances – the chance to lift themselves up and make the most of their lives.

And an important part of that means tackling homelessness – giving everyone the security that a roof over their head brings.

The problem today is that *we're going backwards, not forwards* (регрессивное движение назад как результат действий партии оппонентов).

(David Cameron: Launch of the Homelessness Foundation,  
<http://www.conservatives.com>)

b) It is because I care so much about your jobs and living standards that I will fight, with all the energy and passion I can muster, to win the support for a majority Labour Government that *can take the economy and the country forward*.

(Gordon Brown: Economy speech in Coventry,  
<http://www.labour.org.uk>)

Сообщение о том, что партия продуцента способна вести экономику страны вперед (прогрессивное движение) нацелено на формирование у реципиента положительных ассоциаций с данной партией.

### ***3.2.1 Базовые эмоции как особая группа этофизиологических мишеней манипуляции массовым реципиентом***

Эмоции как объект исследования привлекали внимание ученых еще с древних времен, однако несмотря на давний интерес исследователей к изучению механизмов эмоционального поведения человека на настоящий момент не существует единой теории эмоций, объясняющей природу и функции данного феномена. Различные определения эмоций учеными-психологами отражают разные подходы к их изучению. Эмоции определяют как «нечто, что переживается как чувство (feeling), которое мотивирует, организует и направляет восприятие, мышление и действия (сложный феномен, включающий в себя нейрофизиологический, двигательно-экспрессивный и чувственный компоненты)» [Изард 2009: 136]; «одну из важнейших сторон психических процессов, характеризующую переживание человеком действительности и представляющую собой интегральное выражение измененного тонуса нервнопсихической деятельности, отражающееся на всех сторонах психики и организма человека» [Лебединский, Мясищев 1966: 237]; «физиологические состояния организма, имеющие ярко выраженную субъективную окраску и охватывающие все виды чувствований и переживаний человека – от глубоко травмирующих страданий до высоких форм радости и социального жизнеощущения» [Анохин 1964: 347]; «форму отражения действительности, сущность которой заключается в саморегуляции функций организма согласно требованиям условий внешнего мира» [Шингаров 1971: 159]; «ощущаемые индивидом тенденции к действию» [Arnold 1960: 27-29]. С развитием эволюционной психологии и этологии все большую популярность стала приобретать генетическая теория эмоционального поведения человека, представители которой рассматривают эмоции как врожденное явление, связанное со строением человеческого организма. Концепция генетической природы

эмоций предполагает, что способность испытывать те или иные эмоции передается генетически из поколения в поколение и что физиологические механизмы, связанные с эмоциями, возникли у далеких предков человека в результате эволюции.

1. Не менее различны и подходы ученых к классификации эмоций. Известно, что одна из первых классификаций эмоций принадлежит Аристотелю, который среди основных эмоций человека выделял такие, как гнев, кротость, любовь, ненависть, страх, доверие, стыд, бесстыдство, благожелательность, жалость, возмущение, зависть, презрение [Stanford Encyclopedia of Philosophy, <http://www.science.uva.nl/~seop/entries/aristotle-rhetoric/>]. Интересной представляется классификация эмоций У. МакДугалла, который связывал эмоции с действием определенных инстинктивных программ: инстинкту бегства соответствует первичная эмоция страха, инстинкту неприятия – отвращение, инстинкту любознательности – удивление, инстинкту агрессивности – гнев, инстинкту самоуничтожения – смущение, инстинкту самоутверждения – воодушевление, инстинкту родительской любви – нежность [McDougall, [http://www.brocku.ca/MeadProject/McDougall/1926/1926\\_03.html](http://www.brocku.ca/MeadProject/McDougall/1926/1926_03.html)].

П.В. Симонов классифицирует эмоции в зависимости от величины потребности человека, возможности ее удовлетворения и характера действий: преодоления, защиты, нападения [Симонов 1961: 154]. В.К. Вилюнас, делит эмоции на ведущие (сигнализирующие о неудовлетворенности потребностей и побуждающие к поиску целевого объекта) и ситуативные (возникающие в результате оценок этапов поведения и побуждающие действовать либо в прежнем направлении, либо менять поведение) [Вилюнас 1990: 98]. В.О. Леонтьев выделяет шесть групп эмоций по источнику их происхождения: эмоции, связанные с удовлетворением-неудовлетворением личных потребностей человека; эмоции, возникающие в результате сравнения некоторого объекта, самого себя или своих действий со

своими же нормами, стандартами, правилами, убеждениями; эмоции, возникающие в результате сравнения объекта с общественными правилами и нормами; эмоции, возникающие в связи с потребностями других людей; эмоции, возникающие в результате взаимных отношений с другим человеком; эмоции, возникающие на основе презрения [Леонтьев 2002: 124]. Существуют и другие классификации эмоций, предложенные как отечественными, так и зарубежными учеными.

Важным моментом в становлении теории эмоций стало введение понятия «базовой» (фундаментальной, первичной) эмоции. По мнению признанного авторитета в области исследования эмоций К. Изарда, базовые эмоции представляют собой генетически обусловленные явления, «имеющие под собой естественные основания», то есть возникающие по причинам, «которые являются общими для всех людей, независимо от их национальности, культурных и социально-экономических условий жизни, уровня образования». При этом К. Изард выделяет базовые эмоции интереса, радости, удивления, печали, гнева, отвращения, презрения и страха на основании следующих общих критериев:

- базовые эмоции имеют отчетливые и специфические нервные субстраты;
- базовая эмоция проявляет себя при помощи выразительной и специфической конфигурации мышечных движений лица (мимики);
- базовая эмоция влечет за собой отчетливое и специфическое переживание, которое осознается человеком;
- базовые эмоции возникли в результате эволюционно-биологических процессов;
- базовая эмоция оказывает организующее и мотивирующее влияние на человека, служит его адаптации [Изард 2009: 187].

Создатель психозволюционной теории эмоций Р. Плутчик также выделяет несколько базовых эмоций, прототипами которых являются восемь

базовых адаптивных реакций человека. Так, прототипом страха, по мнению Р. Плутчика, стала поведенческая реакция протекции или самосохранения, призванная обеспечить избегание опасности или вреда путем бегства или любого другого действия, увеличивающего расстояние между организмом и источником опасности. Эмоция гнева возникла на основе поведенческой реакции разрушения, призванной разрушить барьер, препятствующей удовлетворению важной потребности. Предпосылкой для возникновения ненависти и отвращения стала адаптивная поведенческая реакция отвержения через избавление организма от чего-либо непригодного. Прототипом радости и экстаза стало репродуктивное поведение, определяемое терминах приближения, тенденции к сохранению контакта и смешивания генетических материалов [Plutchik 1972]. При этом эмоция (переживание) является центральным звеном в восьми гипотетических моделях *стимульное событие – подразумеваемая когниция – переживание – поведение – эффект* (см. Таблицу №1):

Таблица № 1

<i>Стимульное событие</i>	<i>Подразумеваемая когниция</i>	<i>Переживание</i>	<i>Поведение</i>	<i>Эффект</i>
Угроза	«Опасность»	Страх, ужас	Бегство	Самосохранение
Препятствие	«Враг»	Гнев, ярость	Нападение, кусание	Разрушение
Потенциальный партнер	«Обладать»	Радость, экстаз	Ухаживание, спаривание	Воспроизводство
Потеря значимого индивида	«Заброшенность»	Печаль, горе	Призыв к помощи и воссоединению	Реинтеграция
Член группы	«Друг»	Принятие, доверие	Ухаживание, содействие	Аффиляция, присоединение
Отвратительный объект	«Отрава»	Отвращение, ненависть	Извержение, отталкивание	Отвержение
Новая	«Что там?»	Ожидание	Обследование,	Исследование

территория			организация	
Неожиданное новое	«Что это?»	Удивление	Остановка, тревога	Ориентация

Стоит отметить, что существует несколько классификаций базовых эмоций, созданных разными психологами, причем количество эмоций, обозначенных учеными в качестве первичных или базовых, колеблется от двух до десяти [Ortony 1990]. При этом почти все классификации содержат такие базовые эмоции, как *гнев*, *страх*, *радость*, *доверие* и *отвращение*. Анализ текстов предвыборных агитационных речей британских политиков показывает, что именно эти эмоции часто становятся мишенями манипуляции массовым реципиентом, что определенным образом подтверждает справедливость отнесения этих эмоций к первичным, генетически обусловленным реакциям человека.

Манипулирование эмоциями является эффективным в силу их упрощающей функции [Леонтьев 2002: 86]: эмоции упрощают процесс принятия решений, заставляя человека действовать, не рассуждая, не взвешивая логически все «за» и «против». Итак, базовые эмоции обладают всеми признаками эффективных мишеней манипуляции: коллективностью (есть у всех представителей массового реципиента); универсальностью (обеспечивают схожесть реакции); выполняют упрощающую функцию при принятии решений, обеспечивая таким образом, максимально быстрое достижение планируемого перлокутивного эффекта. При этом в процессе речевой манипуляции сохраняется одна из основных задач продуцента соответствующего микротекста: формирование стойких ассоциаций «положительные эмоции (*радость*, *доверие*) – продуцент, партия продуцента» и «отрицательные эмоции (*страх*, *гнев*, *отвращение*) – оппоненты продуцента, партии оппонентов продуцента».

Рассмотрим характерные особенности использования вербальных средств достижения соответствующих перлокутивных эффектов (*гнев*, *страх*,



*радость, доверие и отвращение*) продуцентами предвыборных агитационных речей.

### 1. Эмоция страха (тревоги)

Эмоция страха возникла в процессе эволюции как защита организма от всевозможных опасностей первобытной жизни [Щербатых, Ноздрачев, [http://www.sportmedicine.ru/phisio\\_fear.php](http://www.sportmedicine.ru/phisio_fear.php)]: эксперименты ученых показывают, что ситуации, связанные со страданиями и болью, очень быстро откладываются в памяти, а страх, возникающий в таких ситуациях, заставляет человека впоследствии избегать ситуаций, несущих страдание и боль [Щербатых, Ноздрачев, [http://www.sportmedicine.ru/phisio\\_fear.php](http://www.sportmedicine.ru/phisio_fear.php)]. Более широко страх рассматривается как реакция на угрозу неудовлетворения некоторой потребности, направленная на избегание этой угрозы и удаление от опасного объекта [Леонтьев 2002: 115]. Состоянием, противоположным страху, является спокойствие и сопутствующая ему когниция безопасности и возможности удовлетворения текущей потребности. Таким образом, основой манипулирования с запланированным перлокутивным эффектом страха (тревоги, паники) становятся ассоциации «оппонент продуцента – причина страха, источник страданий, связанных с вероятностью неудовлетворения текущих потребностей реципиента» и «продуцент – избавление от страха, гарант безопасности и возможности удовлетворения текущих потребностей реципиента». При этом для достижения соответствующего перлокутивного эффекта часто используются такие вербальные средства, как лексема-номинант (*fear, alarm, panic* и др.), лексема-ассоциант (*danger, risk, death, war, bomb*, названия природных катаклизмов и др.), такие ассоцианты, как метафоры и сравнения, создающие соответствующие образы. Например:

a) This report puts clear blue water between us and Gordon Brown.

It is *hope versus fear*.

The current Prime Minister wants you *to fear* the future, reign in your aspirations, share his cautious, suspicious view of the world and cling to Nurse Brown *for fear* of finding something worse!

But that has never been the British Way.

The *threats* to our planet from Climate Change are unprecedented.

Within our lifetime, the consequences of global warming are potentially *catastrophic*.

But we do have a choice.

We can be players on the field, looking for solutions.....

(Greg Barker: We can meet the challenge of climate change and improve our quality of life, <http://www.conservatives.com>)

Пример а) представляет собой манипулятивный микротекст, построенный на вербализованной продуцентом ассоциативной оппозиции (*hope versus fear*). При этом с эмоцией страха связывается нежелание оппонента (партии власти) менять сложившуюся экологическую ситуацию (описывается лексемами-ассоциантами *threat, catastrophic*), что угрожает реципиенту потерей среды обитания, обеспечивающей удовлетворение основных потребностей. Партия продуцента при этом представляется как занимающая активную позицию в жизненно важном вопросе сохранения среды обитания (метафора *players on the field* как противопоставление оппонентам, представляющему в данном вопросе пассивного наблюдателя), и способная находить соответствующие решения, помогающие избежать угрозы.

b) It was only a year ago that the world was looking over a precipice and Britain was *in danger*. I knew that unless I acted decisively and immediately, the recession could descend into a great *depression* with millions of people's jobs and homes and savings *at risk*.

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

В примере b) производитель представляет себя в роли спасителя от состояния, вызывающего страх и депрессию (*Britain was in danger*), формируя положительные ассоциации реципиента со своей партией, как способной не допустить ситуаций, вызывающих страх.

c) Fuel bills are up. Water bills are up. Food bills are up. And council tax bills are up.

People will continue to build personal debt in order to pay these bills.

*The people of Wales are now sitting on a personal debt time bomb which in the current economic climate could well go off.*

This is a crisis of Labour's making. But at Westminster and in the Assembly they have no answers for solving it.

(Nick Bourne: Vulnerable failed by Labour over rising fuel bills,  
<http://www.conservatives.com>)

В примере c) состояние тревожности нагнетается с помощью параллельных синтаксических конструкций, содержащих эпитетический повтор (...*bills are up*). Эффект усиливается с помощью военной метафоры, создающей образ бомбы замедленного действия. Эксплицитно называемый оппонент производителя (*a crisis of Labour's making*) представляется реципиенту как источник проблем, вызывающих страх.

## 2. Эмоция доверия (принятия)

Не секрет, что политик, вызывающий доверие электората, имеет большие шансы на успех на выборах. Известная психологам, социологам и лингвистам оппозиция предвыборного агитационного дискурса «свои – чужие» построена именно на когнициях, связанных с эмоциями доверия (принятия) и враждебности (непринятия). «Своим» признается политик, хорошо знающий и разделяющий чаяния и нужды народа, «чужим» – политик, не принимающий потребностей массового реципиента и не

стремящийся их удовлетворить. Кроме того, при манипуляции доверием часто используются понятия истины и лжи. Партия производителя при этом представляется в виде группы людей, не допускающих нечестного поведения по отношению к массовому реципиенту, а партия оппонентов – группа людей, погрязшая во лжи в своем стремлении удержать власть. Согласно теории Плутчика, эмоция принятия (доверия) возникла в результате принятия человеком полезных для его организма пищи и воды. Исходя из этого можно предположить, что доверие вызывает производитель, способный доказать свою полезность и бесполезность оппонента. Например:

a) How do we get the economy moving? How do we get growth going? How do we make sure that growth is sustainable?

And here there's a really big choice.

*Labour say the economy will collapse unless they keep on wasting your money.*

Then, when things start getting better they want to impose a thwacking great jobs tax.

*The Liberal Democrats say: well, they say a lot of things.*

First they said that the call from business to stop the jobs tax is nauseating.

Then they said that the jobs tax is actually damaging and needs to be stopped, but they haven't got a clue how to do it.

*They're like a pair of designer flip-flops that fall apart after the first five minutes.*

*We say: this jobs tax will kill the recovery.*

Because here's something the other parties always forget.

Government isn't the same thing as the economy.

*Real growth only comes when make it easier for people like you to start a business, take people on and grow.*

So we're going to cut Labour's waste to stop their jobs tax.

We have said we will save one pound for every one hundred pounds the Government currently spends to stop this recovery killer.

*And today, people running over 1200 businesses agree with our plans.*

They know, like I know, that asking government to save some money isn't asking too much.

It's called getting more bang-for-your-buck, and without it, they wouldn't survive.

So it's time we brought some business sense to government.

*I think you're going to feel a real difference if we win that election.*

There's going to be the unmistakable sense that Britain is back open for business.

*Because we're a party that is instinctively pro-enterprise and pro-ambition - respect for business is hardwired into our DNA.*

(David Cameron: Labour's jobs tax will kill the recovery

<http://www.conservatives.com>)

Микротекст а) представляет собой отрывок из речи лидера Консервативной партии Великобритании Дэвида Кэмерона, ориентированный на использование базовой эмоции доверия в качестве мишени манипуляции массовым реципиентом. Первая часть микротекста представляет собой сравнение утверждений трех партий-оппонентов с точки зрения их полезности для реципиента. При этом экономическая позиция партии лейбористов, представляемая продуцентом как основанная на использовании денежных ресурсов реципиента, мыслится как лишенная пользы и недостойная доверия. Позиция либерально-демократической партии показывается неясной (*well, they say a lot of things*) и поэтому также не заслуживающей доверия. Соответствующий эффект усиливается с помощью сравнения партии оппонента с некачественными сандалиями, готовыми развалиться после пяти минут ношения (*They're like a pair of designer flip-flops that fall apart after the first five minutes*). Позиция партии продуцента (*We say:*

*this jobs tax will kill the recovery*) в данном случае совпадает с мнением народа, что вызывает доверие реципиента. Озвученная продуцентом «истина из низов», с которой не хотят соглашаться партии оппонентов (*Real growth only comes when make it easier for people like you to start a business, take people on and grow*) и ссылка на поддержку большой группы электората (*people running over 1200 businesses agree with our plans*) также призваны вызвать доверие реципиента. Микротекст завершается метафорой (*respect for business is hardwired into our DNA*), которая выполняет роль интенционального интенсификатора транслирующего речевого акта обещания (*I think you're going to feel a real difference if we win that election*), содержащего призыв к голосованию за партию продуцента.

b) Change that you can *trust*.

Four steps, right there on the front cover of our manifesto. Step one. Fair taxes that put money back in your pocket. Under the Liberal Democrats, you will not pay tax on the first £10,000 you earn. You will get £700 back. If you and your partner both work, you will get £1,400. If you're working part-time and wondering whether it's worth it to take on more hours – it will be. If you're on benefits and wondering whether it's worth it to get a job – it will be.

But some people will have to pay more to make that possible; we are being totally open about that.

We will close loopholes that unfairly benefit those at the top. Clamp down on tax avoidance. Introduce a new mansion tax. And increase aviation duties. It's because we are being completely straightforward about those tax rises that *you can put your trust* in our tax cuts.

(Nick Clegg: Speech at Liberal Democrat manifesto launch,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Микротекст b) содержит лексему-номинант планируемого перлокутивного эффекта (*trust*). Примечательно, что данная лексема-номинант содержится во вводящем и завершающем речевых актах

микротекста, основное содержание которого составляют имплицитные промиссивные речевые акты, целью которых является объяснение того, почему реципиент данного сообщения может доверять его продуценту (...*you will not pay tax on the first £10,000 you earn. You will get £700 back. We will close loopholes that unfairly benefit those at the top*).

c) But, for Labour, effective opposition will never be enough. We cannot and should not be a party that is simply against doing things. Regaining people's *trust* and support means showing we have an alternative approach than that proposed.

(Douglas Alexander: Protecting better, demanding more: Labour's approach to welfare and work, <http://www.labour.org.uk>)

В примере c) используется лексема-номинант планируемого перлокутивного эффекта (*trust*). Заявление о том, что партия дорожит доверием массового реципиента, и стремится его удержать, нацелено на достижение данного перлокутивного эффекта.

### 3. Эмоция гнева (возмущения)

По мнению психологов, гнев возникает при наличии препятствия, мешающего удовлетворению текущей потребности [Леонтьев 2002: 143]. Кроме того, гнев является естественной реакцией на обиду, оскорбление, огорчение, асоциальное поведение, несправедливость. Ограничение физической и психологической свободы или возможность такого ограничения также может стать причиной гнева. Таким образом, существует достаточно большое количество ассоциаций, способных вызвать гнев массового реципиента («оппонент – обида», «оппонент – оскорбление», «оппонент – несправедливость» и т.п.). Рассмотрим вербальные средства формирования подобных ассоциаций.

a) For years, decades, *politicians have been treating the public like mugs*, pretending that we have all the answers. Just give us some power we say, let us pass a few more laws, issue a few more regulations, spend a bit more of your

money - and it will all get miraculously better. But change doesn't work like that. If it did, we wouldn't need an election because we'd be living in utopia by now. If this whole leave-it-all-to-government approach had all the answers, *Wales wouldn't have been left so far behind, with the highest rates of unemployment and child poverty of any country in the UK*. No. The idea that change comes from government alone is a lie. A big lie.

(David Cameron: Welsh Manifesto launch,  
<http://www.conservatives.com>)

В данном примере перлокутивный эффект гнева достигается с помощью указания на оскорбительное отношение политиков к народу (*treating the public like mugs*). Кроме того, на возмущение и гнев потенциального реципиента, представленного жителями Уэльса, рассчитана информация о результатах деятельности правительства, задевающая национальную гордость слушателей (*with the highest rates of unemployment and child poverty of any country in the UK*).

b) The scale of the deficit we are dealing with at the moment is enormous. £175bn this year. 12 and a half percent of GDP.

A deficit of which the Government thinks up to £80bn is structural, meaning it will not be eliminated by anticipated economic growth.

One of the worst myths being peddled by some within both Labour and Conservative parties at the moment is that the deficit can be eliminated simply through better management, efficiency drives and waste reduction. As if we can reduce public spending by as £80bn or more a year without anyone noticing. That is not true, and it is wrong to pretend otherwise. Even efficiencies usually mean redundancies, and that means more people out of work. The truth is that to eliminate the deficit, we are going to have to look in detail at everything the government does... And some of them will simply have to stop.



(Nick Clegg: Speech on winning people over for deficit reduction,  
<http://www.libdems.org.uk> )

Продуцент примера b) планирует достичь перлокутивного эффекта гнева за счет изобличения во лжи (*myth, not true, to pretend*) представителей партий-оппонентов. Массовый реципиент особенно остро реагирует на ложь во время избирательных кампаний, поэтому фальшивые факты вызывают гнев и недовольство его представителей.

c) But when we have *more pensioners living in poverty than anywhere else* in Western Europe, when his *£100 billion tax raid has destroyed private pensions*, when *more and more people have been dragged into the hated means test*, when *social care penalizes those who have worked hard and saved hard by forcing them to sell their home*, when *Gordon Brown now proposes a new death tax*, taking up to *£50,000 of your estate when you die to pay for your care*, when *some of our eldest and most vulnerable people are too scared to walk along streets they've lived on for decades*, just where is that compass pointing? Just whose side is he on?

(David Cameron: Our pensioner pledge,  
<http://www.conservatives.com>)

Пренебрежительное отношение к старикам и детям считается возмутительным в любом обществе. Заботливое отношение к более слабым, которых представляют дети и пожилые люди, коренится даже не в нравственных ориентирах цивилизованных сообществ, а в правилах племенной морали, имеющих древнюю инстинктивную природу. Именно поэтому информация о правительственных законах и реформах, ущемляющих пенсионеров, вызывает гнев реципиентов и создают негативную характеристику оппонента.

#### 4. Эмоция отвращения (непринятия)

Происхождение эмоции отвращения кажется ученым достаточно очевидным: она появилась от первичных вкусовых ощущений и чувства голода [Изард 2009: 149] и связана с базовой реакцией отстранения и

отталкивания того неполезного, что не может быть принято организмом. Будучи отрицательной эмоцией, отвращение используется в качестве мишени манипуляции массовым реципиентом для создания негативного образа оппонента. Чаще всего для достижения перлокутивного эффекта отвращения продуцентами манипулятивных сообщений используются лексемы-номинанты (*disgust, detest, repugnant, repulsive* и т.п.) и соответствующие лексемы-ассоцианты.

a) Every child born in Britain this year will be staggering along under Gordon Brown's debt. £17,000 each to be precise, which will take them decades to pay off. I believe there is something *morally repugnant* about this Labour Government sacrificing tomorrow for the political convenience of today. And, I believe, so does the vast majority of this country. For the first time in generations, parents are looking at their children and questioning if they will have a better life than they themselves had.

(David Cameron: Labour's Debt Crisis campaign launch,  
<http://www.conservatives.com>)

В примере а) для достижения соответствующего эффекта используется лексема-номинант (*repugnant*).

b) The Chief Constable of Cheshire said earlier this week that anti-social behaviour in Britain is “out of control”. And most people agree. A recent poll showed that half of British people feel more frightened on the streets than they did a decade ago. And it’s not just the fear that matters – it’s the damage to our quality of life. *Vomit* and broken glass in the town centres. Graffiti and *litter and urine* in the stairways of blocks of flats. Fly-tipping in country lanes.

Aggression and foul language on the train and the bus ... general disrespect... all the little acts of aggression and ugliness that people have to put up with in the course of a day. Is all this an inevitable feature of life? I don’t believe so.

(David Cameron: Youth crime and measures to reduce it,  
<http://www.conservatives.com>)

Лексеммы-ассоцианты, номинирующие понятия, с которыми ассоциируется планируемый перлокутивный эффект отвращения (*vomit, urine, litter*), ассоциируются с партией оппонента и правительством, так как, исходя из описания продуцента, именно партия власти допускает подобные отвратительные ситуации в стране (*anti-social behaviour in Britain is “out of control”*).

c) Inspectors found rooms so cold residents were forced to wear their coats, homes that smelled of faeces or urine, and one home where standards were so appalling that inspectors issued a notice under the Police and Criminal Evidence Act in order to take photographic evidence.

Other reports noted:

- Bags of used incontinence pads left outside attracting vermin
- Dining rooms with food stuck to chairs and walls
- A resident living in a room where the ceiling had fallen in
- Commode bowls and urine bottles left to soak in a bath
- Flies in every room of one home
- Dirty razors that may have been shared by residents left in bathrooms

(Norman Lamb: England’s dirtiest care homes must be shut down,  
<http://www.libdems.org.uk> )

В примере с) планируемым перлокутивным эффектом является создание ассоциации «оппонент – отвращение» за счет описания соответствующей ситуации с использованием таких ассоциантов, как *faeces, urine, used incontinence pads, vermine, commode bowls*. В микротексте также используется лексема-номинант *appalling*.

##### 5. Эмоция радости (удовольствия)

Эмоция радости возникает у человека в результате удовлетворения какой-либо потребности, успешного завершения какого-либо дела,

совместной деятельности с другими людьми при наличии общих интересов, обладания чем-либо желаемым и т.п. В предвыборном агитационном дискурсе перлокутивный эффект радости чаще всего может быть достигнут при обещании желаемого (при условии, что реципиента удалось убедить в искренности обещания), при эксплицитно выраженном признании заслуг реципиента и иной форме похвалы (удовлетворение потребности в признании и самореализации), при ощущении принадлежности к большой группе людей, разделяющей общие интересы и преследующей общие цели. Например:

a) In particular I would like to thank the members of the Luton Commission on Community Cohesion, which is *a superb example* of the way in which a community can work together. The town has remained true to its original vision of ‘sticking together’, working across age, religious and ethnic boundaries to promote *a tolerant, strong, vibrant community*. That is why I think Luton is the *perfect place to set out my vision for an open, confident Britain*.

(Nick Clegg speech: An Open, Confident Society,  
<http://www.libdems.org.uk> )

Перлокутивный эффект радости может быть вызван речевым актом благодарности, похвалы и признания заслуг, как в микротексте а). Продуцент выражает восхищение местом, в котором произносит свою речь, используя эпитеты с положительной коннотацией (*superb, tolerant, strong, vibrant*).

a) We are *proud* of our country and the way it has changed since 1997. It is just too easy to forget. Our public services were a byword for decline; today they have been transformed. Our large cities were reeling from two savage recessions; today, despite the global economic crisis, they have a renewed prosperity and civic pride. People were paid £1 an hour; today the minimum wage and tax credits provide the dignity of a living income. The welfare state simply did not understand working women and families. Today, with family-friendly working and better childcare it has at last begun to do so.

(Gordon Brown: Forword to Manifesto,  
<http://www.labour.org.uk>)

Данный микротекст представляет собой последовательность ассертивных речевых актов, в которых сообщается о результатах труда, достигнутых партией продуцента. Так как данные результаты очевидны и радостны (*We are proud of our country and the way it has changed since 1997*), создается нужная ассоциативная связь.

b) We are going to change the way this country is run to empower people to come together and solve problems together.

Not government on its own. Not individuals on their own. But we, the people, together - coming together, working together, achieving together, making this country better, together.

(David Cameron: Welsh Manifesto launch,  
<http://www.conservatives.com>)

Определенный эффект радости и восторга возникает при ритмическом повторении «положительных» идей (эффект заразительного скандирования). В данном примере эксплуатируется идея общности, включенности в группу большого числа людей, стремящихся общими усилиями создать лучшее общество.

Как показывает анализ речей британских политиков, базовые эмоции часто используются продуцентами данных манипулятивных сообщений в качестве мишеней манипуляции. При этом основными средствами актуализации таких эмоций, как страх, доверие, радость, гнев и отвращение являются лексемы-номинанты и лексемы-ассоцианты, используемые продуцентом в микротекстах предвыборных агитационных речей, представляющих собой сложные речевые акты с определенным планируемым эффектом. Вспомогательными средствами актуализации базовых эмоций, определяющими «форму» сообщения, могут быть средства создания образа, повторы и некоторые другие средства.

### **3.3 Социально-эволюционные мишени манипуляции массовым реципиентом и особенности их актуализации**

В отличие от этофизиологических мишеней манипуляции, представляющих собой инстинкты и собственно физиологические особенности восприятия реципиента, социально-эволюционные манипулятивные мишени есть не что иное, как характерные особенности и свойства массового сознания на конкретном этапе развития общества. При этом в качестве свойств массового сознания, представляющих особый интерес для продуцента-манипулятора, мы предлагаем рассматривать следующие:

#### **1. Порог доступности**

Исследователи, изучающие содержание массового сознания, утверждают, что идеи, играющие в нем достаточно значительную роль, не могут представлять собой сложных теоретических построений [Маслов 2003: 14], так как массовое сознание отличается ограниченными познавательными способностями. Анализ текстотипов предвыборных агитационных речей показывает, что, определенным образом «подстраиваясь» под порог доступности массового сознания [Грушин 1987: 310-314], продуцент-политик придерживается стратегии намеренной симплификации выражаемых им идей. С лингвистической точки зрения соблюдение принципа доступности для массового (неспециализированного, фольклорного) восприятия проявляется в использовании большего количества метафор, экспликативных (разъясняющих) фраз, лексем и фраз со значением достижения перлокутивного эффекта понимания, повторов фактической информации, отступлений в виде примеров из жизни, мнемически максимально усваиваемых простых синтаксических конструкций.

Например:

a) We have four years and seven months before the next election. 1690 days. We're not going to waste a single second. There is no time for the old go-slow, timid governments of the past. We're keeping our eyes on the horizon, not on the headlines. *Building, brick by brick*, day by day, the changes Britain needs.

(Nick Clegg: speech to Autumn Conference,  
<http://www.libdems.org.uk> )

b) You spoke of having to cut costs, of having a bonfire of inefficiencies, but I must point out that, over the past 10 years, it is this Labour Government *that has created the firewood*. We identified 1 per cent of savings that would be achievable in our manifesto commitments, but your numbers seem very unachievable. After all this time of waiting for the draft budget, *it reminds me of a pot of jam; our pot is very small, and instead of concentrating the jam on front-line delivery of services, you have spread it very thin* - no doubt to appease Plaid and your backbenchers, with all their ideological pet projects.

(Angela Burns: Frontline services to suffer under Labour-Plaid budget,  
<http://www.conservatives.com>)

Несмотря на то, что в примере а) бытовая метафора выполняет скорее эмфатическую функцию, созидательный образ строительства призван наглядно объяснить характер намерений представляемой продуцентом партии, планирующей быстро, но прочно (*brick by brick*) «построить» для страны необходимые перемены.

Достаточно яркий образ маленького горшочка с джемом, который приходится сильно экономить и потому «намазывать очень тонким слоем», используемый в примере б), позволяет продуценту сообщения объяснить реципиенту – носителю массового сознания сложную ситуацию с бюджетом, создавшуюся в результате неправильных действий партии оппонентов, оценка которых также представлена метафорически (*that has created the firewood*) вместо перечисления конкретных действий.

a) *I want to explain how* the old way of doing things – the top-down government model – has run its course. And *I want to explain how* the Conservative Party will be different, of how we instinctively understand that real change – proper change – comes from below– from people, not government. That has some big consequences, *which I will try and explain*. First, though, *I want to explain* why we need new answers to old problems. Britain has social problems which have been around for generations, high crime rates, poor public health, rising family breakdown to name three and many of them keep getting worse.

(David Cameron: The power of social innovation,  
<http://www.conservatives.com>)

b) *Let me be clear*: increasing disregards, lowering taper rates and simplifying benefits are all good things to do. Indeed it is what we did in government: tackling poverty traps and making work pay.

(Douglas Alexander: Protecting better, demanding more: Labour’s approach to welfare and work, <http://www.labour.org.uk>)

c) But what does green growth mean?

*It means jobs. It means* investment pouring into the UK, and exports pouring out.

(Chris Huhne: Green Deal is a massive economic opportunity,  
<http://www.libdems.org.uk>)

В примере а) повтор пропозиции речевого акта волеизъявления с последующим экспликативным глаголом (*I want to explain*) определенным образом подготавливает реципиента к последующим разъяснениям относительно заявленной фактической информации. Это своеобразный стимул к концентрации на объясняемом факте, сигнализирующий реципиенту о необходимости сосредоточиться на определенной мысли продуцента. В примере б) продуцентом для этих же целей используется выражение *to be clear*, а в примере с) - повтор фразы *it means* с последующим разъяснением. Стоит отметить, что в экспликативных фразах, вводящих



разъяснения и наглядные примеры, наиболее часто используются такие лексемы и лексемные сочетания, как *to explain, to clarify, to mean, to make clear, to give an explanation, to throw light upon smth* и некоторые другие.

Языковые средства, номинирующие перлокутивный эффект понимания предоставляемой продуцентом фактической информации (такие лексемы и лексемные сочетания, как *to understand, understandable, quite clear, explicit, transparent* и т. п.), программируют данный эффект, не допуская возможности обратного. Кроме того, данные средства создают эффект ссылки на авторитетность мнения массового реципиента, представляя явления и процессы действительности как осознаваемые и понимаемые всеми без исключения, а также разделяемые партией продуцента (ощущение общности сознания). Например:

a) This brings us to the vexed question of the Joint Strike Fighter. *It is understandable* that savings should be sought in America's defence equipment programmes. Other things being equal, *it is also understandable* that regard should be had to America's own not to anyone else's priorities.

(Liam Fox: Security and Defense-Making sense of the special relationship,  
<http://www.conservatives.com>)

b) *It is quite clear* that this vision faces serious challenges. Most obviously, the grave threat of home-grown terrorism. One of the most important tasks for the Coalition Government is to guard against this danger..

(Nick Clegg: An Open, Confident Society,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Повторы фактической информации или ключевых лексем (морфем) сообщения, чаще всего содержащиеся в информативном компоненте речевых актов и применяемые для соблюдения принципа порога доступности, обеспечивают своеобразный эффект «заучивания». Они облегчают процесс восприятия информации и возвращают массового реципиента к основной

мысли продуцента сообщения. Такие повторы не всегда выполняют эмфатическую или персуазивную функцию. Например:

a) I want to explain how our plans for our health service fit into *our wider vision for the country*...

...the change this will bring...

...and what it means for you and your colleagues in nursing.

*Our vision for the country is based on one simple value: responsibility.*

(David Cameron: Speech to the Royal College of Nursing,

<http://www.conservatives.com>)

b) But it is essential that the support continues. In previous *recessions unemployment* kept rising for years after *recession* finished, because the Conservative government had turned its back. We've always said we expected *unemployment* to *increase* until the summer. But that's why it's so vital to keep *increasing* help for the *unemployed* through the Future Jobs Fund and the Job Guarantee, not cut it all back and destroy jobs as the Conservatives would d

(Ivette Copper: Too soon to cut jobs help,

<http://www.labour.org.uk>)

Отступления в виде примеров из жизни (часто из жизни самого продуцента) также обеспечивают принцип соблюдения порога доступности и создают эффект близости к реципиенту, его потребностям и проблемам. Частные примеры из обыденной жизни доступно и наглядно объясняют носителям массового сознания причины тех или иных действий продуцента, сложные механизмы политической и экономической жизни страны, давая продуценту возможность избежать специальных терминов и тем самым быть понятным, конкретным и доступным. Например:

a) Another area where we are now setting the agenda is poverty. I think many people were struck by the response of our conference to the point that I made about *the crushing marginal tax rates on the poorest in society*. I gave *the example of a single mum with two kids earning just £150 a week. With the withdrawal of*

*benefits and additional taxes, for every extra pound she earns she keeps just four pence.*

(David Cameron: Setting out our progressive priorities,  
<http://www.conservatives.com>)

В примере а) экономическое явление (*marginal tax rates*), причины возникновения и последствия которого могут быть непонятны носителю массового сознания, объясняются с помощью частного примера из жизни матери-одиночки.

b) But it is perhaps Sean and Marie's case that gets to me most.

They live in cramped private accommodation, but the rent swallows all of Sean's salary. Money got very tight when Marie stopped work to have the baby 10 months ago.

Sean did his best. He managed to get a few hours extra work each week. But it wasn't enough. They juggled expenses on their credit card to buy basics and then the debts mounted up. They went into arrears.

When they came to see me they had already been warned about eviction. They were frightened. But I don't think they had the faintest clue about the depths of the nightmare that was likely to engulf them.

I hear a lot of stories like these. Because the stories are so similar, I usually know how it will end.

Let me take a moment to tell you what happens to people like Sean and Marie, up and down the country, every single day.

Usually, councils won't house people in this situation until they're evicted. On the day they're evicted they must arrive at the housing department with their children in one arm and their belongings in the other. If they're lucky, they'll get a B&B for a few nights while the council look at their case.

But then, as they were evicted because they didn't pay the rent they will be found intentionally homeless and will be given just a few days before being turfed out on their ear.

They'll struggle to rent anywhere else because of bad references and a ruined credit rating.

There's no safety net.

Couples like Sean and Marie don't just live in Brent; there are similar stories in towns and villages all over the country.

(Sarah Teather: Conference speech on housing,  
<http://www.libdems.org.uk>)

В примере b) с помощью наглядного примера продуцент объясняет несостоятельность жилищных реформ, проводимых партией оппонентов (партией власти), а также доказывает неспособность оппонентов предоставить всем представителям массового реципиента крышу над головой, что является одной из основных потребностей человека.

Анализ текстотипов предвыборной агитационной речи показывает, что информативные интенциональные компоненты речевых актов, совершаемых продуцентами-политиками, редко бывают оформлены в виде сложных синтаксических конструкций с большим количеством причастных и иных оборотов, парентетических внесений и т.п. Очевидно, что соблюдение принципа порога доступности в данном случае связано с мнемическими особенностями человека и объемом его кратковременной памяти. Иначе говоря, чем короче вербальное выражение каждой конкретной идеи продуцента, тем больше вероятности, что она будет понята реципиентом. Например:

a) And so I say to the British people the election to come will not be about my future – it's about your future. Your job. Your home. Your children's school. Your hospital. Your community. Your country.

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

## 2. Принцип целесообразности

Исследователи содержания и свойств массового сознания отмечают тот факт, что значимыми для его носителей могут быть только идеи, касающиеся сферы актуальных интересов масс [Маслов 2003], непосредственно связанные с повседневными потребностями людей, их привычками и образом жизни [Здравомыслов 1980: 79]. Данный философский принцип перекликается с лингвистической теорией релевантности Уилсон и Спербера, которые утверждают, что лишь при условии релевантности информации возможна правильная интерпретация интенции говорящего на уровне метарепрезентаций [Sperber 1994: 179-198]. Если предположить, что результатом процесса языковой манипуляции должна стать правильная (запрограммированная, нужная манипулятору) интерпретация интенций продуцента, то можно утверждать, что принцип целесообразности является одной из ключевых мишеней воздействия на массового реципиента. Стоит также отметить, что принцип целесообразности тесно связан с вышеописанным принципом порога доступности. Однако если последний больше связан с формой подачи информации и ее вербального оформления, то принцип целесообразности больше касается непосредственного содержания сообщения продуцента. Например:

a) We will offer the British people the chance to vote for the four steps that are essential for a fairer Britain.

Only four. But they are four big changes – more significant than anything Labour or the Conservatives will offer at this election - that together will reshape the country we live in.

*Fair taxes. A new, fair start for all children at school. A rebalanced, green economy. And clean, open politics.*

(Nick Clegg: Four steps to a Fairer Britain,  
<http://www.libdems.org.uk>)

В микротексте а) перечисляются основные задачи партии продуцента, выполнение которых релевантно для каждого представителя массового реципиента.

b) And, under this Labour government, we can all see what I call a broken society. I'm sure you know what I mean.

*More marriages breaking down. Rising levels of violent crime. Record truancy rates from schools. More domestic violence. Increasing numbers of suicides. Too many young people, especially young men, with no role models, running wild in our communities.*

And we need to deal with a whole range of other social problems facing us.

(Liam Fox: Together we will win,  
<http://www.conservatives.com>)

Пример b) представляет собой микротекст из предвыборной агитационной речи одного из представителей Консервативной партии Великобритании. Микротекст содержит перечисление проблем, релевантных для всех носителей массового сознания в данном сообществе, доказывая тем самым осознание данных проблем продуцентом и его стремление взять на себя обязательство по их решению.

### 3. Ожидание осуществления социального идеала

Недавние исследования в области проблем утопии, эсхатологии, революционного сознания и ряда других явлений культуры показали, что ожидание осуществления социального идеала является доминирующей моделью осмысления исторического будущего в массовом сознании. Кроме того, данный феномен демонстрирует укорененность в фундаментальных свойствах сознания человека [Маслов 2003: 8]. Очевидно, что социальный идеал (или лучшее будущее) является значимой мишенью манипуляции для продуцентов-политиков, чьи сообщения носят явный промиссивный характер. На основании интенционального анализа текстотипов предвыборной агитационной речи можно с уверенностью утверждать, что

интенция обещания является доминирующей в сообщения подобного типа. При этом партия продуцента представляется как инструмент достижения социального идеала, а партия оппонентов – как нечто, ему препятствующее, или нежелающее его осуществления. Микротексты, актуализирующие данную мишень, обычно содержат различные (эксплицитные и имплицитные) промиссивные речевые акты (см. Главу 2) и имеют футуральную ориентацию. Кроме того, это могут быть высказывания, которые можно назвать модально-интенциональными, то есть содержащими в пропозиции модальный глагол, указывающий на желание или возможность автора сообщения совершить действие, выраженное последующим интенциональным глаголом ряда промиссивов. Например:

a) *So in 2011, we will be arguing for a proper economic strategy rather than an economic policy reduced only to deficit reduction. We would have made cuts but the scale, pace and targeting of these changes is not just wrong, it holds us back from answering the bigger economic challenges we face: about where the jobs of the future are going to come from and how can we create an economy which works for all.*

*We will stand up for young people because the promise of progress should be that the next generation does better than the last. That is not what young people feel is being delivered when they face the burden of tens of thousands of pounds of student debt, or are told there will be no more help to stay on at school or college or to find a job.*

(Ed Miliband: New Year Message,  
<http://www.labour.org.uk>)

b) All this means that I'm seriously looking forward to my first visit to the South West as Conservative Chairman this week. On Friday, I'll be in Taunton to meet local party members and thank them for their incredible campaigning efforts this year. I'm afraid I can't promise that I'll be naming my kids after local villages.

But *I can promise* them that I'm going to be working incredibly hard for them over the coming years.

(Sayeeda Warsi: Radical programme includes a plan for more regional growth, <http://www.conservatives.com>)

#### 4. Бинаризм мышления и оценки

По мнению некоторых ученых, бинаризм мышления и оценки, свойственный человеческому (и массовому) сознанию, объясняется двоичным строением нашей нервной системы, дихотомическим устройством самого человека, обусловленным процессом «сравнения признаков» (*matching*), лежащим в основе нашей познавательной деятельности [Фет 2005: 321]. А.И. Фет в книге «Инстинкт и социальное поведение» приводит следующие доказательства своеобразной «эволюционной достаточности и рациональности» двоичного характера мышления живых организмов: «Азбука Морзе, долго использовавшаяся в телеграфии, была избыточной, поскольку содержала не только точку и тире, но еще и пробел (отсутствие знака, или интервал в сигнализации). Для передачи любого сообщения достаточно выдавать на каждом шаге один из двух сигналов или [...] выдавать или не выдавать единственный знак. Таким образом, простейший возможный алфавит двузначен, и эволюция воспользовалась именно этим алфавитом, чтобы выработать у живых организмов аппарат восприятия и обработки информации. Однако, несмотря на то, что и поведение человека, и поведение низших животных указывает на сходную двоичную структуру мировосприятия, мы склонны отнести бинаризм мышления массового сознания не к группе этофизиологических мишеней, а к группе мишеней социетально-эволюционных, так как в процессе эволюции человек выработал чрезвычайно сложную систему обработки информации, а идентичность выбора у разных людей не представляется возможной, даже в случае, если выбор осуществляется всего лишь из двух представленных позиций (например, голосовать или не голосовать за данную партию), тогда как для



низших животных выбор всегда является однозначным в связи с ограниченным количеством ситуаций выбора, детерминированным исключительно инстинктами и условиями существования. Несмотря на то, что попытки ввести промежуточные звенья в бинарные оппозиции, заложенные в мышлении человека (истинное – возможное – ложное), оформленном «в виде логических рассуждений, всегда построенных на дуализме истины и лжи не привели к интересным результатам» [Фет 2005: 323], можно утверждать, что человек всегда имеет возможность выбора промежуточного звена (серое в оппозиции черное - белое, оба правы/оба виноваты в оппозиции прав – виноват и т.п.). В связи с этим, любопытным представляется тот факт, что многие продуценты манипулятивных политических сообщений строят свои рассуждения по принципу бинарных оппозиций, намеренно навязывая реципиенту более примитивный тип мышления, не допускающий промежуточных звеньев. При этом само «внутреннее» свойство бинаризма мышления массового реципиента – носителя массового сознания поддерживает такой тип восприятия и оценки информации, представляя собой потенциально слабую мишень манипуляции. В текстотипах предвыборной агитационной речи свойство бинаризма мышления и восприятия информации проявляется в виде текстовых антитез и ключевой, обусловленной самой спецификой условий существования политического дискурса, оппозиции «положительно оцениваемое мы, свои» vs «отрицательно оцениваемое они, чужие». По сути, механизм манипуляции в данном случае сводится к формированию у реципиента единственно возможной «программы» выбора оценки: мы - это хорошо, правильно, полезно (защита, стабильность, покой, возможность удовлетворения потребностей и инстинктов); они – плохо, неправильно, вредно (угроза, тревога, невозможность удовлетворения инстинктов и потребностей). Текстовые антитезы, не привязанные к основной оппозиции, выполняют функцию «настройки» сознания на бинаризм. Например:

a) The first choice was this: whether markets left to themselves could sort out the crisis; or whether governments had to act. Our choice was clear; we nationalised Northern Rock and took shares in British banks, and as a result not one British saver has lost a single penny. That was the change we chose. The change that benefits the hard working majority, not the privileged few.

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

Пример а) содержит антитезы: *whether markets left to themselves could sort out the crisis; or whether governments had to act* и *the hard working majority, not the privileged few*, настраивающие сознание массового реципиента на бинаризм мышления указывающие на разницу между ситуациями до и после принятия соответствующего решения продуцентом данного сообщения.

По мнению некоторых ученых, необходимость наличия оппозиции «мы – они» («свои – чужие») при дифференциации племен и ранних человеческих групп, а также необходимость в обозначении этой дифференциации послужили причиной возникновения языка людей. Так, например, В. И. Абаев, предлагает следующую гипотезу возникновения языка в эпоху верхнего палеолита, связанную с данной оппозицией: "Одна человеческая орда ничем биологически не отличалась от другой. Новые, социальные оппозиции, пришедшие на смену биологическим, могли найти выражение и объективироваться только в символах. Такими символами и стали первые социально-обработанные звуковые комплексы, первые слова. Они обозначали примерно то, что мы выражаем теперь местоимениями "мы", "наше", в противоположность "не-мы", "не-наше". В этих первых социально-символических наречениях познавательный момент был нераздельно слит с оценочно-эмоциональным: "наше" означало "хорошее", "не-наше" дурное. Все двоилось в сознании первых человеческих коллективов, все делилось на "наше" и "не-наше". Быть может, историю человечества надо начинать не с появления первого каменного орудия или

первого глиняного горшка, а с того времени, когда сношения между человеческими группами, или, пользуясь выражением Герцена, их трение друг об друга, стало регулярным явлением и наложило определенный отпечаток на жизнь первобытного общества, на психику и поведение первобытных людей... Слово как символ коллектива теряет всякий смысл, если оно не противопоставляется другому символу другого коллектива. В одной, отдельно взятой, изолированной человеческой общине речь не могла зародиться, какого бы прогресса она ни достигла в других отношениях. Слово могло родиться только в контакте двух человеческих групп, как огонь высекается столкновением двух кремней. Начальная человеческая речь это "набор социоразличительных средств, т. е. знаков, служивших для различения одного коллектива от другого" [цит. по: Поршневу, <http://lib.ru/HISTORY/PORSHNEW/paleopsy.txt>].

Итак, оппозиция «свои (мы) – чужие (они)» является древнейшей оппозицией человеческого массового сознания. Можно предположить, что именно поэтому данное противопоставление является эффективной мишенью манипуляции в современном политическом дискурсе. На первый взгляд может показаться, что оппозиция «свои (мы) – чужие (они)» в применении к своей партии и оппонентам представляет собой несколько искусственное противопоставление, так как «противопоставляемые» являются членами одной социальной группы. Однако этология объясняет подобное разделение внутри одной группы действием феномена, получившего название «псевдовидообразования» [Лоренц 1998: 193]. Манипуляция феноменом псевдовидообразования, заключающаяся в обособлении партии оппонента как отдельного вида, не живущего по правилам «нашего» вида (не соблюдающего законы «нашей» морали), оформляющаяся в виде бинарных оппозиций, является очень продуктивной. Рассмотрим несколько микротекстов, реализующих подобные

противопоставления для выявления языковых средств выражения манипулятивной интенции при актуализации данной мишени.

### 1. Явное противопоставление

При данном типе противопоставления в микротексте присутствует прямая антитеза, выраженная с помощью антонимов (например, эпитетов). Часто при явном противопоставлении прямо называются названия партий или имена их лидеров или ведущих деятелей. Кроме того, частым показателем противопоставления в таких случаях является дискурсивный маркер оппозиции «but», выполняющий функцию разделения сравниваемых позиций. Чтобы показать явные различия между «своими» и «чужими», «плохими» и «хорошими», продуцент использует соответствующие лексемы-номинанты (например, *different, difference, contrast*). Например:

a) In the campaign over the next four weeks you will hear a lot about political reform.

*David Cameron* will talk about cutting the cost of politics.

*Gordon Brown* will talk about reforming the Lords.

Their words are a *smokescreen for the truth*: both of them would do anything to protect the *corrupt two-party stitch up and secrecy of Westminster*. That's the reason they've blocked serious reform every step of the way - to keep things exactly the way they are.

If Labour and Conservatives get their way, the Parliament returned on 6 May *will be no different* from the one being dissolved this weekend.

If Labour and Conservatives get their way, only the faces will change.

*All the corruption and all the sleaze...*

*All the big money and all the backroom dealings...* will remain.

Only *the Liberal Democrats* can be trusted on political reform.

*Labour and the Conservatives* talk about it. We will make sure it happens.

The choice in this election is simple. *Old, corrupt politics with Labour and the Conservatives*. Or *open transparent fair politics with the Liberal Democrats*.

(Nick Clegg: Speech on Political Reform,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Пример а) представляет собой микротекст, построенный на основе явного противопоставления, так как в нем прямо обозначаются названия партий оппонентов и имена их лидеров (*Labour, the Conservatives, David Cameron, Gordon Brown*). Политика оппонентов характеризуется с помощью лексем, содержащих негативную коннотацию (*smokescreen, corrupt, secrecy, sleaze, backroom*), в то время как для описания реформ своей партии продуцент использует лексемы с положительной коннотацией (*trusted, open, transparent, fair*). Эффект противопоставления усиливается с помощью синтаксического параллелизма и анафорических повторов (*David Cameron will talk about cutting the cost of politics. Gordon Brown will talk about reforming the Lords; If Labour and Conservatives get their way, the Parliament returned on 6 May will be no different from the one being dissolved this weekend. If Labour and Conservatives get their way, only the faces will change; Old, corrupt politics with Labour and the Conservatives. Or open transparent fair politics with the Liberal Democrats*).

b) “As *Conservatives* we have a clear idea of what constitutes good government. And the very first duty of government is to uphold the law and to make the citizens secure. *Labour* just can’t grasp that. Their priorities are all wrong. They permit what shouldn’t be legal; they ban what shouldn’t be banned; and they allow hardened criminals to flourish.”

(David Davis: Action on drugs and crime,  
<http://www.conservatives.com>)

В данном микротексте явно называемая оппозиция *Conservatives – Labour* ассоциируется с противопоставлением, поддерживаемым оценочными эпитетами *good – wrong* (*good government – wrong priorities*). Кроме того, продуцентом (также с помощью микротекстовой антитезы) актуализируется такая мишень реципиента, как потребность в безопасности (*to make the*

*citizens secure – to allow hardened criminals to flourish*). Противопоставление усиливается имплицитно выраженной собственно коммуникативной интенцией обвинения, представленной на поверхностном уровне информативным компонентом и персуазивным компонентом, экспликатором которого является повтор синтаксической конструкции (*They permit what shouldn't't be legal; they ban what shouldn't't be banned; and they allow hardened criminals to flourish*).

c) *The Tory plans are a disastrous mixture of cuts, waste and theft of Government ideas.*

Tory plans to cut Train to Gain would deny over 350,000 people the chance to get vocational qualifications that are proven to bring pay increases and promotion. Their plans to increase the number of apprenticeships *are less ambitious than Labour plans* to create 150,000 new apprenticeships and they would *waste* millions of pounds on paying for apprenticeships that are already being completed.

(John Denham: Tory cuts to Train to Gain shows shallow salesmanship,  
<http://www.labour.org.uk>)

Микротекст c) также является примером использования явного противопоставления, так как продуцентом прямо называются сравниваемые стороны (*Tory, Government, Labour*). Показателем противопоставления служит также соответствующий маркер (*than*) и грамматическая форма эпитета, выраженного прилагательным (*less ambitious* – прилагательное, положительно характеризующее партию продуцента, для оценки действий оппонента используется в сравнительной степени, указывающей на меньшую степень присутствия признака). Для характеристики оппонентов также используется эпитет с негативной коннотацией (*disastrous*).

## 2. Косвенное противопоставление

При косвенном противопоставлении прямо называется лишь одна из сравниваемых сторон. Отсутствуют микротекстовые антитезы типа *Labour –*

*Conservative* или *we – they*. Часто описываются совершенные или предполагаемые действия лишь одной из сторон, причем негативная оценка продуцентом действий противника подразумевает, что его действия будут прямо противоположными. Таким образом осуществляется противопоставление. Так как положительный сценарий гипотетических действий продуцента только подразумевается в качестве желательной для электората перемены, показателями косвенного противопоставления часто являются такие лексемно-номинанты, как *change, replace, instead, alternative, choice* и т. п.

а) Today thousands of our fellow countrymen are afraid – afraid to stay in their homes, afraid to leave them; afraid to summon help, afraid not to; afraid to barricade their doors, afraid to be trapped behind them. But in *Conservative Britain* I want the criminals to be afraid - afraid of being caught and afraid of being punished.

(David Davis: Action on drugs and crime,  
<http://www.conservatives.com>)

Анализируемый микротекст содержит косвенную ссылку на противника (*today – при настоящем правительстве*), но прямое указание на сторону, представляемую продуцентом (*Conservative Britain*). Манипулятивная интенция нацелена на актуализацию базовой эмоции страха (повтор лексемно-номинанта *afraid*) [Осипова 2005: 35]. Противопоставление строится на представлении неадекватности (с точки зрения закона) ситуации: при настоящем правительстве боятся простые жители, тогда как бояться должны те, кто их пугает (*our fellow countrymen are afraid - I want the criminals to be afraid*). Кроме того, притяжательное местоимение *our*, употребляемое с существительным *fellow countrymen*, усиливает ассоциативную оппозицию «свои» - «чужие» (*our fellow countrymen – their* [имплицитное] *criminals*). Эффект противопоставления также усиливается соответствующим маркером (*but*).

b) I hope that *Labour* will come to terms with the truth of their legacy. I hope they will come up with ideas to help lift Britain out of their economic slump.

Where they do, we will listen.

*But until they come up with a credible economic plan, they are irrelevant to the biggest debate in our country – the future of our shattered economy.*

(Chris Huhne: Speech on Labour's legacy,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Микротекст b) является примером косвенного противопоставления, так как в нем описываются ожидания от действий лишь одной партии – партии оппонентов продуцента данного сообщения (*Labour*), которая в настоящее время, по мнению продуцента сообщения, не может представить надежного плана действия по борьбе с экономическим кризисом в стране (*But until they come up with a credible economic plan, they are irrelevant to the biggest debate in our country – the future of our shattered economy*). Эффект оппозиции в данном примере усиливается за счет воздействия на этофизиологическую мишень манипуляции массовым реципиентом «особенности проприорецептивного восприятия», так как партия оппонента ассоциируется с чем-то пошатнувшимся и нестабильным (*our shattered economy*).

### 3. Оценочное противопоставление

При оценочном противопоставлении упор делается на эмоциональную оценку действий противника. Это своеобразное обращение к сфере базовых эмоций аудитории. В таких микротекстах часто присутствует эмоционально окрашенная лексика (например, эпитеты), выразительные средства и средства создания образа, но не приводятся факты, которые можно проверить, статистика, цифры и т. п. Основными мишенями манипуляции при этом являются такие чувства и эмоции реципиентов, как страх, национальная гордость, стыд, вина и т.п.



a) No pussy-footing around. No telling people what they want to hear. People have had enough of spin and smirk; they just want someone who'll make things work. It's no use being a man of destiny if you can't be bothered with details. People don't want a date with destiny. They just want a date with a dentist.

(Michael Howard: Our hope is for a better Britain,  
<http://www.conservativefuture.com>)

Основное противопоставление данного микротекста – бездействующее, не заботящееся о насущных нуждах простого народа правительство («чужие») и сторона продуцента, готовая действовать на благо народа («свои»). Микротекст вводится номинативными предложениями, первое из которых содержит лексему с негативной коннотацией, указывающую на пассивность противника (*pussy-footing*). Выражение мнения от лица народа с использованием собирательного существительного (*People have had enough*) является элементом интеграции, подчеркивающей принадлежность продуцента к «своим» и понимание им потребностей аудитории.

b) Cameron and Osborne have *an Alzheimer's strategy*: a fervent hope that the country will lose its collective memory of Conservative government.

These days the Tories simply *don't seem to know what they stand for*. They don't even seem to believe in tax cutting any more.

Or perhaps I am being a little unfair. They do have a programme of targeted tax cuts. Top priority target is a further inheritance tax cuts designed to favour dead millionaires. Dead millionaires are clearly at the heart of the Tory core vote strategy.

*We, on the other hand, have been consistent and right in our analysis of the UK economy.*

(Vince Cable: Speech in Liverpool,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Данный микротекст является классическим примером оценочного противопоставления через эмоции без представления аргументов,

сопровождающимся употреблением соответствующих языковых средств (*an Alzheimer's strategy, consistent, right*). Противоположность позиций продуцента сообщения и его оппонентов подчеркивается с помощью маркера сравнения (*on the other hand*).

c) David Cameron paints a bleak picture of Britain; grabs hold of tragic but isolated incidents to show Britain in the worst possible light.

We do face serious challenges. But Labour offers *an honest appraisal of these problems and real solutions – rather than statistical mendacity and trite homilies*.

Labour *by contrast* have made clear that we will give the police the tools they need to keep us safe.

(Alan Johnson: Labour will give police the tools they need,  
<http://www.labour.org.uk>)

В примере c) оценочное противопоставление осуществляется при помощи оценочных лексем (*honest, real, mendacity, trite*) и маркеров противопоставления (*but, rather than, by contrast*).

#### 4. Логическое противопоставление

Данный тип противопоставления основан на убеждении через обращение к логике аудитории. Здесь присутствуют цифры и статистика, а также частные примеры уже совершенных действий другой стороны, нацеленные на отрицательную характеристику.

a) Under Labour out of 100 crimes committed, only 3 result in a conviction. In Tony Blair's Britain, more and more people see the decent majority as another soft touch. They're bending the rules; they're trying it on; they're flouting the law. That's the reality of Britain under Labour – and it's time to bring it to an end. We need a change of culture. A return to the values of decency, discipline and respect. For that we need a change of Government.

(David Davis: "Action on drugs and crime",  
<http://www.conservatives.com>)

В информативном компоненте имплицитного ассертива, которым вводится данный микротекст, приводятся статистические данные, позволяющие аудитории сформировать далеко не лестное мнение о партии, допустившей подобную статистику. Сама партия, как и ее лидер, при этом называются прямо. Однородные информативные компоненты косвенного речевого акта обвинения, представленные с помощью параллельных синтаксических конструкций, подчеркивают принадлежность противника к «чужим» и «плохим» (*They're bending the rules; they're trying it on; they're flouting the law*). Противопоставление завершается альтернативой, выражаемой продуцентом в виде обособления (*they're flouting the law - return to the values of decency, discipline and respect*).

b) Household savings have virtually *collapsed* in the rush to spend. Personal debt has *more than doubled* in a decade to well over *1 trillion pounds*. Almost *20%* of all household income is now set aside for debt service; *as against 13% in 1997*. For first time buyers the figure *is around 40%*. I have been warning of this for over three years. But repeatedly, and complacently, *Gordon Brown* denied that there was a problem. Now, those who are over borrowed, or suffer loss of income, job, illness or relationship breakdown, are increasingly unable to pay. Every day *nearly 300 people face insolvency and 75 family homes are repossessed*; *Gordon Brown* must take personal responsibility.

(Vince Cable: Treasury Speech,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Логическое противопоставление микротекста b) основано на статистике, приводимой продуцентом сообщения. Цифры, озвученные продуцентом сообщения, указывают на ошибочную финансовую политику оппонента, что также обозначается соответствующей лексемой-номинантом (*collapsed*). При этом подразумевается, что действия продуцента и его партии были бы прямо противоположными.

Довольно часто описанные выше виды противопоставлений, нацеленные на бинаризм мышления массового реципиента, осуществляются одновременно в одном микротексте. В таких случаях можно говорить о смешанном противопоставлении. Однако общими лингвистическими средствами лингвистической реализации противопоставления являются лексемы-номинанты и их производные (*difference, contrast* и т.п.) и маркеры оппозиции (*but, versus, instead of* и т.п.).

Стоит отметить, что наиболее часто в качестве мишеней манипуляции бинаризм мышления массового сознания и псевдовидообразование, реализующееся в ключевой оппозиции «мы – они», используются в момент завершения предвыборных кампаний и приближения выборов (General Election). В этот период текстотипы предвыборных агитационных речей содержат целые взаимосвязанные кластеры микротекстов, нацеленных на актуализацию исследуемых мишеней через противопоставление. Например:

a) We need action now to cut the enormous deficit.

Labour say if you just so much as touch the deficit, if you do anything in this coming year the country will tip back into recession.

That is completely wrong.

It's not taking *action* that risks the recovery, it's *inaction* - just sitting there and putting things off while our country slides into the danger zone of *lower* confidence and *higher* interest rates [...]

Take the economy. *Labour think* you get the economy moving by opening up the big government toolbox, pulling out the old tools like regional development agencies and new initiatives and trying to crank it to life from on high. *We understand* that in the end it's not government that will get the Welsh economy growing it's enterprise, it's entrepreneurs, people with a great idea and the courage to start their own business. That's why we'll cut corporation tax rates, abolish taxes on the first ten jobs created by new businesses and get people off welfare and into work.

And look at our *different approach* to our biggest social problems. *Labour* say we're wrong to talk about mending our broken society. *But* when there are towns in Wales where one in five of the working age population live on benefits when one in ten are on some type of incapacity benefit when there are 140 violent crimes a day in this country when about 500 people in Wales die each year from alcohol when so many children are deprived the structure of stable family life how can you pretend our society doesn't need mending? We need a government that's going to face up to the facts, roll up their sleeves and get on with the job. That's exactly what *we'll do*. It's our ambition to make Britain the most family-friendly country in Europe, by recognising marriage in the tax system, supporting couples in the benefits system and fighting back against crime.

And *there is a massive difference in the way Labour and the Conservatives see our politics*. *Labour* see a system that is fundamentally sound but just needs a bit of tinkering to sort out the expenses scandal. *We* see a top-down, bossy, power-hoarding, unaccountable relic that needs to be re-built from the bottom up. Yes, we'll sort out expenses - and we've been leading the way on that - but we need to go much further. We will give everyone in Wales a sense that they are in control of their own destiny. That's why we'll reduce the number of MPs, cut Whitehall bureaucracy by a third and make our politics more local, more transparent and more accountable.

*That's the difference between Labour and the Conservatives. Inaction vs action. Defeat vs optimism. Despair for Wales vs hope for Wales.* There's no iron law that says Labour must win in Wales. So at this election, I want you to get out there and fight, fight for our party and fight for the change we want bring above all, fight for Wales and fight for the future of Britain.

(David Cameron: Getting our country moving again,  
<http://www.conservatives.com>)

Данный пример представляет собой большую часть предвыборной агитационной речи лидера Консервативной партии Великобритании Дэвида

Кэмерона (ныне действующий премьер-министр Великобритании), произнесенную им накануне выборов. Как мы видим, противопоставление является основой данной речи. Оппозиция «свои – чужие» вводится с помощью лексико-грамматических антонимов (*action – inaction*) и микротекстовой антитезы, настраивающей на бинаризм мышления (*lower – higher*). Далее продуцент прибегает к смешанному противопоставлению, явно называя стороны оппозиции (*Labour – Conservatives*), ссылаясь на статистику, используя оценочные эпитеты (*top-down, bossy, power-hoarding*). На протяжении всего текста речи продуцент использует соответствующие лексемы-номинанты (*different approach, massive difference*) и маркеры оппозиции (*but, versus*). Финальный (обобщающий) микротекст речи представляет собой своеобразную конвергенцию средств актуализации избранной продуцентом мишени манипуляции: лексема-номинант (*difference*), прямое обозначение противопоставляемых сторон (*Labour, Conservatives*), использование антонимов с маркером оппозиции (*Inaction vs action. Defeat vs optimism. Despair for Wales vs hope for Wales*).

Изучение текстотипов предвыборной агитационной речи британских политиков показывает, что мишени манипуляции «бинаризм мышления и оценки» и оппозиция «мы – они» могут актуализироваться не только с помощью абсолютной оппозиции по схеме «два объекта – два противоположных признака или свойства» (две партии, «плохая» и «хорошая»), но и по следующим моделям логической операции сравнения:

- «один объект – один признак в разной степени» (1. «наша партия – раньше «хуже», но сейчас «лучше»; 2. «их партия – раньше лучше, но сейчас «хуже»): сравнение в диахроническом аспекте;

- «два объекта – один признак в разной степени» (1. «их партия – «хорошая», но наша «лучше»): сравнение в синхроническом и диахроническом аспектах;

- «один объект – два противоположных (взаимоисключающих, противоречащих друг другу признака или свойства одновременно» (в случае с партией оппонента часто актуализирует базовую эмоцию недоверия).

Лингвистически реализация противопоставления через сравнение по степени присутствия одного и того же признака или свойства происходит с использованием соответствующих лексико-грамматических маркеров (*than, not the same, changed, more, -er* у прилагательных и т.п.). Например:

a) We've got big problems in this country, and we need to make big changes to solve them - and that's why we're saying to people who have never voted Tory before: *We are not the same old Conservative Party. We have changed. We are a party for the mainstream majority in our country, and we need your help to stop five more years of Gordon Brown and to make the changes we need to get the country back on its feet.*

(David Cameron: "Never voted Tory before" campaign,  
<http://www.conservatives.com>)

В данном примере сравнение происходит по модели «один объект – один признак в разной степени». Иными словами, один и тот же объект (*Conservative Party*) сравнивается сам с собой в разные временные периоды по определенному признаку (в данном случае по признаку меньшей или большей ориентированности на широкие массы населения (*We are a party for the mainstream majority*)).

b) In fact I think it is reasonable to argue that *Labour did more to reform welfare than any post war government. We inherited a system with little support and limited conditions. And we made real progress on both.*

(Douglas Alexander: Protecting better, demanding more: Labour's approach to welfare and work, <http://www.labour.org.uk>)

В микротексте b) происходит сравнение результатов работы в разные временные периоды. Используются соответствующие грамматические формы (*more*) и коннотация (*progress*).

c) I want you to keep *two pictures of Wales in your mind*.

*First, an image of Wales under Labour*. Limping on with high unemployment, increasing child poverty and a government who puts this country in the same bracket as a developing nation. Then alongside that, *a vision of Wales with a Conservative government*. It would be *a more confident* Wales, with public spending under control and the deficit being cut. *A more prosperous* Wales, with enterprise unleashed and jobs created. And a *more family-friendly* Wales, with marriage recognised in the tax system and parents given *more time* with their children.

(David Cameron: Good government costs less with the Conservatives, <http://www.conservatives.com>)

В микротексте с) сравнение происходит по модели «два объекта – один признак в разной степени». Два прямо называемых объекта (*under Labour, with a Conservative government*) противопоставляются по признакам *confident* (при Консервативной партии обещается *more* (маркер сравнения) *confident*), *prosperous* (при Консерваторах подразумевается *more prosperous*), *family-friendly* (при Консерваторах подразумевается *more family-friendly*) и признаку наличия у реципиента времени на детей (при Консервативной партии обещается *more time*).

В некоторых случаях бинаризм мышления и оценки массового реципиента актуализируется при помощи указания продуцента на выбор между «черным» и «белым», где черное – возможность выбора, несущего негативные последствия для страны, а белое – единственно правильный выбор, который сделала или собирается сделать партия продуцента. Таким образом сравнение и противопоставление происходит между двумя состояниями страны – реальным и гипотетическим. Часто подобное противопоставление сопровождается маркерами *choice, or, whether, between*. Например:



The first *choice* was this: *whether markets left to themselves could sort out the crisis; or whether governments had to act. Our choice was clear; we nationalised Northern Rock and took shares in British banks, and as a result not one British saver has lost a single penny. That was the change we chose. The change that benefits the hard working majority, not the privileged few.*

And we faced a second big *choice* – *between letting the recession run its course, or stimulating the economy back to growth. And we made our choice; help for small businesses, targeted tax cuts for millions and advancing our investment in roads, rail and education. That was the change we chose - change that benefits the hard working majority and not just a privileged few.*

And then we had a third *choice, between accepting unemployment as a price worth paying, or saving jobs. And we in Britain made our choice, it's meant half a million jobs saved. And so Conference even in today's recession there are 29 million people in work. 2 million more men and women providing for their families than in 1997.*

And then we faced the mortgage *choice –to do nothing as repossessions rose or save the family homes people have worked so hard to buy. 200,000 homeowners given direct government support to stay in their home. That was the change we chose – change that benefits the mainstream majority and not just a few.*

And then we faced another *choice; between going our own way, or acting with other countries. And everybody knows the choice we made – we picked internationalism over isolationism, leading the G20 to a global deal that will save 15 million jobs.*

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

### **3.4 Жанрово обусловленные мишени манипуляции массовым реципиентом в политическом дискурсе**

Среди выделяемых нами групп мишеней манипуляции (этофизиологические, социально-эволюционные и жанрово обусловленные), последняя группа является наиболее специфической, так как набор и характер данных мишеней зависит от функций и целей участников интеракции, основных свойств и атрибутов речевого жанра, в рамках которого осуществляется манипулятивное воздействие.

Предвыборная агитационная речь и текстотип предвыборной агитационной речи как фиксированная форма устного сообщения продуцента-политика, распространяющаяся с помощью средств массовой информации, представляются нам наиболее типичной единицей политического дискурса, обладающей всеми его свойствами и особенностями, а именно:

- целенаправленностью воздействия (манипулятивное сообщение нацелено на обеспечение заранее спланированного перлокутивного эффекта, представляющего собой нужное продуценту поведение реципиентов или их отношение к определенным событиям и другим участникам политической интеракции, например, негативное отношение к оппонентам);

- скрытостью первичной интенции (манипулятивное намерение реализуется имплицитно);

- эффективностью манипулятивного воздействия (за счет высокой степени влияния на массового реципиента самого канала передачи и репрезентации сообщения);

- адресацией массовой аудитории (объектом манипулятивного сообщения является массовый реципиент, обладающий определенными, известными продуценту, свойствами и особенностями сознания);

- использованием специфических речевых средств (для осуществления манипулятивной интенции продуцент прибегает к определенному арсеналу речевых приемов и тактик) [Никитина 2006: 104-106].

К свойствам жанра предвыборной агитационной речи можно отнести и его своеобразную ритуальность. Само продуцирование этого сложного речевого акта можно считать ритуалом, так как текстотип предвыборной агитационной речи представляет собой текст, построенный по определенному образцу, продиктованному особенностями ситуации и условий его реализации. Кроме того, сам результат кампании, в рамках которой продуцируются данные манипулятивные тексты, - процесс голосования, проводящийся по определенным правилам, - также имеет все признаки ритуала (заполнение бюллетеней, опущение бюллетеней в урну и т.п.). Именно ритуальностью, т.е. заведомо известной, традиционной последовательностью действий участников данного жанра (продуцент, оппоненты продуцента, реципиент) можно объяснить такое его свойство, как осознание реципиентом возможности факта манипулятивного воздействия при доминирующем промиссивном характере сообщения. Иными словами, слушающему известна конечная цель продуцента предвыборной агитационной речи – убедить реципиента отдать свой голос (совершить ритуал голосования) в пользу партии оратора с помощью обещаний (обещание – практически единственный вербальный манипулятивный прием, осознаваемый массовым реципиентом).

Таким образом, можно выделить «действия жанра» и «отношения жанра», имеющие потенциальную возможность стать жанрово обусловленными мишенями воздействия (назовем их мишени-акции и мишени-аттитуды).

Основной мишенью-акцией жанра предвыборной агитационной речи является, несомненно, сам процесс выбора и голосования. Нужный продуценту выбор путем голосования собственно и является целью

манипулятивного сообщения продуцента. Можно сказать, что лексемы-номинанты (*vote, choose, choice*), обозначающие желаемый для продуцента результат, эксплицируют общий дистантный перлокутивный эффект всего комплекса речевых актов и микротекстов, составляющих текст сообщения продуцента. Довольно часто говорящий прибегает к повтору данных лексем и их производных, например:

a) Be demanding.

*Vote for what you believe in.*

*Vote with your heart.*

If you once voted Labour but have lost hope. If you once voted Conservative but don't know what they stand for any longer. If you have given up voting altogether because nothing ever seems to change. *Vote* for something different this time.

*Vote Lib Dem: get fairness.*

*Vote Lib Dem: get change.*

*Vote for what you believe in...* or you will wake up on May 7th facing another five years of more of the same.

This is your chance.

This is your opportunity – for the sake of our future, do not waste it.

*Choose the Liberal Democrats.*

(Nick Clegg: Speech to Liberal Democrat Spring Conference,  
<http://www.libdems.org.uk>)

b) After 10 years hard Labour, *we're the real choice* for education in Wales:

- *The real choice* for students and teachers.
- *The real choice* for Headteachers.
- *And the real choice* for parents.

Educational failure is no longer inevitable, no longer acceptable, and we'll do our very best to improve standards in all Welsh schools.

(Nick Bourne: A real choice for Wales in Education,

В качестве мишени-акции жанра предвыборной агитационной речи можно рассматривать и совершение продуцентом промиссивных речевых актов. Данные речевые действия являются доминирующими в текстотипах, функционирующих в пределах исследуемого жанра, что обусловлено таким подверженным воздействию свойством массового сознания, как ожидание осуществления социального идеала. Однако для манипуляции на жанрово обусловленном уровне (или на уровне осознания реципиентом ритуальности жанра) более интересными представляются мишени-аттитуды, связанные с промиссивностью.

В нашем исследовании мы определяем мишень-аттитуд (от англ. attitude – *отношение*) как подвергающееся воздействию отношение реципиента манипулятивного сообщения к неотъемлемым атрибутам жанра (его участникам и их традиционным, ритуальным действиям). В рамках жанра предвыборной агитационной речи мы выделяем следующие мишени-аттитуды:

- мишень-аттитуд «оппонент продуцента и его группа (партия)»;
- мишень-аттитуд «продуцент и его группа (партия)»;
- мишень-аттитуд «традиционная промиссивность сообщения»;
- мишень-аттитуд «предполагаемая цель продуцента».

Рассмотрим способы актуализации данных мишеней в предвыборных агитационных сообщениях политиков.

Мишени-аттитуды «оппонент продуцента и его группа (партия)» и «продуцент и его группа (партия)» тесно взаимосвязаны и являются наиболее используемыми мишенями воздействия, так как одной из промежуточных манипулятивных целей продуцента предвыборной агитационной речи является представление своей партии в выгодном для реципиента свете, а партии (партий) оппонентов – в невыгодном. Отношение к оппоненту преподносится в виде готовой, часто озвученной с помощью прямого

дерогативного речевого акта, формулы восприятия, а priori представляемой в качестве разделяемого всеми общественного мнения по поводу умственных способностей, удачливости, компетентности и других качеств оппонента. Например:

a) Unsurprisingly, Labour's *failed* "efficiency agenda" has given efficiency a bad name. As something much talked about, but seldom delivered; some kind of "soft option".

It won't be a soft option if I become Chief Secretary.

The savings required to reduce the deficit over a sensible timescale and to restore confidence in the British economy will be made. That much should be in no doubt.

But, *just as any fool can spend money - Gordon Brown has demonstrated that in spades - so any fool can cut a budget.*

(Philip Hammond: Doing more with less,  
<http://www.conservatives.com>)

В данном микротексте для оценки степени успешности оппонента (*Labour's*) продуцент использует лексему-номинант (*failed*) и повторяющуюся дерогативную лексему (*fool*) в применении к прямо называемому имени лидера партии оппонентов (*Gordon Brown*). Стоит отметить, что в микротекстах, актуализирующих рассматриваемую нами мишень-аттитуд, довольно часто используются такие лексемы-номинанты и их дериваты, как *fail, fiasco, defeat, disaster* и т.п.

b) Our Government just isn't listening. It keeps the public at arms length with layers of *confusing, impersonal and inefficient bureaucracy*. Faceless Britain. Where *form-filling and paper pushing have become a national sport*.

I could at least understand it if the computerised bureaucracy replacing human face-to-face contact was doing the job properly.

But when it comes to Government IT systems, the computer can't even say no. The Department's lost the file.

Is it really a surprise that *millions of people feel powerless*? This sense of *helplessness - of not being able to control your own life - is a blight on our society*.

It breeds *anger, cynicism and fear*. It creates hopelessness. *Frustration*. It is fertile breeding ground for *extremism*.

This is *broken politics*. This is not the society that I want to live in. This is not the society I want my children - any of our children - to live in. This is not a Liberal Britain.

(Nick Clegg: Speech to Bournemouth 2008 rally,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Мишень «оппонент и его партия» актуализируется в данном микротексте с помощью характеристики результатов деятельности партии оппонента (партии власти). Для создания негативных ассоциаций с оппонентом используются эпитеты с негативной коннотацией (*confusing, impersonal, inefficient, broken*), метафоры (*form-filling and paper pushing have become a national sport; sense of helplessness - of not being able to control your own life - is a blight on our society*), лексемы-номинанты (*anger, fear, frustration, hopelessness, frustration*). Таким образом партия оппонента представляется как группа людей, не достойных доверия, допустивших подобное положение дел в стране, не заботящихся о нуждах массового реципиента.

c) The Prime Minister, Mr. Speaker, always called himself the nation's bank manager - and so he has been.

He bet the nation's finances on a never ending property bubble and a City bonanza.

And now, *like every other failed Master of the Universe*, he's coming to the taxpayer and asking to be bailed out.

But he should remember this: that most bailouts start with a change at the top.

(George Osborne: Labour have failed to deal with the deficit,  
<http://www.conservatives.com>)

d) On 4th June they will have the opportunity, not only to vote for a strong team of MEPs to represent Britain in Europe, and not only to vote for county councils that truly look after the interests of their council taxpayers, but also to pave the way for change at the general election which can now only be one year away, an election in which they *can turn out the most financially disastrous, blindingly incompetent, grossly dishonest and disgustingly grubbiest of all the governments in the modern history of our country.*

(George Osborne: Taxpayers pick up the bill for Labour's irresponsibility,  
<http://www.conservatives.com>)

Данный микротекст является ярким примером использования дерогативных эпитетов с целью актуализации исследуемой мишени-аттитуда. Актуализация мишени-аттитуда происходит посредством гиперболы (*of all the governments*), а также с помощью эпитетов, выраженных прилагательными в превосходной степени, значение каждого из которых усилено наречиями-интенсификаторами.

e) *They are running around like headless chickens trying to save their own necks.* And once again, it will be the British taxpayer who pays the huge bill for the mistakes of Labour's age of irresponsibility.

(George Osborne: Taxpayers pick up the bill for Labour's irresponsibility,  
<http://www.conservatives.com>)

В примере f) информативная часть дерогативного речевого акта содержит сравнение, указывающее на беспомощность правящей партии и неспособность ее представителей заботиться о ком-либо, кроме себя. Эффект закрепляется с помощью лексем-номинантов *mistakes* и *irresponsibility*.

f) But I also said last year that the choices made by governments could reduce the severity and the length of the crisis – and *help people* through it.

That was the challenge.



And when the history of this period is written, this country and *this party will be proud.*

*Proud that the people who led the way in stopping recession turning into global depression were our Government and our Prime Minister Gordon Brown.*  
We intervened to stop the banks failing.

Not for the sake of the banks themselves.

But because the alternative would have been an economy in paralysis and employment in freefall.

(Alistair Darling: Speech to Labour Party Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

Целью микротекста g) является актуализация мишени-аттитуда «продуцент и его партия». Продуцент дает положительную характеристику своей партии, формируя нужные ассоциации. При этом используются соответствующие лексемы-номинанты и лексемы-ассоцианты (*help, proud*) и метафора пути и движения, упрощающая восприятие и актуализирующая этофизиологическую мишень «особенности восприятия пространства» (*the people who led the way in stopping recession turning into global depression were our Government and our Prime Minister Gordon Brown*).

Мишень манипуляции «традиционная промиссивность сообщения» представляется нам достаточно эффективной по причине того, что промиссивная интенция является доминирующей эксплицитной интенцией жанра предвыборной агитационной речи, что связано с таким фундаментальным свойством массового сознания, как ожидание осуществления социального идеала. Анализ афоризмов, пословиц и поговорок разных авторов и народов показывает, что отношение говорящего к своим обещаниям является своеобразным мерилем степени человеческой порядочности на протяжении многих веков. Еще в Священном Писании сказано: «Лучше тебе не обещать, нежели обещать и не исполнить» [Екклесиаст, <http://www.pravoslavie.uz/Bible/Bible/ekkl.html>]. В то же время

обещание является древнейшим инструментом обмана, основанным на надежде человека на то, что продуцент обещания действительно выполнит обещанное:

«Не жалея обещаний: они ведь нисколько не стоят –  
Право, каждый бедняк этим богатством богат.  
Лжива богиня надежд, но без неё не прожить»

[Публий Овидий Назон,  
<http://ancientrome.ru/antlitr/ovidius/ars/ars01.htm>].

О честности политиков электорат судит также по тому, выполняют ли они обещания, заявленные в период предвыборных кампаний и позже, находясь у власти, если выигрывают выборы, поэтому отношение продуцента и оппонентов как участников жанра к своим обещаниям становится выгодной мишенью воздействия. При этом продуценты стараются как можно больше заявить об обещаниях, выполненных ими и их партией, и обещаниях, не сдержанных оппонентами, формируя при этом соответствующие образы (положительный – свой, отрицательный – оппонента). Например:

a) In the face of Tory opposition Labour is fixing the NHS's hospitals, and *quicker than we promised*. These 100 hospital schemes mean a modern health service that meets patients' needs for excellent, free healthcare and a fair say in their NHS. Today's *success* shows our commitment to the NHS in action and delivering *real results*.

(Alan Johnson: Labour completes its 100 hospitals scheme two years early,  
<http://www.labour.org.uk>)

Продуцент микротекста а) заявляет об обещании, сдержанном его партией (*quicker than we promised*), что нацелено на создание положительного образа партии продуцента. Акцент на информации о сдержанных обещаниях и полученных успешных результатах деятельности

(*real results*) вызывает доверие массового реципиента и способствует формированию стойких положительных ассоциаций.

b) Remember *the four big promises we made in the election campaign*? For the first time in my lifetime, Liberal Democrats are able to deliver on those promises.

*We promised* no tax on the first £10,000 you earn. We've already raised the personal allowance by £1000. And in the coming years we will go further to put money back in the pockets of millions of low earners.

*We promised* more investment in the children who need the most help at school. It will happen at the start of the next school year.

*We promised* a rebalanced, green economy, a new kind of growth. Already we're taking action on the banks. We've set up a regional growth fund. There will be a green investment bank to channel money into renewable energy. These are the first steps to rewire our economy. New jobs, new investment, new hope.

And *we promised* clean politics. We're giving people the chance to change our voting system, cleaning up party funding and finally, a century after it should have happened, we are going to establish an elected House of Lords.

(Nick Clegg: Speech to Autumn Conference,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Микротекст b) также является примером создания положительного образа продуцента через сообщение информации о выполнении обещаний. Эффект усиливается с помощью анафорического повтора, содержащего лексему-номинант (*We promised*).

a) David Cameron said recently: 'Where you stand on the referendum says a lot about your politics. It says a lot about how much you value trust between the government and the governed. *If you make a promise in your manifesto, and the country votes on that manifesto, then you are honour-bound to keep that promise.*'

For me, this is a matter of trust; it is a matter of faith in politics. Our commitment to a referendum rests on the truth that, in a democracy, lasting

political institutions cannot be built without the people's consent and this cannot be achieved if the results of referenda are ignored *or promises to hold a referendum are abandoned*. The news stories of the past week have done terrible damage to the reputation of politicians and political institutions. **Now more than ever, we have to try to rebuild that by showing people that politicians can be worthy of trust and can keep their promises.**

(Timothy Kirkhope: Scottish Conservative Party Conference,  
<http://www.conservatives.com>)

Продюцент микротекста *a*) цитирует лидера своей партии, говорящего о том, что исполнение обещаний является делом чести (эпитет *honour-bound*), имплицитно давая негативную характеристику оппонентам, не сдержавшим обещания по поводу проведения референдума (и являющимися, таким образом, бесчестными и не достойными доверия людьми). При этом основной задачей своей партии продюцент видит возвращение утраченного доверия электората (*worthy of trust, keep their promises*).

b) This Queen's Speech is a time to judge the Government - not only on the last 12 years, but the last two and a half years when this Prime Minister's been in charge.

And there can only be one conclusion: this Government has been a monumental failure. *Every promise he's made has turned to dust. He promised "full employment".* In fact unemployment is almost half a million higher than when he became Chancellor.

*He promised to make Britain "the great global success story of this century".* Our economy has just been overtaken by Italy.

*And he promised three million new homes.* That was his boast when he became leader. In fact house-building in England today is at its lowest level since 1947.

*Think back to those big promises on the steps of Downing Street.* That his Government would be a government of all the talents. That he would always be

prudent on the economy. And that his moral compass would guide him in everything he did. Each one of those claims has been completely discredited. Take the Government of all the Talents.

*Where are they all now?*

(David Cameron: Queen's Speech is just another Labour press release, <http://www.conservatives.com>)

Достаточно объемный пример *b*) актуализирует исследуемую мишень с помощью микротекста, выстроенного в виде индуктивной аргументации: продуцент выдвигает тезис, за которым следует несколько аргументов, доказывающих его истинность. Тезис (имплицитный ассертивный речевой акт) содержит метафору (*promise he's made has turned to dust*), характеризующую обещания оппонента как нечто зыбкое и ненадежное (*dust*). Аргументы вводятся посредством анафорического повтора (*he promised*) и содержат данные (в том числе и статистические), доказывающие, что обещания, о которых идет речь, не были выполнены. Во второй части микротекста продуцент транслирует информативные части промиссивных речевых актов, некогда совершенных оппонентом (вводятся с помощью союза *that*), за которыми следует комментарий, содержащий основную мысль микротекста, выраженную с помощью лексемы-номинанта (*discredited*).

Анализ микротекстов, содержащих средства актуализации выделенных нами мишеней манипуляции показывает, что наиболее часто используемыми средствами их актуализации являются языковые единицы с метарепрезентативным потенциалом и соответствующие лексемы-номинанты. При этом можно выделить следующие метарепрезентативные единицы, актуализирующие мишень «традиционная промиссивность сообщения» и содержащие сему обещания:

- глаголы (*to promise, to vow, to pledge* и др.);
- глагольно-именные сочетания (*make the claim that; make smb a promise that...; give an assurance that*);

- устойчивые сочетания (*how come (that), how is it (that), why is it (that), take my word; no doubt*).

Кроме того, для создания негативного образа оппонента с помощью характеристики его отношения к данным ранее обещаниям и клятвам, используются следующие сочетания, содержащие единицы с промиссивной семьей: *to break one's promise, to abandon promise, to ignore one's promise, to feed smb promises, broken promises, to make promise after promise* и т. п. Для создания позитивного образа партии, к которой принадлежит продуцент, – *to keep one's promise, to keep one's word, to be as good as one's word*. и т.п.

Мишень «предполагаемая цель продуцента» связана с фактом осознания реципиентом возможности манипулятивного воздействия, то есть осознания разницы между репрезентируемыми и реально существующими (истинными) намерениями продуцента. Целью продуцента текстов исследуемого жанра является, прежде всего, получение доступа к управлению страной - власти. Мишенью для воздействия в данном случае становится отношение реципиента к мотивам, заставляющим других участников жанра бороться за власть, причем мотивы продуцента и его партии преподносятся как альтруистические и благородные, а мотивы оппонента – эгоистические и корыстные. Ключевыми лексемами-номинантами в микротекстах, актуализирующих изучаемую мишень, часто становятся *power, win, victory, purpose, aim* и т.п. При представлении мотивов достижения власти партией продуцента используются глаголы *to serve, to help*. Например:

a) The country is too centralized. Parliament is too weak. And the Government is too top-down, too secretive and *too unwilling to give up power*.

(David Cameron: Constitutional Renewal Bill response,  
<http://www.conservatives.com>)

В примере *a)* говорится о нежелании правительства отказываться от власти, несмотря на свою несостоятельность, что, по мнению продуцента,

становится доказательством эгоистических побуждений людей, стоящих у власти.

b) Let me say that the vast overwhelming majority of our Labour Members of Parliament are in Parliament *not out of self interest but to serve the public interest*. And our new generation of Parliamentary candidates want to join them *not to make a personal gain but to make a difference*.

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

Представление целей продуцента в данном микротексте подается при помощи оппозиции «благородный мотив – корыстный интерес» (*not out of self interest but to serve the public interest; not to make a personal gain but to make a difference*), при этом подчеркивается, что партия продуцента (в отличие от партий оппонентов) ставит интересы страны выше личных интересов (лексемы-номинанты *self, personal, difference*).

c) *Labour talk about reform, but they have no consistent plan*. One initiative follows another, with NHS staff having no clear idea where the destination is.

*Most of all, Labour talk about choice but what they mean is choice for bureaucrats – not choice for patients. Mr Blair talks about choice, but he's an actor and it's all show*. Gordon Brown and the trades unions hate choice and competition.

(Andrew Lansley: A vision for The National Health Service,  
<http://www.conservatives.com>)

Жанр предвыборной агитационной речи традиционно ассоциируется у массового реципиента, образующего электорат, с неким соревнованием других его участников (продуцента речи и его оппонентов) в ораторском мастерстве. Глагол *talk* (используется в представляемом микротексте несколько раз) и другие глаголы, содержащие сему говорения, по сути, определяют характер анализируемого жанра. Доказательство того, что действие оппонента остается только «речевым» и не подкреплено никакими

конструктивными действиями является в данном случае эффективным манипулятивным приемом. В примере с) планируемым перлокутивным эффектом продуцента становится создание негативного образа оппонентов через разоблачение с помощью оппозиции «анонсируемая продуцентом цель» (*choice for patients, reform*) – «реальная цель продуцента» (*choice for bureaucrats*).

(David Cameron: Speech to Welsh Conservative Party Conference,  
<http://www.conservatives.com>)

d) *We don't want to win for winning's sake, just to get our feet under some council table or some ministerial desk. We want to win for a purpose - to bring about deep, positive and lasting change to the country we love. And that change is all about one thing: responsibility.*

*Our aim* is to help build a more responsible society.

(David Cameron: Speech to Welsh Conservative Party Conference,  
<http://www.conservatives.com>)

Данный микротекст построен на оппозиции «благородный мотив» (*to help build a more responsible society*) – «получение власти для удовлетворения собственных амбиций» (*just to get feet under some council table or some ministerial desk*). Продуцентом используются типичные средства актуализации исследуемой мишени: лексемы-номинанты (*win, aim, purpose*) и микротекстовая оппозиция, основанная на возможной разнице целей стремления к власти.



### Выводы по Главе 3

Являясь актом скрытой коммуникации, манипулятивный речевой акт в предвыборном агитационном дискурсе имеет сложную интенциональную структуру.

Компоненты манипулятивного речевого акта включают в себя интенцию актуализации этофизиологических мишеней манипуляции массовым реципиентом (инстинкты, базовые эмоции, особенности физиологического восприятия, особенности восприятия времени, движения и пространства), интенцию актуализации социально-эволюционных мишеней манипуляции массовым реципиентом (порог доступности, принцип целесообразности, бинаризм мышления и оценки, феномен ожидания осуществления социального идеала), интенцию актуализации жанрово обусловленных мишеней манипуляции массовым реципиентом (соответствующие мишени-акции, а также мишени-аттитуды «оппонент производителя и его группа (партия)», «производитель и его группа (партия)», «традиционная промиссивность сообщения», «предполагаемая цель производителя»), а также интенцию формирования ассоциативных связей по принципу оппозиции «мы – положительные эмоции, возможность удовлетворения инстинктов и потребностей, приятные ощущения» и «они – отрицательные эмоции, невозможность удовлетворения инстинктов и потребностей, неприятные ощущения».

Манипулятивные речевые акты формируют микротексты текстотипа предвыборной агитационной речи, представляющие собой манипулятивные единицы, нацеленные на достижение какого-либо доминирующего запланированного перлокутивного эффекта.

Продуцируя комплекс речевых актов, формирующих предвыборную агитационную речь, политик-манипулятор стремится достичь основного (дистантного) перлокутивного эффекта, представляющего собой собственно

действие голосования, и контактных перлокутивных эффектов, представляющих собой определенные базовые эмоции, реакции на актуализацию инстинктов и т.п.

Манипулятивные речевые акты содержат ключевые знаки сообщения, с помощью которых продуцент актуализирует мишени манипуляции массовым реципиентом. Данные знаки можно разделить на актуализаторы-номинанты (эксплицитно называющие планируемый перлокутивный эффект), актуализаторы-ассоцианты (номинирующие понятие, ассоциируемое с планируемым перлокутивным эффектом), а также актуализаторы-парадоксы.

Как показывает анализ предвыборных речей британских политиков, строгих бинарных соответствий «мишень манипуляции – знак-актуализатор» не существует: любая из мишеней манипуляции массовым реципиентом может быть актуализирована с помощью всех трех видов актуализаторов.

## ГЛАВА 4. ВАРЬИРОВАНИЕ АНГЛИЙСКИХ МАНИПУЛЯТИВНЫХ РЕЧЕВЫХ АКТОВ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Манипулятивные речевые акты являются актами скрытой коммуникации, что означает, что основная интенция, реализуемая продуцентом с помощью данных речевых актов, не предназначена для узнавания массовым реципиентом. Именно поэтому манипулятивные речевые акты подаются массовому реципиенту в речевых актах открытой коммуникации – ассертивах, декларативах, экспозитивах и т.п. – чьи интенциональные компоненты (собственно коммуникативный, информативный и персуазивный) содержат знаки-актуализаторы, направленные на «запуск» мишеней манипуляции массовым реципиентом. Манипулятивные речевые акты предвыборного агитационного дискурса имеют сложную интенциональную структуру и могут актуализировать все разнообразные мишени, рассмотренные нами в Главе 3.

Весь корпус манипулятивных речевых актов предвыборного агитационного дискурса может быть разбит на классы согласно определенным схожим признакам. Мы предлагаем следующие критерии классификации манипулятивных речевых актов предвыборного агитационного дискурса:

- классификация манипулятивных речевых актов по количеству компонентов манипулятивной интенции;
- классификация манипулятивных речевых актов по типу актуализируемой мишени манипуляции массовым реципиентом;
- классификация манипулятивных речевых актов по типу знака-актуализатора, используемого для актуализации мишеней манипуляции массовым реципиентом.

#### **4.1 Классификация манипулятивных речевых актов политического дискурса по количеству компонентов манипулятивной интенции**

Согласно предложенной нами модели манипулятивной речевой интенции, в рамках общей интенции манипулятивного воздействия продуцент-политик реализует четыре основных интенциональных компонента: интенцию актуализации этофизиологических мишеней манипуляции массовым реципиентом, интенцию актуализации социально-эволюционных мишеней манипуляции массовым реципиентом, интенцию актуализации жанрово обусловленных мишеней манипуляции массовым реципиентом, а также интенцию формирования ассоциативных связей по принципу оппозиции «мы – положительные ассоциации» и «они – отрицательные ассоциации». Логичным было бы предположить, что варианты манипулятивных речевых актов, функционирующих в текстотипе предвыборной агитационной речи, могут реализовывать не все из выделенных нами компонентов. Так, можно выделить:

1. Манипулятивные речевые акты с полной реализацией интенциональных компонентов, например:

a) But we will scrutinise each and every one of them in minute detail. Some of the new powers are far reaching. So we have a simple test. No law should undermine the basic freedoms which we are seeking to defend. And we will not be reassured by Labour promises that they will be used with commonsense.

(Michael Howard: Unite behind a new leader,  
<http://www.conservatives.com>)

Данный речевой акт представляет собой имплицитное ассертивное высказывание с несколькими информативными компонентами и реализуется в нескольких предложениях (I assert [имплицитная перформативная формула], that we will scrutinise each and every one of them in minute detail

[информативный компонент 1], some of the new powers are far reaching [информативный компонент 2], we have a simple test [информативный компонент 3], no law should undermine the basic freedoms which we are seeking to defend [информативный компонент 4], we will not be reassured by Labour promises that they will be used with commonsense [информативный компонент 5]. Как речевой акт скрытой коммуникации, данный акт представляет собой манипулятивный речевой акт с полной интенциональной реализацией: в нем реализуются интенция актуализации этофизиологических мишеней манипуляции (Some of the new powers are *far reaching* – актуализация мишени манипуляции «особенности восприятия пространства»), интенция актуализации социально-эволюционных мишеней манипуляции (No law should *undermine* the basic freedoms which we are seeking to defend – актуализация мишени манипуляции «порог доступности» с помощью метафоры, предлагающей готовый образ, симплифицирующий процесс восприятия информации), актуализация жанрово обусловленных мишеней манипуляции (we will not be reassured by Labour promises that they will be used with commonsense – актуализация мишени-аттитуда «традиционная промиссивность сообщения»), интенция формирования ассоциативных связей по принципу оппозиции «мы – положительные эмоции, возможность удовлетворения инстинктов и потребностей, приятные ощущения» и «они – отрицательные эмоции, невозможность удовлетворения инстинктов и потребностей, неприятные ощущения» (*Labour – far reaching, undermine, we* (партия продуцента) – *freedom, defend*).

2. Манипулятивные речевые акты с неполной реализацией интенциональных компонентов, например:

a) We know from bitter historical experience the difficulty of predicting future conflict- either its nature or its location. We cannot base our future security on the assumption that future wars will be like the current ones. That is why we must maintain generic capability, able to adapt to any changing threats.

(Liam Fox: Brown still in denial over defence black hole,  
<http://www.conservatives.com>)

Данный имплицитный ассертив с двумя информативными компонентами (I assert [имплицитная перформативная формула], that we know from bitter historical experience the difficulty of predicting future conflict- either its nature or its location [информативный компонент 1], we cannot base our future security on the assumption that future wars will be like the current ones, that is why we must maintain generic capability, able to adapt to any changing threats [информативный компонент 2], реализованный в трех предложениях, представляет собой манипулятивный речевой акт с реализацией двух интенциональных компонентов: в нем реализуются интенция актуализации этофизиологических мишеней манипуляции (from *bitter* historical experience – эксплуатация осязательных физиологических ощущений; conflict, war – актуализация инстинкта самосохранения) и интенция актуализации социально-эволюционной мишени «порог доступности» (информативные компоненты оформлены в легко воспринимаемые отдельные короткие высказывания).

b) Labour aren't being straight with you about what they're doing. And they're not being straight with you about what we plan either. They're going around scaring pensioners, telling you that the Conservatives are going to cut the Winter Fuel Allowance, cut pension credit and end free bus travel and TV licences for over-75s, you must not believe them.

(David Cameron: Our pensioner pledge,  
<http://www.conservatives.com>)

В данном манипулятивном речевом акте реализуются интенции двух манипулятивных уровней - уровня актуализации жанрово обусловленных мишеней манипуляции массовым реципиентом (Labour aren't being straight with you about what they're doing. And they're not being straight with you about what we plan either – актуализация мишеней-аттитудов «оппонент и его

группа (партия)» и «продуцент и его группа (партия)») и уровня актуализации этофизиологических мишеней манипуляции массовым реципиентом (*scaring pensioners, telling you that the Conservatives are going to cut the Winter Fuel Allowance, cut pension credit and end free bus travel and TV licenses for over-75s* – актуализация базовой эмоции страха (тревоги) и тактильных ощущений).

c) We will get London moving because we must get London moving because London is the motor of the UK economy and that is exactly the point that I make to the Treasury.

(Boris Johnson: Keep the UK motor going,  
<http://www.conservatives.com>)

Данный имплицитный промиссивный речевой акт реализует интенцию актуализации социально-эволюционных мишеней манипуляции (*we will get London moving* – актуализация мишени манипуляции «феномен ожидания осуществления социального идеала»; *London is the motor of the UK economy* – актуализация мишени манипуляции «порог доступности» с помощью метафоры, дающей готовый образ для восприятия) и является неполным манипулятивным речевым актом с реализацией одной манипулятивной интенции.

d) This is our approach to families. We are not going to berate them. We are going to help them.

(David Willetts: How the Conservatives will help families,  
<http://www.conservatives.com>)

Пример в) представляет собой неполный манипулятивный речевой акт с реализацией одного интенционального уровня – интенции актуализации социально-эволюционных мишеней манипуляции (мишень «порог доступности», актуализируемая посредством представления массовому реципиенту коротких легко воспринимаемых высказываний; мишень «бинаризм мышления и оценки», актуализируемая при помощи оппозиции *We are not going to berate them. We are going to help them.*).

## 4.2 Классификация манипулятивных речевых актов политического дискурса по типу актуализируемых мишеней манипуляции массовым реципиентом

Как мы уже выяснили в предыдущих главах, мишени манипуляции массовым реципиентом в политическом дискурсе достаточно разнообразны. Они формируют своеобразную иерархию и группы, которые в разной степени частотности актуализируются политиками продуцентами манипулятивных сообщений. Разные манипулятивные речевые акты актуализируют разные группы мишеней и, соответственно, могут быть выделены в отдельные классы по типу актуализируемых ими мишеней. Исходя из данного классификационного признака, мы предлагаем выделить следующие классы манипулятивных речевых актов в предвыборном агитационном дискурсе.

1. Манипулятивные речевые акты, актуализирующие этофизиологические мишени манипуляции.

Данный класс мишеней манипуляции включает в себя несколько подклассов.

1) манипулятивные речевые акты, актуализирующие инстинкты массового реципиента, например:

a) This morning I want to talk about *freedom*.

For too long new laws and regulations *have taken away people's freedoms, interfered* in everyday life, and made it difficult for businesses to get by.

*The state has crept further and further* into people's homes, the places they work, their private lives.

That *intrusion* is wrong; it's illiberal; it's disempowering and it's going to *change*.

(Nick Clegg: Speech on Freedom in the UK,  
<http://libdems.org.uk>)



Манипулятивные речевые акты данного микротекста актуализируют мишень манипуляции «инстинкт свободы и выбора».

b) Serious economic analysts worry that our home grown problem of asset deflation will interact *lethally* with the global credit crunch. And also global inflation in energy and food prices could combine to create a *perfect economic storm*.

(Vince Cable: Speech in Liverpool,  
<http://libdems.org.uk>)

Данный манипулятивный речевой акт актуализирует мишень манипуляции «инстинкт самосохранения».

2) манипулятивные речевые акты, актуализирующие базовые эмоции массового реципиента, например:

a) About one of our soldiers in Afghanistan. He was home on leave. In his local town centre on Saturday night. Out of the blue he was attacked and beaten by two drunk youths. The police were called. The two attackers were arrested. And let off with a caution. Not tried. Not put behind bars. Not even given a community sentence. Just given a legal slap on the wrist. Time and again the troublemakers just seem to get away with it. The gangs, the drunks, even those who commit acts of violence. They just get away with it. Criminals aren't caught because the police are stuck at desks doing paperwork. Or because they aren't listening to the communities they are supposed to protect. Violent offenders, sex offenders and heroin dealers get off with cautions because it's the least hassle option for police and the Crown Prosecution Service. And even if they go to prison, the Government releases them automatically after a fraction of their sentence to reoffend on the same streets as before. People think our criminal justice system is broken. Worrying too much about the criminals and not enough about the justice. It makes me furious. It makes you furious.

(Chris Grayling: A no-nonsense approach to crime and disorder,  
<http://www.conservatives.com>)

Комплекс речевых актов, составляющих данный микротекст, рассчитан на достижение контактного перлокутивного эффекта гнева и возмущения, актуализируя соответствующую базовую эмоцию.

3) манипулятивные речевые акты, актуализирующие особенности экстерорецептивного восприятия массового реципиента, например:

a) If you're a family that's feeling the pinch – don't take it from me – just ask me the question.

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

Манипулятивные речевые акты данного микротекста актуализируют экстерорецептивную мишень манипуляции «образ неприятного тактильного ощущения», при этом продуцент выступает в роли потенциального избавителя от возникшей проблемы, с которой ассоциируется данное ощущение (*the pinch*).

4) манипулятивные речевые акты, актуализирующие особенности проприорецептивного восприятия массового реципиента, например:

a) The next Government will not only need to deal with the immediate crisis in the public finances.

It must reinvent our rotten political system, heal the social divisions which still thwart the hopes of millions, and put our economy on a new, *more balanced, more sustainable footing*.

(Nick Clegg: Four steps to a Fairer Britain,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Данный речевой акт направлен на достижение контактного перлокутивного эффекта, связанного с образом ощущения нестабильности и плохого равновесия.

5) манипулятивные речевые акты, актуализирующие особенности интерорецептивного восприятия массового реципиента, например:

a) Council tax *is causing real pain* for hard-working families and people on fixed incomes who each year see higher bills landing on the doormat.

(Caroline Spelman: Local Democracy Bill,  
<http://www.conservatives.com>)

Данный речевой акт направлен на достижение контактного перлокутивного эффекта, связанного с образом неприятного ощущения боли.

6) манипулятивные речевые акты, актуализирующие особенности восприятия пространства, например:

a) The Conservative contention is that *the central problem* is a failure of the benefits system to reward work. By contrast, for Labour *the central and most pressing problem* is the inadequate provision of work itself. Put simply, welfare to work requires there to be work.

(Douglas Alexander: Protecting better, demanding more: Labour's approach to welfare and work, <http://www.labour.org.uk>)

Речевые акты в примере а) актуализирует параметрическое восприятие человека (позиция в центре воспринимается как основополагающая, защищаемая, важная).

7) манипулятивные речевые акты, актуализирующие особенности восприятия времени, например:

a) No matter what faiths we follow, we can all draw strength from Christ's message of hope, of a new beginning and a promise of *a new dawn*.

(David Cameron: Easter message,  
<http://www.conservatives.com>)

В сознании реципиента *dawn* ассоциируется со временем начала чего-то нового, нового цикла, продуцент делает ставку на подобное восприятие времени.

8) манипулятивные речевые акты, актуализирующие особенности восприятия движения, например:

a) And so with *three major steps forward* – early diagnosis, early treatment and our historic investment in research for cancer cures, we in Britain can transform cancer care; and our ambition is no less than to beat cancer in this generation.

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

Данный речевой акт рассчитан на негативное восприятие движения вперед как прогресса.

2. Манипулятивные речевые акты, актуализирующие социально-эволюционные мишени манипуляции.

Данный класс мишеней манипуляции массовым реципиентом также включает несколько подклассов.

1) манипулятивные речевые акты, актуализирующие мишень манипуляции «порог доступности», например:

a) *Governing for the long-term means* thinking not only about the next year or two, or even the next parliamentary term. *Governing for the long-term means* recognising that the decisions of one generation profoundly influence the lives and life chances of the next.

*In economic policy, this means* taking the difficult decisions to tackle the deficit and provide the conditions to create the jobs and opportunities of the future. There is no doubt that many of these decisions are painful. But let me tell you, there is nothing fair about saddling the next generation with our debts.

(Nick Clegg: Speech on Social Mobility,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Глагол *to mean* часто употребляется в микротекстах, нацеленных на актуализацию мишени манипуляции «порог доступности». В данном

примере планируемый перлокутивный эффект усиливается с помощью анафорических повторов.

2) манипулятивные речевые акты, актуализирующие мишень манипуляции «принцип целесообразности», например:

Now I think what we want, *what we all want* as parents is the same thing. There is nothing more exciting than having children, nothing more fulfilling but there's nothing more worrying than making sure you get a good school place for your children. *We all want the same thing*; we want a good school in the state sector, that's what we pay our taxes for, that's what we deserve.

(David Cameron: We should be trusting local parents,  
<http://www.conservatives.com>)

Речевые акты данного микротекста содержат информацию, релевантную для большинства представителей массового реципиента.

3) манипулятивные речевые акты, актуализирующие мишень манипуляции «бинаризм мышления и оценки», например:

a) Well, let me tell you that there are *real dividing lines between us and Labour*.

*We will protect the NHS budget, Labour would not.*

*Labour's aim* is for people to wait four months for an appointment. *We will aim* to make waiting lists a thing of the past.

*We will put patients at the heart of NHS priorities. Labour* make tick box targets their priority.

*We will cut bureaucracy by a third and keep cutting it. Labour* doubled it.

*We will listen and work with NHS professionals. Labour* treat them like production line drones.

*We will give older people the chance to protect their home; Labour's* death tax would deprive them of their homes and their savings.

(Andrew Lansley: Our NHS - our number one priority,  
<http://www.conservatives.com>)

Речевые акты, составляющие данный микротекст, являются ярким примером использования мишени манипуляции «бинаризм мышления и оценки». Эффект от актуализации мишени усиливается с помощью использования параллельных конструкций и анафорических повторов.

4) манипулятивные речевые акты, актуализирующие мишень манипуляции «феномен ожидания осуществления социального идеала», например:

a) Today's document is part of our wider plan of national renewal for Britain – *a manifesto that promises a fairer future for this country we love.*

At the centre of our vision is *a strengthened economy*, where Britain pays its way through making and doing things, and where our prosperity is both sustained and shared.

A Britain where *active government backs British business with high speed rail, a green investment bank and broadband access for all.*

Where there are *one million new skilled jobs so that everyone in our country has the chance of decent pay, promotion and prospects.*

And where *manufacturing in our great industrial regions like the North East is supported through Regional Development Agencies, capital allowances and the £950 million Strategic Investment Fund to support the jobs and industries of the future.*

(Gordon Brown: Fighting for your Future,  
<http://www.labour.org.uk>)

Промиссивы данного микротекста содержат информацию, совпадающую с желаниями большинства представителей массового реципиента.

3. Манипулятивные речевые акты, актуализирующие жанрово обусловленные мишени манипуляции.

1) манипулятивные речевые акты, актуализирующие мишень-акцию «выбор и голосование», например:

a) *It is a choice between* securing the recovery with Labour or immediate Tory cuts that could tip us back into recession. Between protecting frontline services with Labour or an unchanged Tory Party salivating at the prospect of taking an axe to them. Between the granite-like resilience and big brain of Gordon Brown or the plastic PR and wobbliness of David Cameron.

(Peter Mandelson: State of the Race,  
<http://www.labour.org.uk>)

Соответствующая мишень актуализируется в данных речевых актах с помощью лексем-номинантов.

2) манипулятивные речевые акты, актуализирующие мишень-аттитуд «оппонент продуцента и его группа (партия)», например:

a) The Conservatives *offer a gamble not a guarantee for young people*. They won't match Labour's guarantee to protect investment in frontline schools and refused to support our £5 billion investment to help people back to work. Instead, they *have shown where their priorities lie by continuing to prioritise an inheritance tax cut for the wealthiest*.

(David Miliband: Don't let him take Britain back to 1980,  
<http://www.labour.org.uk>)

Информация, содержащаяся в данных речевых актах, направлена на формирование негативного отношения массового реципиента к оппоненту продуцента данного манипулятивного микротекста.

3) манипулятивные речевые акты, актуализирующие мишень-аттитуд «продуцент и его группа (партия)», например:

We said we'd freeze council tax - we've frozen it.

We said we'd cap immigration - we've capped it.

We said we would honour those fighting out in Afghanistan to keep us safe at home.

And the operational allowance for our brave servicemen and women - we have doubled it.

So my friends we've begun to fix all those things that need fixing in our  
country...

(David Cameron: Building a better future,  
<http://www.conservatives.com>)

Информация, содержащаяся в данных речевых актах, направлена на формирование положительного образа партии продуцента данного манипулятивного микротекста.

4) манипулятивные речевые акты, актуализирующие мишень-аттитуд «традиционная промиссивность сообщения», например:

Labour promised to be wise spenders. They turned out to be wasters.

They promised to cut bureaucracy in the NHS. It doubled.

They promised everyone would get an NHS dentist. A million lost it.

They promised no-one would have to sell their home to have to pay for care.

But a thousand each week still do so.

They promised to protect local NHS hospitals. But now they say they want to close them.

They promised to end mixed sex wards.

But they failed.

They promised one-to-one care from midwives. They failed.

They promised qualified school nurses for every school. They failed.

(Andrew Lansley: Our NHS - our number one priority,  
<http://www.conservatives.com>)

Перечисление невыполненных оппонентами продуцента обещаний направлено на формирование негативного отношения к оппоненту как к власти, не сдерживающей обещаний.

5) манипулятивные речевые акты, актуализирующие мишень-аттитуд «предполагаемая цель продуцента», например:



*Our aim is to create a fairer, safer and greener country where opportunity is more equal.* But Labour's big government approach is making things worse not better and we need change – from big government to the big society.

(Conservatives Draft Manifesto,  
<http://www.conservatives.com>)

В данных речевых актах содержится информация о целях прихода (и удержания) власти продуцента и оппонента.

### **4.3 Особые случаи речеактовой актуализации этофизиологических мишеней манипуляции**

Анализ текстотипа предвыборной агитационной речи британских политиков показывает, что довольно часто политики - продуценты данных манипулятивных сообщений прибегают к актуализации таких мишеней манипуляции, как эмпатия (альтруизм), смех (чувство юмора) и ритм, основанный на повторах. Изучение данных о происхождении этих феноменов позволяет нам утверждать, что перечисленные выше мишени манипуляции имеют этологическую природу и могут быть отнесены к классу этофизиологических мишеней манипуляции массовым реципиентом: эмпатия, смех и реакция на повтор являются если не инстинктивными программами, то производными или своего рода «побочными эффектами» определенных инстинктивных программ. Рассмотрим подробнее особенности речеактовой актуализации данных мишеней.

#### ***4.3.1 Реитеративные речевые акты в политическом дискурсе Великобритании***

Являясь частью общества, в котором он сам существует и имея ту же природу, что и массовый реципиент, продуцент манипулятивного сообщения на интроспективном уровне выбирает такие «слабые» места реципиента, которые являются самыми уязвимыми для него самого. Кроме того, воздействие на массового реципиента предполагает такое свойство мишеней манипуляции, как их универсальность. Иными словами, наиболее продуктивными мишенями манипуляции должны стать те свойства и качества, которыми обладает практически каждый или абсолютно все представители массового реципиента как носителя массового сознания независимо от их пола, возраста, образования, национальности, расы,

вероисповедания. Такой универсальной мишенью манипуляции становится наша генетическая наследственность – инстинкты, действие которых практически неподвластно слагавшейся веками культурной традиции человеческих социетальных групп.

Впервые понятие инстинкта было введено в науку биологами, и нужно отметить, что однозначного определения этого феномена, как и объяснения механизма его действия, не существует до сих пор. Первоначально инстинктами (от лат. *instinctus* – “побуждение”) называли «импульсы, побуждающие животное стремиться к определенной цели» [Дарвин, <http://www.erlib.com>]. Свое объяснение механизмов действия «побуждающих импульсов» давали различные школы биологов и психологов – виталистов, интуитивистов, бихевиористов.

Появившаяся в начале 20 века наука этология, занимающаяся наблюдением и интерпретацией закономерностей поведения животных, а позже и человека, во многом прояснила особенности действия генетических сил, лежащих в его основе. Выдающемуся австрийскому ученому-этологу, лауреату Нобелевской премии К. Лоренцу, много лет занимавшемуся изучением поведения животных, принадлежит несколько важных открытий в области генетически обусловленного поведения живых существ, во многом, на наш взгляд, объясняющих действие механизмов вербальной манипуляции массовым реципиентом. Одно из таких открытий – инстинкт внутривидовой агрессии и его функции, описанные Лоренцем в книге «Так называемое Зло».

Согласно Лоренцу, инстинкт внутривидовой агрессии и связанная с ним борьба особей внутри одного вида, свойственная абсолютно всем существующим в природе живым существам, выполняют видосохраняющую функцию. Многие представители современного этапа развития цивилизации, находящиеся под влиянием идеалистических учений, с возмущением отнесутся к мысли о том, что агрессия – есть неотъемлемое внутреннее свойство человека. Но обратившись к нашим культурно-историческим и

социальным реалиям, а также к прямому отражению и носителю нашего опыта – языку – все еще имеющему в наличии такие выражения и клише, как «классовая борьба», «борьба за власть», «борьба за выживание (существование)», «политическая борьба», номинирующие вполне актуальные явления и процессы нашего общества, негодующие поймут, что агрессия – генетическая сила, живущая в нас вопреки нашим попыткам откреститься от нашей связи с животным миром.

На примерах из жизни морских рыб, некоторых видов животных и птиц (в том числе серых гусей, «сложные нормы поведения которых – влюбленность, дружба, иерархические устремления, ревность, скорбь и т.д. – не только схожи с человеческими, но и просто-таки совершенно одинаковы до забавных мелочей» [Лоренц 1998: 46], что говорит об общности инстинктов и наличии их определенной роли в сохранении видов), Карл Лоренц убедительно доказал, что внутривидовая агрессия не только способствует сохранению вида, обеспечивая рациональное распределение особей по ареалу для добывания пищи и воспроизведение более сильного потомства в результате победы сильнейшего самца в борьбе за самку, но и приводит к появлению таких никак не ассоциируемых с понятием агрессии явлений, как дружба, любовь, семья. Удивительно, но даже культ хороших манер, включающий в себя традицию приветствия и считающийся продуктом исключительно воспитания и цивилизации, обязан своим появлением именно действию инстинкта внутривидовой агрессии, стимулирующего развитие «жестов покорности», мешающих яростному нападению более сильной особи вида на более слабую и закрепившихся в культурной традиции человека в качестве этикетных норм поведения [Лоренц 1998: 68]. И, возможно, именно тем, что дружба, семья, любовь, вежливость и другие «последствия» агрессии являются все-таки результатом действия более глубоких, инстинктивных сил, а не следствием нашей культурной надстройки, приписывающей себе порождение данных ценностей, и

объясняется тот факт, что использование указанных явлений в качестве мишеней манипуляции является очень продуктивным с точки зрения достижения планируемого перлокутивного эффекта.

На такое явное свойство политического дискурса, как ритуализированность, обращают внимание многие исследователи этого феномена. Данный вид дискурса, по мнению некоторых ученых, по уровню ритуализированности занимает второе место после религиозного: «уставы партии, гимны, материалы партийных съездов и постановления перекликаются с литургическим творчеством; иконография представлена многочисленными изображениями вождей в живописи, скульптуре, кинофильмах и пьесах; таинства съездов, заседаний партийной верхушки, демонстраций и шествий соотносятся с символическими ритуальными действиями. Скандирование лозунгов и призывов, так же, как коллективное исполнение молитв и песнопений, служит эффективным средством создания нужной языковой реальности» [Шейгал 2000: 42]. Несомненно, ритуал занимает важное место в той области коммуникации, которая подразумевает воздействие на реципиента, тем более, что этот реципиент – паства или потенциальный электорат – обладает свойством коллективности. На данном этапе развития политической лингвистики ритуализированные действия участников политического дискурса – продуцентов, оппонентов и реципиента – исследуются в направлении выявления и интерпретации типичных стратегий и тактик, характерных для политической речи. Исследователями-лингвистами анализируются речевые ритуалы и статусные коммуникативные роли участников политической коммуникации, выделяются и описываются различные манипулятивные приемы, используемые продуцентами-политиками для достижения победы в борьбе за власть. Скорее всего, такой подход к изучению типичных (ритуализированных) элементов политического дискурса будет существовать еще долго (как мы видим, работы, посвященные описанию речевых тактик и

стратегий, датируются началом 21 века). Однако, на наш взгляд, объяснение высокого манипулятивного потенциала ритуализированных действий (в том числе и речевых) в политическом дискурсе стоит искать не столько в результате их проявления – речевых стратегиях и тактиках, лежащих на поверхностном уровне фиксированных сообщений продуцентов-политиков, – а в причинах подобного воздействия ритуала на человека, которое потому и является глубоким, что имеет глубокие, генетические основы.

Процесс филогенетической ритуализации был открыт и исследован в начале двадцатого века английским натуралистом Джулианом Хаксли, когда изучая поведение чомги, он обнаружил, что некоторые действия в процессе филогенеза утрачивают свою собственную, первоначальную функцию и превращаются в чисто символические церемонии. Хаксли употреблял термин *ритуализация* без каких-либо кавычек, отождествляя культурно-исторические процессы, ведущие к возникновению человеческих ритуалов, с эволюционными процессами, в ходе которых появились ритуальные церемонии животных [цит. по Лоренц 1998: 138]. На многочисленных примерах из жизни птиц, ученик Хаксли, К. Лоренц, убедительно доказал тождественность функций филогенетических и культурно-исторических ритуалов.

Из теории Лоренца становится понятно, что зачастую ритуальное действие возникает и впоследствии закрепляется как средство избежания агрессии, своеобразного «обмана», манипуляции или блокады проявления этого базового инстинкта. Таким же образом, например, возникли действия, входящие в брачный ритуал диких уток и некоторых других птиц. Разумеется, можно иронически отнестись к сравнению политической деятельности человеческого общества и брачных ритуалов насекомых и птиц. Но не потому ли а priori манипулятивная политическая коммуникация так насыщена ритуальными действиями, что причина возникновения ритуалов и характер их природы так глубоко укоренились в нашей

генетической памяти, что мы до сих пор испытываем необъяснимое благоговение перед ритуалами как неизбежным следствием эволюции? Человеческая склонность к ритуализации инстинктивна, а, следовательно, как и сами инстинкты, может быть использована в качестве эффективной мишени манипуляции.

Наиболее важной функцией ритуалов, являющейся общей и для ритуалов культурно-исторического происхождения, выросших из традиций ранних человеческих групп, и для ритуалов филогенетической природы, появившихся в период зарождения социальной жизни у высших животных, можно считать функцию сообщения (коммуникативную функцию) [Лоренц 1998: 143]. При этом само сообщение, возникшее и закрепившееся в виде определенного ритуального действия, в свою очередь, обладает двумя не менее важными функциями: функцией направления агрессии в безопасное русло и функцией построения прочного союза, удерживающего вместе двух или более собратьев по виду. Так как для благополучия вида (сообщества) очень важным является правильное понимание значения ритуала-сообщения, его однозначность почти всегда обеспечивается и усиливается с помощью *неоднократного повторения, придающего ритуальному действию особый ритм и упорядоченность.*

Анализ происхождения самого слова «ритуал» позволяет говорить о том, что ритуальные действия ассоциировались у первобытных людей, создававших первые культурно-исторические ритуалы, именно с упорядоченностью и ритмом. Слово «ритуал» впервые появляется в языке санскрит, имеющем корень «ар» (*приводить в движение, двигаться*). Причастие от этого глагола «рита» означает «соответствующий, подходящий, правильный, праведный», а существительное – «закон круговращения вселенной», «порядок», «истина». Однокоренными с санскритским понятием «рита» являются такие индоевропейские слова, как английское слово *right* (*право, правильный*), *art* (*искусство*), *rite* (*обычай, обряд*), русское слово

*порядок*. Современный научный термин «ритуал» происходит из латинского языка, в котором есть существительное *ritus* «обряд, служба» и образованное от него прилагательное *ritualis* «обрядовый» [Емельянов 2003: 13-14].

Стоит отметить тот факт, что на практически обязательную ритмическую упорядоченность ритуалов обращают внимание многие ученые, объясняя наличие особого ритма в ритуальных действиях тем, что первобытный человек осознавал упорядоченность многих жизненных (биологических) процессов: «как данность воспринимались им смена дня и ночи, времени года [...], сокращение человеческого сердца, вдохи и выдохи и другие функции организма» [Дьяконов 1990: 16]. Однако, подобное объяснение придает феномену ритуального ритма характер «прикладного» свойства, возникшего извне *in cognitio*, тогда как, по нашему мнению, ритуальный ритм, является не свойством или признаком инстинктивной программы ритуализации, а ее непосредственной сутью и содержанием, так же обеспечивающим выживание «коллективному организму» вида, как биологический ритм дыхания и биения сердца. Именно поэтому стремление к ритмизации ритуалов следует считать не порождением культуры, проявившимся в качестве имитации природных ритмов, наблюдаемых человеком в окружающей его среде, а генетической особенностью организма, являющейся - по причине ее коллективности - потенциально продуктивной мишенью манипуляции.

О воздействующем характере ритма говорит и то, что одним из самых ранних видов искусств, появившемся в первобытном обществе, стала музыка, которая, возможно, первоначально была элементом первых культурно-исторических ритуалов. Таер Гастон, известный специалист в области терапевтического использования музыки, утверждает, что ритмически повторяющиеся движения ритуальных танцев могут завершиться каталептическими судорогами и состоянием самогипноза участников ритуала. Доказательством высокой степени восприимчивости организма к



ритму на физиологическом уровне может стать следующий опыт проводившийся специалистами в области физиологии в Глазго: группу глухонемых людей попросили опустить пальцы в сосуд с раствором соли, в который опущен провод, подсоединенный одним концом к музыкальному проигрывателю. Практически все участники эксперимента *инстинктивно* начали кивать головой, подражая ритму, который ощущался ими через палец, но который они не могли слышать [Лено, <http://www.otkrovenie.de/beta/xml/other/cilaMyziki.xml/3>]. Кроме того, существуют экспериментальные данные, из которых следует, что музыкальный ритм способствует высвобождению адреналина и других гормонов [Лено, <http://www.otkrovenie.de/beta/xml/other/cilaMyziki.xml/3>].

Можно со всей уверенностью говорить о том, что похожим механизмом воздействия обладает и стихотворный ритм. Еще стиховед К. Тарановский выдвигал предположение о том, что «стихотворный ритм, хотя он и лишен автономного значения, все же является носителем информации, воспринимаемой вне когнитивного плана. Переживания ритма, не ограничиваясь словесным материалом, естественно перебрасываются на иные сферы психоневрологического опыта» [Тарановский, 1963: 305]. Факт воздействия стихотворного ритма на организм человека доказывает уникальный эксперимент стихолечения, проводимый в Уссурийске врачом И. Кочновым: каждый вечер медсестра-украинка читает вслух больным, не знающим украинского языка, пять стихотворений и больные повторяют их, глядя в текст. По утверждению врача, что эта необычная процедура восстанавливает здоровый сон, улучшает кровообращение, после нее исчезает головная боль. Подтверждают это и сами больные [Энциклопедия чудес, загадок и тайн, <http://www.bibliotekar.ru/index.files/1/603.htm>].

Итак, будучи инстинктивными инструментами «обмана агрессии» и «социального единения», повторы и ритмизация сообщений оказывают определенное воздействие на массового реципиента, так как представляют

собой средства актуализации соответствующей мишени, которой в данном случае выступает филогенетическая память о ритуализации. Исходя из этого, если повтор сообщения является неотъемлемой частью ритуала, это должно неизбежно прослеживаться в особенностях выстраивания ритуальных текстов и стать еще одним доказательством воздействующей функции данного средства уже на уровне человеческого языка. Самыми древними ритуальными сообщениями человека являются тексты заклинаний, заговоров и молитв (как мы знаем, религия является мощной системой регуляции поведения массового реципиента, следовательно, религиозные тексты должны обладать манипулятивным потенциалом). Причем, тенденция к использованию повторов должна прослеживаться в текстах, созданных на разных языках. Приведем несколько примеров подобных текстов.

1. *Текст удских эвенков, сопровождающий свадебный ритуал (записан Я.И. Линденау)*

Hutilke(n) beje(n) bikel,  
Inirki bikel,  
Vujussemngen Seweki irgikel,  
OEddin kumnutcakel,  
Huteje ajic irgikel,  
Togo hululkan begin.

(<http://www.zaimka.ru/religion/burykin5.shtml>)

2. *Ритуальное эвенкийское камлание божеству Айыы*

Гилталли, гилталли,  
Айыыкан, айыыкан,  
Дергэл, дергэл, дергэл  
Хэруллу, хэруллу, хэруллу,  
май-майчакан бидэй,  
итчиндэй, итчиндэй,  
Комир-комир-комири,

Дергэл, дергэл, дергэ-эл [...].

<http://www.entheogen.ru/wiki/JevenyJakutii>)

### 3. Текст кельтской молитвы

A Dhia, ann mo ghniamh

Ann mo ghniamh,

Ann mo bhriathar,

Ann mo mhiann,

Ann mo chiall,

Ann an riarachd mo chail,

Ann mo shuain,

Ann mo bhruail,

Ann mo chluain,

Ann mo smuain [...].

(<http://www.smo.uhi.ac.uk/gaidhlig/corpus/Carmina/>)

### 4. Текст молитвы «Regina Caeli»

Regina caeli laetare, Alleluia;

Quia quem meruisti portare, Alleluia;

Resurrexit sicut dixit, Alleluia;

Ora pro nobis Deum, Alleluia.

Gaude et laetare, Virgo Maria, Alleluia,

Quia surrexit Dominus vere, Alleluia.

(<http://www.preces-latinae.org/thesaurus/>

[BVM/ReginaCaeli.html](http://www.preces-latinae.org/thesaurus/BVM/ReginaCaeli.html))

### 5. Текст русской православной молитвы

Имуще Богоприятную Дева утробу, востече ко Елисавети: младенец же оная абие познав Сея целование, радовашеся, и играньми яко песньми вопияше к Богородице: Радуйся, отрасли неувядаемая розго; радуйся, Плода безсмертнаго стяжание. Радуйся, Делателя делающая Человеколюбца; радуйся, Садителя жизни нашаея рождшая. Радуйся, ниво, растящая

гобзование щедрот; радуйся, трапезо, носящая обилие очищения. Радуйся, яко рай пищный процветаеши; радуйся, яко пристанище душам готовиши. Радуйся, приятное молитвы кадило; радуйся, всего мира очищение. Радуйся, Божие к смертным благоволение; радуйся, смертных к Богу дерзновение. Радуйся, Невесто Невестная.

(<http://days.pravoslavie.ru/rubrics/canon62.htm?id=62>)

*6. Древнеславянский заговор от ячменя*

Господи Боже, благослови. Стану я, раб Божий (имярек), благословясь, пойду, перекрестясь, из избы дверьми, из двора воротами, пойду в чистое поле; есть в чистом поле окиан-море, и есть на окиан-море белый камень, есть под белым камнем щука золотая и перезолотая, и кости золотые, и приди, щука, к рабу Божию (имярек) и выгрызи у раба Божия (имярек) своими золотыми зубами грыжу ветряную, грыжу напущенную, грыжу жильную, грыжу костяную, сосновую грыжу, красную грыжу, мокрую грыжу, от отца грыжу, от матери грыжу, всякую бывающую, и спустишь, грыжа, к поясу [...].

(<http://slavonian.ru/plot/index5.php>)

*7. Тексты молитв из «Караимского<sup>2</sup> молитвенника»*

а) Базлыкъ, базлыкъ, базлыкъ бар  
улускъа!

б) Махтагъын, джаным, Адонайны, да  
джумля джийэрлерим – айрукъсы адын.

Махтагъын, джаным, Адонайны да  
унутмагъын джумля тулувларын.

(<http://www.unesco.kz/qypchaq/Memorials-Rus.htm>)

Разумеется, приведенные выше примеры являются лишь маленькой частью огромного корпуса манипулятивных ритуальных текстов,

---

<sup>2</sup> Караимы – немногочисленная тюркская народность, чей язык относится к кыпчакской группе языков

накопленных в процессе эволюции человеческого общества. Не во всех из исследуемых нами текстах встречаются повторы и ритмизация. Однако, даже исходя из анализа данных текстов, можно утверждать, что наше предположение об обязательном наличии в подобных текстах ритмизации и повторов, обусловленных содержанием в нашей филогенетической памяти информации об умиротворяющей и сплывающей функциях инстинктивной ритуализации, является верным.

Согласно нашему выводу, элементы ритмизации и повтора должны присутствовать и в манипулятивных текстах, функционирующих в пределах политического дискурса, особенно в текстах, рассчитанных на манипулирование сознанием большой аудитории – текстах предвыборных агитационных речей.

Манипулятивные речевые акты, направленные на актуализацию этнологической мишени манипуляции, представляющей собой склонность к ритуализации посредством повторов, мы предлагаем назвать *реитеративными* (от лат. *reiterare* – повторять). Реитеративные речевые акты содержат разнообразные повторяющиеся элементы в различных компонентах - информативном, собственно-коммуникативном, персуазивном. Достаточно часто повторяющимся элементом реитеративного речевого акта может быть актуализатор какой-либо другой мишени манипуляции. Анализ корпуса предвыборных агитационных речей представителей Консервативной Партии Великобритании показывает, что во многих из них действительно содержатся лексические, синонимические и иные виды повторов, а также средства, способствующие ритмизации сообщения. Например:

a) But, we face a stark choice in education today:

*do nothing - and watch* as we fall further behind other nations,

*do nothing - and watch* as the gap between those who have and those who have not widens inexorably,

*do nothing* - and allow the vicious, violent minority to dominate the playground, and the streets.

Well, I simply refuse to stand on the sidelines and allow that to happen

Because we cannot afford to fail in our mission to improve state education.

We know the problems we face in education are a microcosm of the problems we face in all of British society

*Over*-bureaucratic, *over*-regulated, *over*-run by political correctness.

*Under*-performing, *under*-achieving, *under* the control of the wrong people.

It has got to change.

(Michael Gove: Failing schools need new leadership,  
<http://www.conservatives.com>)

Реитеративные речевые акты микротекста а) содержат два вида повторов: анафору (*do nothing*), вводящую синтаксически параллельные конструкции, способствующие созданию ритмизации, а также редкий вид морфемного повтора (повтор приставки), содержащегося в трех соседних лексемах, что также, несомненно, придает данному манипулятивному сообщению особый ритм. Безусловно, во всех случаях употребления повторов сохраняется и их основная риторическая функция – привлечение внимания к основной теме сообщения. Данная функция не противоречит основной (коммуникативной) функции филогенетической ритуализации – сигнал должен быть понят всеми членами сообщества (именно поэтому он повторяется).

b) *When we rightly talk of the future of the NHS as more personal care, we mean more focus on nursing. When we rightly talk of the future of the NHS as more care in people's own homes, we mean more attention to nursing. When we rightly talk of the future of the NHS as offering preventive treatment, that means more of a role for nursing. When we rightly talk of the future of the NHS in social care for the elderly, that means more need for nursing. When we talk of the NHS as more than a universal service but also a personal service meeting more individualised needs*

too, we mean more power for nursing. So what we are talking about is the nursing profession rightly taking more day to day control of our NHS

(Gordon Brown: Speech to the RCN Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

Пример b) является своеобразным доказательством того, что повтор в речах подобного типа представляет собой не только собственно риторическую необходимость: с точки зрения законов риторики подобное количество анафорических повторов является избыточным (в текстах публичных речей анафорический повтор одного лексемного сочетания или предложения в большинстве случаев используется не более трех раз). В данном же микротесте анафора (*When we rightly talk of the future of the NHS*) повторяется четыре раза, а ключевая лексема сообщения (*глагол to talk*) - шесть раз, что говорит о действии других факторов выбора средств передачи сообщения, основным из которых, вполне возможно, является инстинктивная ритуализация.

c) But neither are they interested in relentless prophecies of *doom* and *despair*.

(Nick Clegg: Four steps to a Fairer Britain,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Аллитерационный повтор также может быть средством воздействия на массового реципиента.

Некоторые предвыборные агитационные речи представляют собой примеры использования различных видов повторов и ритмизации на протяжении всего текста сообщения, что также доказывает большой манипулятивный потенциал данного приема. Например:

e) *We can't ever let ourselves be cowed by these fanatics. Because that's their first aim.*

*We can't ever let them disrupt our way of life. Because that's their benchmark for success.*

And we must always remember that our *freedoms, the freedoms* the *terrorists* despise, are the same basic *freedoms* the British people have always valued and still do today.

That's why our Party opposes 90 day detention without trial.

For one thing those on the front line in *counter-terrorism* warn that it risks cutting off vital local intelligence and serving as a recruiting sergeant for *terrorists*.

But even more important, remember, we stand for a hard-nosed *defence* of *freedom*.

Because *you can't defend liberty by sacrificing liberty*.

*You can't defend our way of life by sacrificing our way of life*.

And you don't defeat *terrorism*, you surrender to it, when you abandon the *freedoms* that they despise, but we hold dear.

We are very lucky, we British. We have a wonderful country: *free*, open, tolerant, civilised in its standards, outward looking and dynamic in its attitudes.

And all of this is *threatened* in one way or another by the *threats* of spiraling crime, out of control immigration, the sinister challenge of *terrorism*.

The fractures in our society are not affecting everybody yet. But they are growing.

Freedom, tolerance, openness, are all built on a foundation of confidence that comes with personal security.

I want to make sure that the 5 year old living with his Mum on his council estate today has the same chances I had 50 years ago.

Now *that won't happen if* the most successful role model on that estate is the drug dealer driving his big BMW with blacked out windows.

*It won't happen if* people live here not learning English or not understanding the values that make us British.

*It won't happen if* carrying knives, and even guns, becomes the norm for young teenager.



If we get this wrong our policies on crime, and immigration, and terrorism we will be undermining the future of all those youngsters on all those estates up and down our country.

But *if we get it right* if we reverse the tide of social breakdown – as I intend that we will – *if we get it right* we will create the conditions for a magnificent future for that same generation.

I'm talking about a future built on *a society* that is one truly open *society* not a collection of closed *societies*.

*A society* where freedom of speech is balanced by a tradition of tolerance and respect.

*A society* in which hard work and virtue are rewarded, and where crime and dishonesty are punished.

Labour is *in denial* about the problems Britain faces today. They're *in denial* because they're part of the problem.

The truth is that after ten tired years, Labour lacks the courage, competence and the conviction to re-build our broken *society*.

That task falls to us.

(David Davis, It is time to start mending our broken society,  
<http://www.conservatives.com>)

Данный текст представляет собой манипулятивное сообщение, содержащее большое количество реитеративных речевых актов. Анафорические повторы придают сообщению определенный ритм, лексические повторы ключевых актуализаторов (*threat, society, defense, terrorism*) – обеспечивают понимание передаваемого сигнала. Примечательным является то, что продюцент данной предвыборной агитационной речи повторяет лексемы-номинанты, которые являются средствами актуализации других этологических мишеней манипуляции. Например, лексемы *threat* и *terrorism* актуализируют инстинкт самосохранения массового реципиента.

Анализ текстотипа предвыборной агитационной речи британских политиков показывает, что в большинстве текстов, функционирующих в рамках дискурсов, основной задачей которых является управление массовым реципиентом, содержится большое число повторов (анафора, эпифора, лексемные повторы, звуковые повторы, морфемные повторы), которые способствуют усвоению передаваемого сигнала за счет ритмизации сообщения, имитирующей инстинктивную ритуализацию, что в свою очередь, доказывает важность этологического фактора в процессе речевого манипулирования.

#### ***4.3.2 Эмпатические речевые акты как средство актуализации этологической мишени манипуляции «эмпатия»***

Согласно широко известной трактовке теории эволюции Ч. Дарвина, выживание может быть обеспечено только тем особям вида, которые обладают наибольшей степенью эгоизма, выносливостью и силой, необходимыми для их победы в борьбе за существование, тогда как наиболее слабые представители вида неминуемо погибают в результате действия естественного отбора. Однако идея о том, что основой естественного отбора является «борьба всех против всех», подвергающаяся сомнению многими современными биологами, этологами, эволюционными психологами и представителями некоторых других областей научного знания, не находила поддержки уже у некоторых современников Ч. Дарвина, высказывающих сомнения в правильности трактовки его теории. Так, более века назад известный российский ученый П.А. Кропоткин в труде «Взаимопомощь как фактор эволюции» предложил теорию, согласно которой основным фактором, обеспечивающим сохранность вида, является так называемый «инстинкт взаимопомощи», проявляющийся в абсолютно альтруистическом поведении по отношению к более слабым и уязвимым сородичам. На основе

наблюдений за поведением насекомых, птиц, животных, а также некоторых народов, ведущих родоплеменной образ жизни (бушмены, даяки, готтентоты и др.), Кропоткин доказывает, что именно совместные усилия представителей вида, направленные на его сохранение и основанные на самопожертвовании каждой отдельной особи в интересах вида как большинства, становятся залогом процветания и развития вида [Кропоткин 2007]. Взаимопомощь, сострадание и самопожертвование как факторы эволюции исследовали и другие ученые: в середине XX века о существовании у человека инстинкта сострадания писал немецкий философ Арнольд Гелен; теории, основанные на открытиях и результатах исследований конца XX – начала XXI вв. (теория эволюции альтруизма и кооперации, открытие гена альтруизма, эксперименты по исследованию гена эмпатии), также во многом подтверждают идеи Кропоткина. Для осознания того факта, что героизм и самопожертвование не являются привилегией и продуктом исключительно человеческой культуры с ее идеалами морали и нравственности, достаточно привести несколько примеров из наблюдений ученых за различными представителями животного мира: *«Натуралист Евгений Маре, три года живший среди павианов в Африке, однажды подсмотрел, как леопард залег около тропы, по которой торопилось к спасительным пещерам запоздавшее стадо павианов - самцы, самки, малыши, словом, верная добыча. От стада отделились два самца, потихоньку взобрались на скалу над леопардом и разом прыгнули вниз. Один вцепился в горло леопарду, другой в спину. Задней лапой леопард вспорол брюхо первому и передними лапами переломил кости второму. Но за какие-то доли секунды до смерти клыки первого павиана сомкнулись на яремной вене леопарда, и на тот свет отправилась вся тройка. Конечно, оба павиана не могли не ощущать смертельную опасность. Но стадо они спасли (из статьи В.П. Эфроимсона «Эволюция альтруизма» [Эфроимсон, [http://vivovoco.rsl.ru/VV/PAPERS/ECCE/VV\\_EH12W.HTM](http://vivovoco.rsl.ru/VV/PAPERS/ECCE/VV_EH12W.HTM)]); «два муравья,*

*принадлежащие к одному муравейнику или к одной и той же колонии муравейников, всегда подходят друг к другу, обмениваются несколькими движениями щупалец, и если один из них голоден или чувствует жажду, и в особенности, если у другого в это время зобик полон, то первый немедленно просит помощи. Муравей, к которому таким образом обратились с просьбой, никогда не отказывает; он раздвигает свои челюсти и, придав телу надлежащее положение, отрывает каплю прозрачной жидкости, которая слизывается голодным муравьем. [...] если бы какой-нибудь муравей с полным зобиком оказался настолько себялюбивым, что отказал бы в пище товарищу, с ним поступили бы, как с врагом» (из книги П.А. Кропоткина «Взаимопомощь как фактор эволюции» [Кропоткин 2007: 21]).*

Многочисленные примеры подобного рода, описанные в работах ученых-этологов, показывают, что проявления взаимопомощи и альтруизма представителями человеческого общества генетически обусловлены и имеют глубокую инстинктивную природу, и опровергают представление о том, что «воспитание - полный, единственный и безраздельный творец этических, моральных, нравственных начал в человеке, а их передача от поколения к поколению целиком обусловлена только социальной преемственностью», несмотря на то, что роль этой преемственности, безусловно, велика. Исходя из этого, можно предположить, что инстинктивная природа взаимопомощи, альтруизма и эмпатии делает их продуктивными мишенями речевой манипуляции. При этом альтруистическое поведение, направленное на пользу сообщества, одобряется и поощряется, а склонные к взаимопомощи и эмпатии люди, чье поведение расценивается как альтруистическое, воспринимаются как достойные доверия. Наоборот, поведение людей, пренебрегающих правилами взаимопомощи и не склонных к эмпатии, осуждается, а к самим эгоистам относятся с недоверием. Такое отношение к поведению членов сообщества закрепилось еще во времена племенного строя. Как считает А.И. Фет, правила коллективистской племенной морали,

которые можно восстановить по наблюдениям за сохранившимися охотничьими племенами, зиждились исключительно на инстинкте, который он называет «инстинктом внутриплеменной солидарности»:

- член племени должен был участвовать в коллективной защите и коллективной агрессии своего племени;

- член племени должен был участвовать в коллективных трудовых усилиях своего племени;

- член племени должен был делиться со своими соплеменниками охотничьей и военной добычей по установленным правилам, не скрывая от соплеменников свои способы промысла, охотничьи угоды или военные трофеи;

- член племени не должен был скрывать от соплеменников свои запасы и обязан был делиться ими в случае общего бедствия [Фет 2005: 89].

Можно заметить, что даже в наш век ярко выраженного индивидуализма, правила племенной морали, имеющие древние инстинктивные основы, сохраняют свою значимость, и моральный облик каждого представителя современного племени измеряется именно степенью соответствия данным правилам, некоторые из которых закрепились в нашем обществе в форме закона. Неудивительно, что и моральный облик политиков оценивается народом именно по этим критериям. Более того, можно предположить, что члены более низших ступеней общественной иерархии ожидают гораздо большей степени альтруизма от членов сообщества, облеченных властью и стоящих таким образом, на более высокой ступеньке иерархии: по наблюдениям некоторых ученых поддержание альтруизма в природных сообществах часто сопровождается повышением статуса и репутации альтруистов, проявляющимся в том, что только высокоранговые особи закрепляют за собой право на альтруистические поступки. Например, у арабских серых дроздов (*Turdoides squamiceps*) только высокоранговые самцы имеют право кормить своих сородичей, сидеть над гнездами в роли

«часового», помочь ухаживать за птенцами, кормить товарищей [Марков: <http://evolbiol.ru/altruism.htm>]. Таким образом, альтруизм является показателем высокого ранга, а высокий ранг, в свою очередь представляется как источник альтруизма, чем, вероятно, и объясняются повышенные требования народа к моральному облику тех, кто обладает властью. В соответствии с этим, эффективным манипулятивным механизмом продуцента предвыборной агитационной речи будет представление своей партии как группы людей, пропагандирующих существование сообщества по законам, близким к инстинктивным основам племенной морали, способных на проявление альтруизма по отношению к народу, способных к эмпатии, то есть безошибочно определяющих настроения и желания народа. Напротив, оппоненты продуцента при представляются как члены сообщества, не следующие инстинктивным законам племенной морали, поступающие эгоистично (и поэтому не имеющие права занимать высокую иерархическую ступеньку), не способные к эмпатии.

Речевые акты, содержащие актуализаторы мишеней «инстинкт взаимопомощи» и «эмпатия» мы предлагаем назвать эмпатическими согласно планируемому перлокутивному эффекту продуцента. Анализ предвыборных агитационных речей и программ политиков Великобритании показывает, что данная мишень довольно часто используется ими для достижения соответствующего перлокутивного эффекта. Так, согласно Дэвиду Кэмерону, ныне действующему Премьер-министру Великобритании, сопереживание (*compassion*) является одной из базовых ценностей, определяющих всю деятельность партии Консерваторов.

a) *VALUES*

The first and most important reason why we won't walk on by is our values. For me the most important values of Conservatism are responsibility and *compassion*. Responsibility is what this party is all about. That's the belief that

people must take responsibility for making their own life choices. It's also our personal, civic and corporate responsibility to each other.

But the emotional agent that activates real social responsibility is *compassion*, a profound reaction to injury, injustice, pain or hardship.

It's *compassion* that makes us want to go beyond our normal responsibilities to each other.

It's *compassion* that led a hundred Conservative politicians and activists to Rwanda this summer, where they worked under the African sun to build a community centre for families affected by the genocide.

It's *compassion* that has prompted hundreds more Conservatives up and down the country to start their own social action projects, doing their bit for the local community.

So the authentic Conservative response to the pain of mass unemployment is a fusion of this *compassion* with responsibility. Not just throwing money at the problem – because that would be irresponsible. But not just standing by either – because that would be *uncompassionate*.

We have a moral obligation to help those who have lost their job through no fault of their own, or are in danger of doing so. Because being out of work can seem like the hardest work in the world. The workplace offers more than a pay-packet. It's where we see ourselves through the eyes of others, where we seek to define ourselves, where we socialize, where we go to get started on living a better life.

Losing a job means losing all this, and it hurts and our Conservative values mean we won't stand by and do nothing while people suffer like this.

(David Cameron: We will not walk on by while people lose their jobs,  
<http://www.conservatives.com>)

По сути, данный микротекст сам по себе является детальным объяснением феномена эмпатии – механизма, обеспечивающего действие инстинкта взаимопомощи. Сопереживание как особый вид эмпатии

представляет собой переживание субъектом тех же эмоциональных состояний, которые испытывает другой человек, через отождествление с ним, и сочувствие - переживание собственных эмоциональных состояний по поводу чувств другого. На тот факт, что эмпатия является эволюционным, еще доисторическим приобретением, указывает также наличие ее признаков у многих «стадных» млекопитающих. Так, один из крупнейших российских нейрофизиологов, П.В. Симонов, провел достаточно неожиданное исследование соотношения альтруистов, способных к эмпатии, и эгоистов в популяции крыс. В специальной установке пол плексигласового «домика» представлял педаль, которая автоматически включала счетчик времени и болевое раздражение электрическим током лап другой крысы, находившейся за тонкой прозрачной звукопроницаемой перегородкой. Подопытное животное один раз в день помещали в открытую, относительно просторную часть установки на 5 мин и регистрировали время его пребывания на педали. В течение 5 дней вход в «домик» не сопровождался болевым раздражением второй крысы, в то время как на протяжении следующих 10 дней при каждом появлении подопытного животного в «домике» включали ток силой 1-2 мА. Раздражение партнера продолжалось 3-5 секунд с пятисекундными интервалами до тех пор пока исследуемая крыса находилась на педали. Из 247 крыс (самцов) 77 особей (т.е. 31%) сравнительно быстро выработали условную реакцию избегания болевого раздражения партнера; 111 (45%) пришли к тому же, только побывав несколько раз в качестве «жертвы»; а у 59 крыс (24%) вообще не удалось выработать условный рефлекс избегания сигналов оборонительного возбуждения партнера (крика, подпрыгивания, выделения специфических пахучих веществ) [Симонов 1997: 81-89]. Если предположить, что подобное распределение эмпатичных и неэмпатичных особей справедливо и для человека, то способность продуцента-политика к сопереживанию и сочувствию оценит по заслугам большая часть (76%) реципиентов, так как особей, проявляющих сочувствие к сородичам только



после негативного опыта «нахождения в шкуре» страдающего, тоже можно признать эмпатичными.

Итак, ключевая лексема-номинант (*compassion*) повторяется в микротексте а) шесть раз, при этом три раза – в составе анафоры, вводящей параллельные синтаксические конструкции, что обеспечивает создание определенного ритма манипулятивного сообщения и способствует привлечению внимания к его основной теме (сопереживание – движущая сила представителей партии продюцента, оказание помощи, тем, кто в ней нуждается – их долг (*We have a moral obligation to help*). Кроме того, в микротексте содержатся актуализаторы-ассоцианты, номинирующие причины возникновения эмпатии, понятные, как может следовать из эксперимента с крысами, большинству представителей электората (*injury, injustice, pain, hardship, genocide, unemployment, in danger, it hurts, people suffer*). Перечисление причин, вызывающих сочувствие продюцента, призвано показать массовому реципиенту его способность к эмпатии, а, следовательно, служит доказательством его равнодушия к чаяниям и проблемам народа, особенно к самой острой проблеме – безработице (*being out of work can seem like the hardest work in the world*).

Среди основных принципов, которыми нужно руководствоваться при управлении государством, эмпатию называют и другие партии, например:

b) The party which will win the argument in this year's election campaign is the party which finds a way of marrying credibility and hope, restraint and generosity, discipline and *compassion*. That is what the Liberal Democrats will provide.

(Nick Clegg: Four steps to a Fairer Britain,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Актуализация мишени «инстинкт взаимопомощи и эмпатия» в эмпатических речевых актах может быть представлена в трех вариантах:

- метарепрезентация (вербальная интерпретация интенционального, эмоционального и иного состояния того, о ком идет речь) отношения оппонента к ситуациям, вызывающим эмпатию (обычно демонстрируется эгоизм и равнодушие оппонента для создания его отрицательного образа);

- экспликация отношения продуцента к ситуациям, вызывающим эмпатию (представляется как сочувствующее для создания положительного образа продуцента);

- метарепрезентация состояния объекта, вызывающего эмпатию (для достижения перлокутивного эффекта единения с массовым реципиентом через разделение эмпатии как основы общей племенной морали). Эти варианты в различных комбинациях могут осуществляться в пределах одного микротекста. Например:

c) And we must win the battle over education for another vital reason.

Parents with disabled children have to fight for everything.

Just imagine what it's like when the special school that gives their child the love they need, the care they need, the therapy they need, and yes, the education they need...

...when that special school is threatened with closure.

I've seen it, and it breaks my heart.

*Labour's idea of compassion* is to put every child in the same class in the same school - and call it equality and inclusion.

*But I say that's not compassion* ... it's heartless, it's gutless, and it's got to stop.

That's why a Conservative government will save special schools.

(David Cameron: Change to win,  
<http://www.conservatives.com>)

В данном микротексте мы можем наблюдать реализацию всех трех вариантов актуализации врожденной способности к эмпатии. Во-первых, присутствует метарепрезентация состояния членов сообщества, вызывающих

эмпатию (*have to fight for everything*): продуцент описывает его как хорошо знакомое, что показывает его личную способность к сопереживанию и создает его положительный образ, как человека, способного хорошо понять родителей, имеющих детей с ограниченными возможностями. Во-вторых, выражается отношение продуцента к описываемой ситуации, которая, несомненно, вызывает эмпатию (*it breaks my heart*). Наконец, в-третьих, в микротексте присутствует метарепрезентация отношения оппонента к сложившейся ситуации (*Labour's idea of compassion is to put every child in the same class in the same school - and call it equality and inclusion*), которая представляет собой воспроизведение мнения оппонента по рассматриваемому вопросу (*Labour think*) и эксплицитную оценку продуцентом отношения оппонентов к сложившейся ситуации (*But I say that's not compassion*), сопровождающуюся эпитетами с негативной коннотацией, что способствует созданию отрицательного образа оппонента и его партии (... *it's heartless, it's gutless, and it's got to stop*).

d) The Students Loans Company has made a real mess of Disabled Student Allowances (DSAs). The processing of DSA applications has been *a catalogue of failure and incompetence leaving thousands of students struggling to cope*.

*It's a scandal that disabled students who have worked hard to secure a place at university are not getting the support they need. Many are still waiting for funding to buy special equipment so they can do their course.*

(Lord Addington: Shameful to leave thousands of disabled students struggling, <http://libdem.org.uk>)

В примере d) показывается отношение партии власти (оппонентов) к категории представителей массового реципиента, заслуживающей особого внимания и сочувствия, причем, согласно информации продуцента, нужное внимание данной группе людей не оказывается (*leaving thousands of students struggling to cope, not getting the support they need*). Отрицательный образ оппонента в данном случае формируется при помощи соответствующих

лексем-ассоциантов и лексем-номинантов (*failure, incompetence, struggling to cope, hard*).

e) These are not the first measures the government has taken to restore our civil liberties and they won't be the last. I was proud when Nick Clegg announced an end to the *disgraceful and cruel practice* of locking up innocent children during the immigration removal process. Under Labour, more than 7,000 *children were detained – hundreds for weeks and months on end*. In far too many cases this inflicted *serious physical and psychological damage*.

(Tim Farron: A proud day for those who cherish Britain's freedoms,  
<http://libdem.org.uk>)

Микротекст e) также представляет собой пример формирования отрицательного образа оппонента через представление его неспособности к эмпатии. При этом используются такие лексемы-ассоцианты, как *disgraceful, cruel, detained, damage*.

f) And it's especially when it comes to our social problems that people doubt whether change can really happen. They see drug and alcohol abuse, but feel there's not much we can do about it. They see the deep poverty in some of our communities, but feel it's here to stay. They experience the crime, the abuse, the incivility on our streets, but feel it's just the way are going. They see families falling apart, but expect that it's an irreversible fact of modern life. I despair at all these things too. But I don't accept them.

We should not accept them.

(David Cameron: Our 'Big Society' plan,  
<http://www.conservatives.com>)

В примере d) продуцентом описывается состояние массового реципиента как объекта эмпатии. Параллельные синтаксические конструкции с анафорическим повтором усиливают эмоциональный эффект сообщения, которое косвенно характеризует оппонента как неспособного чувствовать настроения массового реципиента.

Большое количество микротекстов с актуализацией исследуемой мишени в предвыборных агитационных сообщениях Д. Кэмерона позволяет сделать вывод о том, что инстинкт взаимопомощи, альтруизм и эмпатия являются продуктивными мишенями речевой манипуляции.

#### ***4.3.3 Комический речевой акт как способ актуализации этологической мишени «смех»***

Изучение речей британских политиков показывает, что довольно часто их продуценты используют в своих сообщениях вербальные средства, способные вызвать смех реципиента. Подобные средства могут быть различными: анекдоты, смешные истории из жизни, забавные сравнения, образы и т. п. В некоторых случаях стенограммы уже произнесенных речей буквально пестрят пометками «[laughter – англ. *смех*]», относящимися и к продуценту речи, и к ее реципиентам. Выбор подобного механизма выстраивания серьезной публичной речи не является случайным: он обусловлен действием глубинных интроспективных факторов, побуждающих человека, произносящего речь перед большой аудиторией, добиваться подобного перлокутивного эффекта на генетическом уровне, что позволяет нам отнести просоциальную реакцию смеха к классу этофизиологических мишеней манипуляции.

Особенности природы и функции смеха стали известны человеку благодаря исследованиям этологов. Один из основоположников этологии как науки об инстинктах, Карл Лоренц, предполагал, что человеческий смех в своей первоначальной форме был своеобразной церемонией умиротворения или приветствия, возникшей путем ритуализации переориентированной угрозы. По наблюдениям Лоренца, человеческий смех, возникающий при разрядке конфликтной ситуации, имеет аналогии в жестах умиротворения и приветствия многих животных и птиц [Лоренц 1998: 67]. Кроме того, Лоренц отмечает, что «общий смех не только действует как чрезвычайно сильное

средство отведения агрессии, но и доставляет ощутимое чувство социального единения» [Лоренц 1998: 67].

Предположение Лоренца об инстинкте внутривидовой агрессии как причине возникновения такой древней человеческой реакции, как смех, доказываем исследованиями и других этологов: Дж.Салли и Л.Робинсон, например, отмечают, что смех младенцев изначально представляет собой ритуализированную угрозу (каждый десятый ребенок в возрасте от 2 до 4 лет в ответ на щекотку демонстрирует не смех, а настоящий игровой укус, «совершенно так же, как сделал бы щенок» [Sully 1902, цит. по Козинцев, [http://www.krotov.info/lib\\_sec/11\\_k/koz/inzev\\_04.htm](http://www.krotov.info/lib_sec/11_k/koz/inzev_04.htm) ]); мимика обезьян (шутливый оскал) при щекотке сородичами во время игровой агрессии представляет собой ритуализированный укус, который в подобных социальных играх демонстрируют также и другие зубастые животные – собаки, тюлени, медведи.

До недавнего времени в науке существовала дуалистическая концепция смеха, не допускающая связи между «биологическим» смехом, возникающим в результате щекотки, и так называемым «сентиментальным» (психологическим) смехом, вызванным речевыми юмористическими стимулами. Однако экспериментальное исследование К.Харрис показало, что смех, причиной которого является тактильный физиологический стимул (щекотка), и смех, возникший как реакция на юмор, имеют одну и ту же природу и различаются лишь в количественном отношении [Harris 1999: 349]. Отечественный исследователь феномена смеха А.Г.Козинцев также указывает на тождественность природы и функций смеха, возникающего в результате физической игровой псевдоагрессии и словесного псевдооскорбления, трансформировавшегося в жанры взрослого юмора, представленные, например, анекдотами. При этом тот факт, что словесный юмор возник как эволюционировавшая форма древних агрессивных игр, доказываем А.Г.Козинцевым на примере жанра детских «поддевок» и

«заманок», где две эти причины смеха определенным образом смешиваются и дополняют друг друга, например:

а) английская «поддевка»:

*Adam and Eve and Pinchme*

*Went to sea on a raft;*

*Adam and Eve fell in –*

*And who was left?*

(«Адам, Ева и Ущипни-меня плыли по морю на плоту; Адам и Ева упали в воду – кто остался на плоту?») Ответ «Ущипни-меня» сопровождается соответствующим действием .

б) якутская «поддевка»:

– *Как будет по-якутски “олень”?*

– «*Таба*».

– *А “бык”?*

– «*Огус*».

– *А, ты сказал “Таба огус!”* («*Ударь метко!*») – сопровождается названным действием) [Козинцев:

[http://www.krotov.info/lib\\_sec/11\\_k/koz/inzev\\_04.htm](http://www.krotov.info/lib_sec/11_k/koz/inzev_04.htm)].

Биологическая инстинктивная природа смеха обеспечивает его свойством, присущим всем самым мощным инструментам манипуляции, – свойством *коллективности*: смех как древний метакоммуникативный сигнал из арсенала доречевой коммуникации, означающий отсутствие агрессивных намерений, понятен абсолютно всем членам сообщества; смех заразителен и легко приобретает характер массового явления в результате действия древнего механизма синхронизации переживаний членов группы на уровне эмпатии [Rogers 1975: 2–10] и «зеркальных нейронов», активация которых побуждает членов группы бессознательно подражать друг другу [Rizzolatti 2004: 169-192]. Кроме того, физическое состояние смеющегося человека характеризуется резким ослаблением мышечного тонуса, что означает его

полную расслабленность и безвольность. Смеющийся человек освобождается от психологического напряжения: смех лишает воли, «запрещает» оценку ситуации с точки зрения логики и смысла, отменяет нормы морали и этикета, блокирует речь [Козинцев: [http://www.krotov.info/lib\\_sec/11\\_k/koz/inzev\\_04.htm](http://www.krotov.info/lib_sec/11_k/koz/inzev_04.htm)]. Иными словами, смех отменяет культуру и отбрасывает человека на более низкую, доречевую ступень развития. Исходя из этого, планируемый перлокутивный эффект смеха массового реципиента дает продуценту-манипулятору множество преимуществ:

- совместный смех создает эффект единения с массовым реципиентом, восприятия продуцента как «своего» (еще Лоренц указывал на то, что реакции, подобные смеху, у социальных животных обеспечивают целостность группы);

- смех не позволяет воспринимать продуцента как носителя агрессивных намерений и обмана, так как является древним сигналом стремления избежать конфликта;

- совместный смех над оппонентом усиливает ключевую оппозицию предвыборного дискурса «свои – чужие», автоматически включая продуцента в зону смеха как «своего» и исключая оппонента как неспособного разделить этот смех;

- смех лишает реципиента способности критически оценивать фактическую информацию, предлагаемую продуцентом;

Анализ выступлений британских политиков показывает, что существует достаточно большое количество способов достижения перлокутивного эффекта смеха массового реципиента посредством речевого юмористического стимула, однако сам механизм создания комического эффекта можно свести к единой схеме. Базовой единицей схемы комического, по мнению одного из исследователей феномена смеха А.Д.Кошелева, является концептуальный признак, представляющий собой



пару «образ – его эндогенная, внутренне ему присущая, характеристика» [Кошелев 2007: 283], отражающую распределение функций между правым и левым полушариями головного мозга человека: правое (более архаичное) полушарие оперирует конкретными зрительными, звуковыми и другими перцептивными образами и архетипами; левое (доминантное) – в большей мере связано с аналитической деятельностью мозга, результатом которой и являются различные антропоцентрические характеристики целостных образов [Иванов 2004: 64 – 65]. Концептуальный признак «образ – характеристика» становится комическим, если в результате описания (юмористического рассказа, анекдота, смешного изображения, сравнения и т. п.) образу приписывается еще одна характеристика, которая, во-первых, противоположна эндогенной характеристике образа; и, во-вторых, экзогенна, относительна, вызвана внешними причинами (ситуацией или контекстом) [Кошелев 2007: 283]. Действие данной схемы можно проиллюстрировать с помощью следующего анекдота (пример и интерпретация А.Д.Кошелева » [Кошелев 2007: 292 – 293]):

*Штирлиц привез пастора Шлага на швейцарскую границу. Граница представляла собой ущелье с отвесными краями, между которыми был натянут тонкий канат. Штирлиц дружески похлопал пастора по спине, тот сделал несколько неуверенных шагов и с криком сорвался в пропасть. «А ведь он совершенно не умеет ходить по канату», — подумал Штирлиц.*

На основе визуальных и звуковых описаний, представленных в фильме о Штирлице, портретный образ, речевой образ и образ действий данного героя представляются зрителю как обладающие исключительно положительными эндогенными характеристиками: «красивый», «умный», «внимательный», «аскет» и др. В одном из эпизодов фильма, по аналогии с которым был создан приведенный выше анекдот, Штирлиц подъезжает с пастором Шлагом к швейцарской границе и, дав ему последние наставления, прощается с ним. Пастор надевает лыжи и не очень уверенно делает первые

шаги в сторону Швейцарии. Посмотрев ему вслед, Штирлиц неожиданно понимает: «*А ведь он совсем не умеет ходить на лыжах*». Мысль Штирлица свидетельствует о возникшем у него беспокойстве за пастора Шлага, переход которого через границу оказался достаточно нелегким, и отражает эндогенную характеристику его образа («чуткий», «внимательный к друзьям»). Ситуативная экзогенная характеристика образа Штирлица («безответственный», «глупый») предложенная в анекдоте, противоположна эндогенной, что способствует созданию комического эффекта, усиленного тем, что последняя фраза анекдота по своей структуре соответствует фразе из фильма.

Если рассматривать схему А.Д.Кошелева с точки зрения теории речевых актов и предлагаемой нами модели речевой интенции, то можно предположить, что перлокутивный комический эффект (и, соответственно, желание реципиента посмеяться) возникает при наличии в фактической ситуации участников вербальной интеракции некоего несоответствия или противоречия, отражаемого продуцентом в информативном компоненте речевого акта, который можно назвать *парадоксальным*. Микротексты предвыборных агитационных речей, нацеленных на актуализацию просоциальной реакции смеха и достижение соответствующего перлокутивного эффекта, содержат комические речевые акты с парадоксальным информативным компонентом, основанным на несоответствии эндогенной (традиционной, стереотипной) и экзогенной (ситуативной, предлагаемой продуцентом) характеристик элементов фактической ситуации.

Будучи достаточно сильно ритуализированным и предполагающим строгое распределение статусов и ролей, ассоциируемых с определенным поведением, политический дискурс представляет собой продуктивную основу для создания несоответствий разного рода («статус – поведение», «статус – отношение к статусу», «поведение – представление о поведении» и

др.). Шутящий и смеющийся продюцент-политик уже сам по себе представляет несоответствие традиционно сложившемуся представлению о политическом деятеле с эндогенными характеристиками «серьезный», «уважаемый», «важный». Противоречие между этими эндогенными и ситуативно создаваемыми экзогенными характеристиками образа политика часто используются продюцентами манипулятивных сообщений для создания комического эффекта. Например:

a) I've been keeping a close eye on what's been going on in Scotland. There's certainly a fight going on. And here's the tale of tape as I see it.

In the blue corner, there's Annabel Goldie. The best performer in Holyrood, unwavering and unstinting, leading a strong and united team, dedicated to standing up for the best interests of Scotland and Scottish people.

They got extra police, cuts in business rates and more drug rehabilitation. That's the Conservative Party – and Conservative principles – in action.

And then, in the red corner, there's Wendy Alexander, not exactly steady on her feet ...quite liable to knock herself out.

First she opposed a referendum on independence. Then she did a u-turn and said "bring it on." Then Gordon Brown u-turned on that u-turn. Then Wendy Alexander u-turned on Gordon Brown's u-turn on the first u-turn.

You still with this? I'm not. You don't know whether to laugh – or cry. Knowing Wendy, she's doing both.

So that's it. That's the bout. It's Solid Goldie versus Bendy Wendy. If I was the referee, I'd stop the fight right now.

This would be funny if it wasn't so serious. Labour think they're being clever. What they've actually done is put the Union under greater threat.

(David Cameron: Speech to Scottish Conservative Party Conference,  
<http://www.conservatives.com>)

Микротекст а) представляет собой последовательность комических речевых актов, содержащих в информативном компоненте развернутую

метафору, создающую образ боксерского раунда, в котором участвуют две женщины-политика, представляющих разные партии. Продюцент данного микротекста берет на себя роль спортивного комментатора, о чем свидетельствует структура микротекста: описание «раунда» соответствует репортажу с места событий, идет в настоящем времени и начинается с представления «спортсменок», занимающих позиции в красном и синем углах ринга (*In the blue corner, there's Annabel Goldie...; And then, in the red corner, there's Wendy Alexander*). При этом представительница партии продюцента показана как спортсменка, способная одержать победу (эпитеты с положительной коннотацией *unwavering and unstinting*), а представительница партии оппонентов – как нерешительная и слабая спортсменка (и, соответственно, политик), которая может только проиграть (*not exactly steady on her feet ...quite liable to knock herself out*). Комический эффект усиливается за счет паронимической аттракции (*Solid Goldie versus Bendy Wendy*), основанной на сочетании имен политиков и созвучных этим именам эпитетов, соответствующим образом характеризующих «спортсменок» (*solid* – крепкий, прочный, серьезный, надежный; *bendy* – гнущийся, уклоняющийся). Многократный повтор лексемы *u-turn* (резкий поворот в противоположную сторону), использующейся уже для описания политических действий оппонентов, также усиливает общее противоречие – образ *Annabel Goldie* [эндогенная характеристика «политик» vs экзогенная характеристика «боксер»], образ *Wendy Alexander* [эндогенная характеристика «политик» vs экзогенная характеристика «боксер»].

b) British politics has become *like a giant dance of the hokey cokey. David and Gordon skipping round in circles, hand in hand. Taking it in turns, left foot in, right foot out, left foot out, right foot in.*

(Nick Clegg: Speech to Bournemouth 2008 rally,  
<http://www.libdems.org.uk>

Информативный компонент парадоксального речевого акта в примере б) содержит сравнение оппонентов – премьер-министра Великобритании, лейбориста Гордона Брауна и консерватора Дэвида Кэмерона – с исполнителями популярного британского группового танца. Помимо того, что создаваемый образ смешон сам по себе (серьезные политики представляются в виде танцоров), его комичность усиливается осознанием массовым реципиентом демонстрации продуцентом снятия запрета на высмеивание власти. Таким образом, комический эффект достигается с помощью нескольких противоречий: 1) образы премьер-министра и Дэвида Кэмерона [эндогенная характеристика «представительные», «уважаемые», «серьезные» vs экзогенная характеристика «смешные», «танцующие, держась за руки, старательно выполняя па ногами»]; 2) образ власти [эндогенная характеристика «серьезный», «уважаемый», «не подлежащий осмеянию (даже в самых демократических сообществах)» vs экзогенная характеристика «комичный», «смешной», «подлежащий осмеянию»]. Достижение перлокутивного эффекта смеха в данном случае способствует единению продуцента с массовым реципиентом не только за счет самого акта смеха, но и за счет того, что продуцент разделяет природную привычку народа «поддерживать любую, будь то формальная или неофициальная, критику властей» [Дмитриев 1996: 97]. Именно такое свойство юмора, как способность нарушать запреты и конвенциональные установки наиболее ритуализированных видов дискурса, заставляет реципиента смеяться во многих подобных случаях. Более того, подобные выпады в сторону оппонентов содержат изрядную долю агрессии, подтверждая древнюю инстинктивную связь агрессии и смеха. Например:

c) Europe it is not becoming a super state; but it can become more effective; and British engagement can help make it happen.

*But there's a political elephant in the room. It's blue, it doesn't really like the EU and it's out for your vote.*

(David Miliband: Engage and Lead: Labour's approach to the EU,  
<http://www.labour.org.uk>)

d) It is misleading of the Government to say yesterday that councils should cut the grit they use by a quarter only to come back 24 hours later and say it should be by a half. Will they come back tomorrow and say they should cut by three quarters? *Ministers were clearly completely unprepared for the snow and are now running around like headless chickens.*

(Norman Baker: Government completely unprepared for the snow,  
<http://www.libdems.org.uk>)

e) I begin by saying that after nearly seven years as an Assembly Member, I never cease to be amazed by the audacity of those in the Welsh Labour administration, who, *like a bunch of the proverbial brass primates, seem to be blind, deaf and dumb* to the chaos that they have caused in the NHS since the Assembly was set up some seven years ago.

(David Davies, Labour continues to fail Welsh NHS,  
<http://www.conservatives.com>)

Рассмотрим теперь ситуацию смеха с точки зрения ее участников. В полном варианте такая ситуация содержит три стороны: адресанта смеха (приглашающего посмеяться), адресата смеха (мишень смеха) и зрителя (приглашенного для совместного смеха). Теоретически участники предвыборного агитационного дискурса (их также три) – продуцент манипулятивного сообщения, его реципиент и оппонент – могут выполнять любую из этих ролей. Единственным практическим исключением становится ситуация, когда реципиент является адресатом смеха со стороны продуцента политической речи. Такие ситуации крайне редки, так как высмеивание

реципиента равносильно иллюкутивному самоубийству продуцента манипулятивного сообщения: оно не отвечает целям его речевых действий, поэтому продуценты-политики обычно избегают даже добродушного подшучивания над аудиторией (реципиент, а priori воспринимаемый продуцентом как «свой», по определению не может быть объектом жеста переориентированной угрозы, так же как и продуцент не может мыслиться его источником). Однако ситуации, в которых реципиент преподносится в качестве объекта насмешек или источника смеха (например, в результате обмана) со стороны оппонента обладают высоким манипулятивным потенциалом, так как сразу же исключают оппонента «из вида» как «чужого», вызывая агрессию и возмущение. Подобный перлюкутивный эффект вызывают также ситуации, когда оппонент является причиной насмешек над реципиентом со стороны других «видов» (например, других стран). Например:

e) Now we've set out a big argument at this election, a big change at this election. We've said to people that your politicians have been taking you for mugs for too long by saying leave it all to us, we'll just pass one more law, one more regulation, spend a bit more of your money and everything will be solved. We all know that's not true. Real change comes when we all play our role in that change, when we break open the education monopoly and invite new schools in to give a first class education in the state sector for all our children.

(David Cameron, Big ideas to give Britain Real Change  
<http://www.conservatives.com>)

f) And think about how we have all as a country been treated. This, this Government has again and again treated the people like fools telling us that abolishing the ten pence tax wouldn't hit the poor. Telling us they'd cancelled the election but it had nothing to do with the opinion polls. Telling us that they'd increased the defense budget every single year while they were sending troops to

Iraq and Afghanistan. We now know they were cutting it. On that alone this Prime Minister doesn't deserve to be re-elected.

(David Cameron: Forty days and forty nights to bring change to this country, <http://www.conservatives.com>)

В примерах е) и f) продуцент представляет себя в роли зрителя (свидетеля) ситуации смеха, в которой адресантом смеха выступают оппоненты (*your politicians, this Government*), а в роли адресата смеха, который возникает в результате обмана (*We all know that's not true, treated the people like fools telling us that abolishing the ten pence tax wouldn't hit the poor*) – массовый реципиент. Как мы уже отмечали выше, при подобном распределении ролей в ситуации смеха планируемым перлокутивным эффектом становится чувство негодования и возмущения массового реципиента по отношению к причине осмеяния, то есть действиям и отношению оппонента. Часто в информативном компоненте парадоксальных речевых актов, содержащихся в таких микротекстах, используются лексемы-номинанты *fools, laughing stock, mugs, to fool* и т.п.

g) That's why our approach is completely different from the two other parties'. We aren't going *to salami-slice* budgets like Labour and the Conservatives. *Pretending that you can save billions of pounds just by using fewer paperclips and putting up the price of Parliamentary salads.*

(Nick Clegg: Speech to Autumn Conference, <http://www.conservatives.com>)

В микротексте g) объектом смеха становится оппонент продуцента. Комический эффект в данном примере создается за счет несоответствия эндогенной характеристики «мышление в масштабах страны и адекватные данному масштабу решения политиков» и экзогенной характеристики «глупые поверхностные меры» (*you can save billions of pounds just by using fewer paperclips and putting up the price of Parliamentary salads*). Кроме того, комический эффект примера усиливается с помощью глагола-неологизма *to*



*salami-slice*, что также указывает на неразумность и неэффективность достойных осмеяния мер оппонента по улучшению экономической ситуации в стране.

Набор средств, создающих комический эффект в ситуациях, когда адресатом смеха является оппонент, достаточно велик. Это могут быть аллюзии, дерогативные эпитеты, забавные сравнения, параллельные синтаксические конструкции, повторы, метафоры и т.п. Например:

h) Give us your personal data for a national identity register, pay for a national identity card, have your children finger printed, but by the way, we've failed to keep a record of foreign criminals, we've failed to even look at thousands of files sent to us about dangerous criminals and oh yes we've lost the tax details of half the adult population of the country. It's not a question of Brown moving from Stalin to Mr. Bean – it is Stalin and Mr. Bean.

(David Cameron: Speech to the Conservative's North West Conference in Bolton, <http://www.conservatives.com>.)

В микротексте h) продуцент добивается комического эффекта с помощью двойного использования антономазии в информативном компоненте парадоксального речевого акта, называя оппонента не нарицательными именами, а именами известной исторической личности (*Сталин* вместо *тиран, диктатор*) и известного комического киноперсонажа (*Мистер Бин* вместо *клоун, шут, неудачник*, который решает многочисленные бытовые проблемы, но найденные им пути решения порой доходят до абсурда, а иногда приводят к небольшим катастрофам). Полная несовместимость характеристик данных образов в применении к одному человеку способствует достижению перлокутивного эффекта смеха (*it is Stalin and Mr. Bean*).

Самоирония и добродушное подшучивание над собой, сложившейся ситуацией и своей реакцией на нее призваны сблизить политика с массовым реципиентом, показать облеченного властью продуцента «своим», «простым

смертным», не лишенным права на попадание в нелепые ситуации. Таким образом, смех как перлокутивный эффект таких микротекстов носит сближающий характер, способствует установлению доверительных отношений, снятию напряжения и расслаблению.

i) Children will learn not only about food production, but also how to cook it, how to eat nutritiously, and about opportunities for leisure and work in the countryside.

You may laugh now, as it is me who is saying this, but at a time when obesity is rising and placing an increasing strain on the health of the nation, the benefits of education could not be clearer.

(Brynle Williams: Promoting Welsh food at home and abroad,  
<http://www.conservatives.com>)

Комический эффект в данном примере достигается за счет противоречия между призывом производителя к здоровому питанию в школах и употреблению натуральных продуктов, производимых в сельской местности, во времена, когда многие страдают избыточным весом, и внешностью производителя (Бринл Уильямс – человек достаточно полный). Оговорка по поводу собственной внешности (*as it is me who is saying this*) и используемая лексема-номинант планируемого перлокутивного эффекта (*You may laugh now*) усиливают комический эффект сообщения.

Разнообразие средств достижения перлокутивного эффекта смеха в рассмотренных нами микротекстах, а также тот факт, что данные средства используются производителями практически в каждой из произносимых речей, доказывают высокий манипулятивный потенциал актуализации данной мишени.

#### **4.4 Классификация манипулятивных речевых актов в политическом дискурсе по типу используемого актуализатора мишени манипуляции**

Актуализаторы мишени манипуляции массовым реципиентом в предвыборном агитационном дискурсе, функционирующие в соответствующем текстотипе, представляют собой своеобразные интенциональные доминанты, вокруг которых сосредоточивается манипулятивное сообщение. Это ключевые знаки микротекстов, по которым можно определить смысл манипулятивного сообщения продуцента предвыборной агитационной речи. Чаще всего актуализаторы мишеней манипуляции связаны с контактными и дистантным перлокутивными эффектами, которые планирует достичь продуцент-манипулятор.

Мы выделяем три типа актуализаторов мишеней манипуляции массовым реципиентом в текстотипе предвыборной агитационной речи:

- актуализаторы-номинанты;
- актуализаторы-ассоцианты;
- актуализаторы-парадоксы.

В соответствии с этим, мы предлагаем выделить три основных класса манипулятивных речевых актов:

- 1) номинантные манипулятивные речевые акты (речевые акты, содержащие актуализатор-номинант);
- 2) ассоциантные манипулятивные речевые акты (речевые акты, содержащие актуализатор-ассоциант);
- 3) парадоксные манипулятивные речевые акты (речевые акты, содержащие актуализатор-парадокс).

Рассмотрим подробнее классификацию манипулятивных речевых актов по данному признаку.

1. Номинантные манипулятивные речевые акты

Актуализаторы-номинанты могут использоваться продуцентом при актуализации практически всех мишеней манипуляции. Например:

a) Labour's failure on civil liberties is abject. They have given in time after time to the politics of *fear* and control. And it is no accident. The idea that political *freedom* is not a 'real' issue, that is a middle class obsession, and that concern for individual *liberty* is somehow connected with selfishness and Thatcherism lie deep in Labour's psyche.

(David Howarth: Speech about civil liberties at Liberal Democrat Conference, <http://www.libdems.org.uk>)

В данном пример продуцент использует актуализатор, номинирующий одну из базовых эмоций массового реципиента (*fear*), а также лексемы-номинанты, актуализирующие этофизиологическую мишень манипуляции «инстинкт свободы и выбора» (*freedom, liberty*).

b) David Davis and I are fiercely determined to protect Britain's security with tough and intelligent action to fight crime and to fight terrorism.

But in doing so, we will never be casual about *our freedoms*.

We understand that *freedom* is central to the British way of life.

It is a vital part of our history and our heritage.

We feel it in our bones.

So our approach to the twin challenges of security and freedom, and to the challenge of balancing the two, is clear.

We will be the hard-nosed defenders of security and *freedom*.

Both are vital to our nation's well-being.

(Cameron: Balancing freedom and security – A modern British Bill of Rights, <http://www.conservatives.com>)

В речевых актах примера b) этофизиологическая мишень «инстинкт свободы и выбора» актуализируется с помощью соответствующей лексемы-номинанта.

c) Today we got a pick and mix Budget of recycled announcements from a government skilled in raising people's hopes but *incompetent at actually delivering help*.

(Nick Clegg; Pick and mix Budget fails on all counts,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Речевой акт микротекста c) актуализирует жанрово обусловленную мишень манипуляции «оппонент продуцента и его группа (партия)» посредством лексем-номинанта *incompetent*.

d) Politicians often make welfare reform very complicated, but actually, it's not. The most important thing is that those who can work should work and those who can't work should be properly supported by a *compassionate* society that believes in social justice.

(David Cameron: A real plan for welfare reform,  
<http://www.conservatives.com>)

Речевой акт микротекста d) актуализирует эмпатию массового реципиента с помощью соответствующей лексем-номинанта

## 2. Парадоксные манипулятивные речевые акты.

К группе парадоксных речевых актов относятся, в основном, комические речевые акты, строящиеся по принципу несоответствия (парадокса) между определенными экзогенными и эндогенными признаками или характеристиками фактической ситуации. Эндогенная и экзогенная характеристика феномена, объекта или личности, представляемой в информативной части подобных речевых актов, образуют парадокс, который, будучи понятым массовым реципиентом, позволяет продуценту-манипулятору достигать нужного контактного перлокутивного эффекта – смеха (и, как следствие, единения с массовым реципиентом, блокировки его критического мышления и возвращения на доречевой уровень). Например:

a) Napoleon once said that Britain was a nation of shopkeepers - and he meant it as an insult, I say if we keep on producing the Topshops, the Marks and Spencers and the Sainsburys of the world, we should take that as a compliment.

*You don't need to tell me how important the fashion industry is - for a start it employs my wife.*

(David Cameron: We will make the hard long term decisions,  
<http://www.conservatives.com>)

Комический речевой акт в данном микротексте представляет собой актуализатор-парадокс с несоответствием заявляемых приоритетов важности индустрии моды для политика-продюцента (важность в масштабах страны, с которой ассоциируется политик, и его личная заинтересованность, о которой он заявляет якобы прямо и честно, что тоже является своеобразным парадоксом).

b) It was nine years ago, but every second is etched on my memory. I couldn't stop fidgeting as I chewed gum, paced the draughty hall and smoked (I still hadn't given up by then).

The hours dragged by, the torture seeming to get only more intense. Every ballot box that was emptied appeared to have crosses for my opponents, not for me.

My stomach was in knots, a gnawing dread that my second attempt to win a seat in Parliament would end in failure again.

The campaign had gone well, despite the odd hiccup. "You've started early," said one dazed commuter at Charlbury station as I handed her a leaflet at 6.30 one chilly morning. "The early bird catches the worm," I replied with a smile. Her response was sharp: "If you call me a worm, I won't vote for you."

(David Cameron: We will make the hard long term decisions,  
<http://www.conservatives.com>)

Пример из жизни, приведенный политиком-продюцентом в текстотипе b) содержит комический речевой акт, который достигает контактного

перлокутивного эффекта смеха и за счет содержательной стороны шутки с поговоркой, и за счет несоответствия эндогенной характеристики образа политика (серьезный, важный) и экзогенного признака (веселый, шутящий).

Стоит отметить, что иногда актуализаторы-парадоксы встречаются в речевых актах, актуализирующих жанрово обусловленные мишени манипуляции массовым реципиентом, например, мишень-аттитуд «традиционная промиссивность сообщения». Эндогенной характеристикой промиссивности в предвыборном агитационном дискурсе является именно ее традиционность или даже ритуальность: по «правилам игры» политики во время предвыборных кампаний дают потенциальному электорату много различных обещаний. Поэтому микротекст, подобный микротекстам а) и б), может быть расценен как актуализатор-парадокс, нарушающий ритуал.

a) So this manifesto is *different from the usual politicians' promises*. We do not say: *give us your vote and we will solve all your problems*. We say no government can solve all the problems on its own, and no individual can solve all the problems on their own. We say we are all in this together: come with us, and we will build a better country together.

(Philip Hammond: We will build a better country together,  
<http://www.conservatives.com>)

Признание Филиппа Хаммонда в том, что его партия не собирается, как это принято, обещать массовому реципиенту решение всех проблем в обмен на голоса избирателей, отличается от традиционных заявлений политиков во время избирательных кампаний и носит парадоксальный характер. Кроме того, подобное откровенное заявление направлено на достижение контактного перлокутивного эффекта доверия.

b) This all needs to change. *I'm not going to stand here and promise you a country where nothing bad ever happens*. I do not underestimate how difficult it will be to deal with this problem of crime and disorder.

We cannot rebuild social responsibility from on high. But the least we can do the least we can do is pledge to all the people who are scared, who live their lives in fear and who can't protect themselves, that a Conservative Government, with Chris Grayling, with Dominic Grieve, will reform the police, reform the courts, reform prisons. We will be there to protect you.

(David Cameron: Putting Britain back on her feet,  
<http://www.conservatives.com>)

Эффект, подобный эффекту в примере а), достигается в микротексте б). Эндогенная характеристика традиционного ритуала обещания всяческих благ вступает в несоответствие с экзогенной характеристикой знака-парадокса данного микротекста (*I'm not going to stand here and promise you a country where nothing bad ever happens*).

### 3. Ассоциантные манипулятивные речевые акты

Манипулятивные речевые акты, в которых используются актуализаторы-ассоцианты, являются, пожалуй, самыми распространенными в предвыборном агитационном дискурсе. Актуализатор-ассоциант представляет собой знак, номинирующий понятие, ассоциируемое с одним или более контактными перлокутивными эффектами речевых актов продуцента-манипулятора. Например:

а) This would *derail* the recovery this year, *undermine* deficit reduction, and put public services *at risk*. George Osborne has *panicked* and is *making policy up on the hoof*. What George Osborne announced today will put families, their public services and business at risk.

(Alistair Darling: Osborne has panicked,  
<http://www.labour.org.uk>)

Пример а) представляет собой микротекст, речевые акты которого содержат лексемы-ассоцианты с базовой эмоцией страха и тревоги (*derail*, *undermine*, *risk*, *panicked*). Актуализатор-ассоциант (*risk*) повторяется в



сообщении несколько раз, что способствует более быстрому достижению планируемого перлокутивного эффекта.

b) Those drafty 'Walkways in the Sky' quickly became convenient escape routes for criminals. *The smell of urine in the lifts* was sometimes so overpowering that it was preferable to walk up dozens of flights of concrete stairs. Anti-social behaviour later forced the open design and easy accessibility to be replaced by buzzer entry systems and walkway closures.

(Grant Shapps: We will regenerate deprived communities and inner-cities,  
<http://www.conservatives.com>)

Лексема-ассоциант (*urine*) в речевом акте данного микротекста направлена на достижение перлокутивного эффекта отвращения (базовой эмоции, этологически возникшей из реакции неприятия). Кроме того, эксплуатируется такая особенность экстерорецептивного восприятия массового реципиента, как обоняние (возникает образ неприятного запаха). Все эти неприятные ассоциации, в свою очередь, связываются с партией, находящейся у власти (партией оппонента), которая допускает подобные вещи.

c) For while *today so much looks grey or dark* in the global economy we should not forget that we are in the midst of an economic transition to a new global age: whatever happens now, it is likely that in the next two decades the world economy will double in size.

(Gordon Brown: Speaking to the Lord Mayor's Banquet,  
<http://www.labour.org.uk>)

Актуализаторы *grey* и *dark*, используемые в данном речевом акте, направлены на создание ассоциации с чем-либо неопределенным, смутным, регрессивным. При этом продуцент (как представитель партии власти) представляет себя как уверенного лидера, способного провести страну через эти смутные времена, вызывая тем самым доверие массового реципиента.

#### ***4.4.1 Метафора как актуализатор-ассоциант в манипулятивных сообщениях политического дискурса***

Довольно часто актуализаторами-ассоциантами становятся знаки вторичной номинации и средства создания образа. Одним из наиболее значимых актуализаторов-ассоциантов в текстотипе предвыборной агитационной речи является метафора. Мы считаем, что метафора является полифункциональным знаком-актуализатором. Во-первых, метафора предлагает массовому реципиенту готовый для восприятия полноценный образ чего-либо, значительно симплифицируя процесс понимания сообщения продуцента; во-вторых, сам образ как содержание метафоры способен актуализировать многие из мишеней манипуляции предложенной нами классификации. Кроме того, использование метафоры отвечает целям манипулятивного высказывания как непрямого сообщения, так как несмотря на однозначность интерпретации образа связанное с ним умозаключение делается массовым реципиентом самостоятельно, что (опять же) способствует лучшему усвоению подаваемой информации [Водоватова 2007: 34]. Таким образом, по форме «подачи» сообщения метафора изначально является актуализатором социально-эволюционной мишени манипуляции «порог доступности» (метафора сложна для порождения, но проста для понимания), а по содержанию сообщения – актуализирует и другие мишени манипуляции.

Изучение текстотипа предвыборной агитационной речи британских политиков позволяет нам сделать вывод о том, что продуценты данных манипулятивных сообщений чаще всего используют в них такие группы метафор, как катаклическая метафора, метафора пути и движения, бытовая метафора, фитонимическая метафора, военная метафора, техническая метафора, этноспецифическая метафора, зооморфная метафора и соматическая метафора. Рассмотрим подробнее особенности

функционирования метафоры как актуализатора-ассоцианта в текстотипе предвыборной агитационной речи.

### 1. Катаклическая метафора

К группе катаклических метафор мы относим средства создания образа на основе сравнения с природными и иными катаклизмами и стихийными бедствиями (ураганами, штормами, пожарами и т.п.). Как показывает изучение текстотипов предвыборных агитационных речей британских политиков, скрытые сравнения с бедствиями различного рода довольно часто используются продуцентами данных манипулятивных сообщений. Во-первых, катаклических метафоры позволяют в доступной форме передать масштабы каких-либо явлений и степень их негативных разрушительных последствий для страны при создании отрицательной характеристики партии оппонента (если данные явления стали результатом политических действий именно партии оппонента); во-вторых, при создании катаклических метафор используются лексемы-ассоцианты, актуализирующие такие мишени манипуляции, как инстинкт самосохранения и негативные базовые эмоции массового реципиента. Например:

a) Over the last three years, there has been *a global storm* of unprecedented ferocity, which threatened the entire financial system and world economy. I didn't relish having to warn, in August 2008, that we were heading into the deepest recession for over 60 years.

It has been tough, too, knowing that the judgements Gordon and I made, the decisions taken, would have a direct impact on businesses, on families, on jobs and incomes.

Get them right and we had the chance of stopping the economy, here at home and internationally, *sliding to disaster*.

Get them wrong and the cost would be paid by businesses and families right across our country.

The record shows that I was right about the severity of the problems the global recovery was facing.

(Alistair Darling: Tories' lack of judgement is a danger to Britain's economy, <http://www.labour.org.uk>)

Микротекст а) содержит катаклическую метафору, создающую образ шторма, в который попала экономика страны и всего мира. Партия продуцента (партия власти и правительство) при этом представляется как способная принимать верные решения и противостоять экономическим катаклизмам. Стоит отметить, что катаклические метафоры часто употребляются продуцентами предвыборных агитационных речей для описания именно экономических явлений. Это не представляется нам удивительным: от состояния экономики страны зависят условия существования каждого представителя массового реципиента. Стабильная экономика дает возможность удовлетворения всех витальных инстинктов, начиная с инстинкта самосохранения, поэтому информация о провалах каких-либо экономических реформ или возможности экономического кризиса (коллапса), поданная с использованием катаклических метафор, способствует быстрому достижению планируемого перлокутивного эффекта. Например:

b) We built an economy on the engines of finance and housing and government spending, and the government never stopped to think what would happen if those engines stalled.

Now the credit has dried up.

The engines of the economy have stalled.

The party is over.

And then, as if this was not enough, *we've had to watch as apparently rock solid banks are blown over like trees in the path of a financial hurricane.*

And people suddenly realise just how fragile our debt driven economy has become.

What we need is a wholly different approach.

(David Cameron: The Conservative plan for a responsible economy,  
<http://www.conservatives.com>)

b) In the face of such unprecedented global turmoil, no one government could *hold back this economic tidal wave*.

(Alistair Darling: Speech to Labour Party Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

c) *A fire has engulfed the house that is our economy.*

*Stopping the fire from spreading* – averting an even deeper financial crisis - has required everyone – opposition included – to man the pumps.

Now, no doubt, Labour will start to talk about emergency repairs.

(George Osborne: We have work to do and a future to build,  
<http://www.conservatives.com>)

Не всегда, однако, катаклические метафоры используются для создания негативной характеристики оппонента. Иногда основанием для скрытого сравнения используются и другие признаки стихийных бедствий – мощь, сила, интенсивность. Подобные катаклические метафоры используются продуцентами предвыборных агитационных речей для создания положительно образа своей партии. Например:

d) Over the next 18 months, Labour need to feel our *breath* on their necks.

To know that the *wind* of change is coming.

It may start as a gentle *breeze*,

But by the time Mr Brown has the courage to face the nation, *it will have the force of a hurricane*.

*A hurricane that blows away this tired, worn out pointless government.*

To hand back power and control

To dismantle the system of targets, form filling and box ticking

To trust people and trust our Councillors.

Real control and real choice.

(Eric Pickles: Making a real change for the communities we represent,  
<http://www.conservatives.com>)

В данном примере продуцент использует образ урагана для демонстрации потенциальной силы и мощи позитивных перемен, которые собирается осуществить в стране его партия в случае прихода к власти. Эффект высказывания усиливается с помощью подхвата (... *the force of a hurricane. A hurricane that blows...*).

## 2. Метафора пути и движения

Данный тип метафоры можно отнести к пространственным метафорам, но образ, создаваемый ими, более динамичен в отличие от статического представления антропоцентрической «системы координат». Эксплуатируя образы пути, дороги, движения продуценты часто рисуют себя и своих сторонников как лидеров, уверенно идущих в правильном направлении. Наоборот, оппоненты представляются как путники, уставшие и потерявшие дорогу, ведущие свой народ не туда, куда нужно. Например:

a) *We are leading on social justice issues, offering a broad agenda to tackle the root causes of family and community breakdown, drug and alcohol dependency, household indebtedness and deprivation. And we are leading the way in trying to reform our public services - unlike the government that just continues to throw money at them without the necessary reform.*

*And when Margaret Beckett is presented as the solution to our foreign policy dilemmas, then we all know the government has lost its way.*

*We have made considerable strides but we need to go further. Our objective is to see a Conservative political agenda delivering a successful, prosperous and vibrant Welsh nation.*

*As for the Liberals, they do not know what direction they want to take or who should take them there. Within the last year the national party has gone from champagne Charlie to Ming the mediocre. Mike German is also seeking direction for the party in Wales. If you have ideas ladies and gentlemen, he would like*

answers sent to him on a postcard! *We are on a long road that will lead us to next May and we have a lot of hard work ahead of us.*

(Nick Bourne: Welsh Conservatism – changing to deliver,  
<http://www.conservatives.com>)

b) Our country confronts the biggest choice for a generation. It's a choice between two parties, yes. But more importantly *a choice between two directions for our country.*

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

c) My point is simple:

If we do not find *a way to take the people of Britain with us on this difficult journey of deficit reduction...*

*We will not be able to make the journey.*

*We will instead follow Greece down the road to economic, political and social disruption.*

(Nick Clegg: Speech on winning people over for deficit reduction,  
<http://www.libdems.org.uk> )

### 3. Бытовая метафора

Иногда для создания нужных ассоциаций продуцент-политик прибегает к бытовому образу, выводя его в сферу чего-то обычного и привычного для «простого народа», который является реципиентом его манипулятивного сообщения. Так, простой образ, отражая вовсе не простые проблемы, достигает своей ассоциативной цели и нужного перлокутивного эффекта. Часто такие образы относятся к строительной, кулинарной и другим сферам быта. Например:

a) You spoke of having to cut costs, of having a bonfire of inefficiencies, but I must point out that, over the past 10 years, it is this Labour Government *that has created the firewood.* We identified 1 per cent of savings that would be achievable in our manifesto commitments, but your numbers seem very unachievable. After

all this time of waiting for the draft budget, *it reminds me of a pot of jam; our pot is very small, and instead of concentrating the jam on front-line delivery of services, you have spread it very thin* - no doubt to appease Plaid and your backbenchers, with all their ideological pet projects.

(Angela Burns: Frontline services to suffer under Labour-Plaid budget,  
<http://www.conservatives.com>)

Достаточно яркий образ маленького горшочка с джемом, который приходится сильно экономить и потому «намазывать очень тонким слоем», используемый в примере b), позволяет продуценту сообщения объяснить реципиенту – носителю массового сознания сложную ситуацию с бюджетом, создавшуюся в результате неправильных действий партии оппонентов, оценка которых также представлена метафорически (*that has created the firewood*) вместо перечисления конкретных действий.

b) *Brick by brick we will build* a more responsible country where obligation and duty are common currency, where everyone understands that life is about 'we', not just 'me'.

(David Cameron: Speech to the Royal College of Nursing,  
<http://www.conservatives.com>)

Несмотря на то, что в примере a) бытовая метафора выполняет скорее эмфатическую функцию, созидательный образ строительства призван наглядно объяснить характер намерений представляемой продуцентом партии, планирующей постепенно, но прочно (*brick by brick*) создавать в стране общество ответственных людей, обладающих чувством долга. Бытовые образы, относящиеся к сфере строительства и ремонта, довольно часто используются продуцентами политических манипулятивных сообщений для создания прочных ассоциаций конструктивной силы и энергии (строительство, созидание) со своей партией и, наоборот, деструктивной энергии (разрушение) – с образом партии оппонента.

c) BUILDING OUR HOUSE TOGETHER



At our party conference last year I said that getting ready for the responsibility of government is like building a house together.

First you *prepare the ground*.

Then you *lay the foundations*.

And then, *brick by brick, you build your house*.

That is the plan I laid out when I became leader of this Party and that is exactly the plan we've been following.

(David Cameron: Security for our society; opportunity in your life,  
<http://www.conservatives.com>)

Образ совместного строительства дома создает положительный (конструктивный) образ партии продуцента.

d) To be a credible leader of the *Labour* party, let alone leader of the country, they must show how they *would plug the enormous hole in the nation's finances*.

(Nick Clegg: Speech on winning people over for deficit reduction,  
<http://www.libdems.org.uk> )

Продуцент микротекста d) ставит под сомнение способность оппонентов «конопатить финансовые дыры» страны, вызывая недоверие массового реципиента и формируя тем самым его отрицательный образ.

Кроме образов, связанных со строительством и ремонтом, продуценты политических речей часто используют метафоры, ассоциируемые со сферой уборки, чистки и стирки. При этом партия продуцента мыслится как ассоциируемая с наведением порядка (исправлением беспорядка, устроенного партией власти), а партия оппонента – с беспорядком и грязью.

Например:

d) The way to do that is to take power away from those who hoard it.

To challenge vested interests.

To break down privilege.

*To clear out the bottlenecks in our society that block opportunity and block progress.*

(Nick Clegg: Speech at Liberal Democrat manifesto launch,  
<http://www.libdems.org.uk>)

В микротексте f) использует образ грязных бутылочных горлышек, сравнивая с ними оппонентов и их действия, которые мешают прогрессу.

e) It's incredibly important that we have an understanding and a debate about these issues now - about the importance of production both internationally and domestic and increasing production - and that *we don't sweep these issues under the carpet in the way that the energy security debate was swept under the carpet by politicians for far too long.*

(Nick Herbert: Saving our agriculture,  
<http://www.conservatives.com>)

В данном примере используется оппозиция с привлечением бытовой метафоры: оппонент представляется электорату как нечистоплотный политик, «заметающий под ковер» важные вопросы. Схожими являются и следующие примеры:

f) The Alternative vote is better, fairer.

It puts you back in charge and makes MPs work harder for your vote.

When we have the chance *to clean up politics* and make our democracy better we should take it.

We have the opportunity to do that in May by voting Yes to Fairer Votes.

(Nick Clegg: The chance to clean up politics and improve democracy,  
<http://www.libdems.org.uk>)

g) The fact is, custody should represent an opportunity for changing lives for the better. But at the moment, too often, it's just *a social dustbin.*

(David Cameron: I want to see real change in the youth justice system,  
<http://www.conservatives.com>)

h) The reason I can't remember them is that all too often they are *laundry lists* of miscellaneous policies, each targeted on some particular group or some particular grievance but they don't add up to a coherent whole.

(Jacob Willetts: Britain needs a Conservative Government because...,  
<http://www.conservatives.com>)

Принятие пищи и сама пища также являются часто эксплуатируемыми образами бытовых метафор. Например:

i) We will only achieve radical progress on the environment if environmental progress is right at the heart of our vision for the future. *It's no use trying to put a green icing on the same old cake.* Environmental issues must be a key ingredient, alongside economic and social concerns.

(David Cameron: General Well-Being Speech,  
<http://www.conservatives.com>)

Образ кекса, используемый продуцентом политиком, предлагается реципиенту для объяснения концепции партии в отношении экологических проблем, решение которых должно быть свежим.

#### 4. Фитонимическая метафора

Образ растений играет значительную роль в представлении «наивной картины мира» человека. Расцвет ассоциируется с периодом наибольшей активности, увядание – с близостью смерти, конца, прекращением физической и иной активности, “сажать семена” – значит, начинать какое-либо дело, «пожинать плоды» - иметь результаты какой-либо деятельности. Данный тип метафоры часто используется продуцентами текстотипа предвыборной агитационной речи для характеристики своей деятельности и дел оппонентов. Например:

a) Once again, with such an explosion of knowledge and learning, and so many students working so hard we really could be enjoying *a great flowering of education.*

(David Willetts: Britain needs a Conservative Government because...,  
<http://www.conservatives.com>)

b) And we faced a second big choice – between letting the recession run its course, or stimulating the economy back to *growth*. And we made our choice; help for small businesses, targeted tax cuts for millions and advancing our investment in roads, rail and education.

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

c) *At the root* of the Government's deficit reduction strategy is a contradiction that should worry all of us that want to see borrowing brought down. Their strategy puts all its eggs in the basket of reducing the welfare bill, at the same time as it risks increasing the dole queue.

(Douglas Alexander: Protecting better, demanding more: Labour's approach to welfare and work, <http://www.labour.org.uk>)

## 5. Зооморфная метафора

Зооморфная метафора, основанная на приписывании феномену или объекту черт поведенческих реакций животных, также довольно часто встречается в текстотипе агитационной предвыборной речи. Метафоры, основанные на отождествлении описываемого явления или процесса с представителями животного мира, обладают определенной национально-культурной спецификой. Именно знание данной специфики позволяет реципиенту сообщения, содержащего зооморфную метафору, «опознать» характеристику явления или объекта как положительную или отрицательную. Анализ английских текстотипов предвыборной агитационной речи показывает, что наиболее часто используемыми в них зооморфными образами являются образы лошади (*horse*), кошки (*cat*), собаки (*dog*) и некоторые другие.

a) We do believe that the Labour Assembly Government is sincere in wanting to create a fairer nation, but their blinkered policies have failed to deliver.

Native American wisdom says that when you are riding a dead *horse*, the best strategy is to dismount.

However, this Labour Assembly Government has tried other strategies, including:

Buying a stronger whip. Changing riders. Creating training sessions to increase riding ability. Passing legislation declaring that 'This *horse* is not dead'. Blaming the *horse's* parents. Providing additional funding to increase the *horse's* performance. Revisiting the performance requirements for *horses* AND promoting the dead *horse* to a supervisory position!

(Mark Isherwood: Building a stronger, fairer nation,  
<http://www.conservatives.com>)

b) You cannot win a war on half *horse power*. We owe it to the young men and women serving in Helmand to give them all the political leadership and all the resources they need to do the job. We should either do this properly or we shouldn't do it at all. So I say to the Prime Minister: time is running out.

(Nick Clegg: Speech to Autumn Conference,  
<http://libdems.org.uk>)

c) Rising complexity is at the root of the increasingly antagonistic relationship between government and business over tax avoidance.

A simpler tax system would stop the endless game of *cat* and *mouse*.

Complex taxes are harming our competitiveness and driving away investment.

(David Cameron: Commitment to Northern Ireland will be whole hearted  
and unshakeable, <http://www.conservatives.com>)

## 6. Этнотипическая метафора

При этом типе метафоры эксплуатируются яркие образы, релевантные и значимые для данного языкового сообщества. Стоит отметить, что этнотипические метафоры представляют собой комбинированный тип метафор, так как одновременно относятся к определенной универсальной

семантической сфере. Например, следующий микротекст содержит этноспецифическую спортивную метафору (футбол, представляя собой широко известный вид спорта, является предметом гордости англичан):

a) As I said at the start of this speech, we wish England every success this afternoon. It is certainly an exciting time in the World Cup as it enters its final days. In watching some of those football players who have been hyped up by the media and tipped to do well but have just not delivered the performances on the pitch, I cannot help being reminded of Rhodri Morgan and his party. Some people said 'give this team a chance and it will do well'. However, the reality is that it is deep into injury time and his administration is tired and jaded with nothing more in the tank to offer. *Led by a flagging Captain, who is always late for kick-off*, they are desperately looking towards the substitutes' bench for a glimmer of inspiration. But what have they got to replace him with? Brian Gibbons? Certainly not, he is *likely to put the ball in the wrong net!* Carwyn Jones? Once showed potential but clearly does not have the stamina? Jane Davidson? *Talks a good game but hasn't produced it on the field*. They have failed to deliver any sort of performance for the people of Wales and have let their faithful fans in their heartlands down again. I have no idea how they even qualified! *It's time to show this government the red card*.

(Nick Bourne: Welsh Conservatism – changing to deliver,  
<http://www.conservatives.com>)

b) Call them middle class values, call them traditional working class values, call them family values, call them all of these; these are the values of the mainstream majority; *the anchor of Britain's families*, the best instincts of the British people, the soul of our party and the mission of our government.

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

Известно, что судоходство и мореплавание с давних времен процветают в Великобритании, государстве морей и портов. Поэтому

морские метафоры в данном случае также могут считаться этноспецифическими. Ценности, о которых говорит продуцент данного микротекста, будучи сравненными с якорем, представляются незыблемыми и важными для британского общества.

#### 7. Техническая метафора

Наличие технических метафор в текстах предвыборных агитационных речей свидетельствует о желании политиков указать на слаженность, организованность и четкость в их деятельности (при создании положительного образа своей партии), а также на бездушность и холодность, а иногда и бездумность (машины не умеют мыслить) оппонентов, если возникает необходимость в их негативной характеристике и создании их отрицательного образа. Таким образом цель использования технических метафор – доказать народным массам надежность и упорядоченность партийной активности, показать, что людей ждет будущее без сбоев и неполадок и принизить в их глазах ныне существующий строй, или (для создания негативной характеристики) чтобы противопоставить людей машинам (в таких случаях создается образ чего-то громоздкого и ненужного, того, с чем нужно бороться). Например:

a) The recent history of the NHS reads like a bowl of alphabet spaghetti.  
But it's not funny, it's profoundly disruptive and demoralising.

It reveals an attitude to the NHS that sees it as just a massive bureaucratic *machine* to be taken apart and put back together again.

That is so wrong.

The NHS is not a *machine*.

It is all about people.

And the right way to get a better health service is by getting the best out of the people who work in it.

(David Cameron: Speech to the Royal College of Nursing,  
<http://www.conservatives.com>)

В примере а) продуцентом предвыборной агитационной речи с помощью технической метафоры интерпретируется отношение действующего правительства, представленного партией оппонентов, к медицинскому персоналу. При этом человеческий коллектив сравнивается с бесчувственным механизмом, который можно при желании разобрать на детали и снова собрать при необходимости. Подобная интерпретация (оппозиция «машина – человек») призвана вызвать чувство негодования реципиента, возникающее в результате образно представленного продуцентом несправедливого бюрократического отношения к людям.

b) And the greatest failure of all can be traced directly back to this Prime Minister: political calculation dressed up as a moral conviction.

When you look behind the curtain at *the great clunking machine* of this Government, all you see is someone frantically *pulling levers and pushing buttons* - not trying to improve the country, but desperately *trying to relaunch his failing political career* and somehow get one over on his opponents.

(David Cameron: Queen's Speech is just another Labour press release, <http://www.conservatives.com>)

В примере b) продуцент также эксплуатирует образ механизма, но уже для общей характеристики работы правительства с косвенной ссылкой на действующего премьер-министра Гордона Брауна (*someone frantically pulling levers and pushing buttons*), который отчаянно пытается спасти свою карьеру, не обращая внимания на нужды реципиента.

Нужно отметить, что образ механизма, создаваемый с использованием лексемы *machine*, достаточно часто используется в предвыборных агитационных речах британских политиков, например:

c) Behind the scenes, *the party machine is working much better now than it was four years ago*.

We have more professional staff across the country and the Federal Executive has greatly improved its effectiveness.



(Simon Hughes: Speech in Bournemouth,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Еще одним часто эксплуатируемым образом является образ конвейерной ленты. Например:

f) Terrorist apologists should be kept out. Full stop. Period.

We also have to deal with our home-grown merchants of hate.

Here again, the government has questions to answer.

Hizb-ut-Tahrir is an extremist organisation that poisons the minds of young Muslims against Jews, Christians and other unbelievers.

Some of those who have been through its ranks have ended up in Al Qaeda.

In short, it is *a conveyor belt to terrorism*.

(David Cameron: Speech to the Community Security Trust,  
<http://www.conservatives.com>)

С помощью образа конвейерной ленты в данном примере продуцент показывает, что в результате бездействия оппонентов в стране создаются все условия для процветания терроризма (механизм работы террористов становится прост и легок, как лента конвейера). Таким образом продуцент воздействует на такую мишень манипуляции реципиента, как чувство самосохранения, так как показывает, что жизнь реципиента подвергается опасности.

g) By cutting corporation tax, by keeping interest rates low, by making the banks lend more –

By doing all of these things *we can restart the engine of our economy* and generate jobs for tomorrow.

Real, quality, lasting jobs.

(Nick Clegg: Speech to Scottish Liberal Democrat Conference,  
<http://www.libdems.org.uk>)

В микротексте g) продуцент использует образ мотора как главной части любого механизма, показывая тем самым, что поиск решения проблем экономики страны является центральной частью его политики.

h) I am under no illusion whatsoever about this: a Conservative Government will be judged at the end of a four or five year term not on its rhetoric, but on its demonstrated ability to protect frontline public services while shrinking the deficit and delivering sustainable economic growth.

*So the principal job of the Chief Secretary in the next Government will be to ensure that the machinery in the engine room of government is calibrated to deliver a continuous stream of productivity improvements; enhancing the efficiency of public services; delivering improvements in outcomes, even as budgets are reduced.*

(Philip Hammond: Doing more with less,  
<http://www.conservatives.com>)

i) It's not just that it's morally irresponsible to rack up more debts for our children to pay off - though of course it is. It's not just that borrowing 8 per cent, now more likely to be 10 per cent, of our national income runs the risk of pushing up borrowing costs and triggering a funding crisis - though of course it does.

It's that the *real engine of recovery* will be confidence.

(David Cameron: Speech to Welsh Conservative Party Conference,  
<http://www.conservatives.com>)

В примерах g) и h) продуцент использует образ мотора для создания положительной характеристики работы своей партии. Мотор – центральная часть любого механизма, и весь механизм будет работать правильно, если мотор «настроен на правильный лад» и хорошо отлажен. Таким образом в примере g) продуцент показывает, что «машинное отделение» его партии «настроено» на улучшение качества жизни реципиента (*enhancing the efficiency of public services; delivering improvements in outcomes, even as budgets are reduced*). В примере h) указывается на то, что «мотором»

национальной экономики должно стать доверие к правительству, которое не может обеспечить настоящее правительство, в то время как партия продюцента готова изменить данную ситуацию.

#### 8. Военная метафора

С военным сражением или полем битвы можно сравнить саму фактическую ситуацию участников предвыборных агитационных кампаний: продюцент и его оппоненты борются за власть, побеждая или проигрывая в речевых битвах за голоса реципиентов, представляя друг друга врагами, разрушающими благополучие страны, и ища поддержки электората. Военная метафора, как и метафора катаклическая, актуализирует несколько мишеней манипуляции: она симплифицирует ассоциативный ряд сообщения посредством представления готового образа (порог доступности), вызывает негативные базовые эмоции (страх), заставляет работать инстинкт самосохранения. Например:

a) But most depressing of all was that we learned that the Labour and Conservative parties have decided to run their election campaigns as if the world hadn't changed:

*Bombarding people with gimmicks and promises* the country can no longer afford. Treating people like children, as if winning elections is simply about who can provide the best shopping list of policies to buy off voter groups one by one.

Nobody believes a word of it. Certainly not the voters and probably not even the politicians.

(Nick Clegg: Four steps to a Fairer Britain,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Микротекст а) является примером использования военной метафоры, представляющей массовому реципиенту готовый образ оппонента, бомбардирующего потенциальный электорат бесполезными обещаниями. Подобный образ формирует ассоциацию «оппонент – опасность, недоверие».

b) And of course the biggest issue in this election is going to be the future of our economy and *we have to win that battle*. Now the Government is going to say that if you so much as touch the budget deficit in the first year, if you change any bit of Government spending in the first year somehow you will tip the country back in to recession. We have to say to them no, you are wrong. The biggest risk to this economy is not taking action to deal with our deficit, it's sitting on your hands and doing nothing about the deficit.

Look at what's happened in Greece. They have huge debts, a smaller budget deficit than us by the way, but they are seeing their interest rates rise, they are seeing strikes on their streets. They are seeing their economy going backwards. If we don't act and act soon, the same could happen to us.

(David Cameron: Forty days and forty nights to bring change to this country, <http://www.conservatives.com>)

Продюцент микротекста а) использует военную метафору, создающую образ битвы, для демонстрации сложности экономической ситуации, возникшей в стране, и своей готовности приложить все усилия для ее исправления (*we have to win that battle*). Во второй части микротекста мишень речевой манипуляции «порог доступности» актуализируется с помощью наглядного примера (*Look at what's happened in Greece*).

c) If David Cameron wants to know *who is the real enemy* of enterprise and growth in Britain today he only needs to look next door at his own Chancellor. It is George Osborne's reckless plan to cut too deep and too fast, which has seen the economy go into reverse.

(Ed Balls: George Osborne is the real enemy of enterprise and growth in Britain today, <http://www.labour.org.uk>)

Продюцент микротекста с) прямо называет врагом своего оппонента, чтобы создать ассоциацию с чем-то опасным. Кроме актуализации мишени манипуляции «порог доступности», данная метафора нацелена на актуализацию базовой эмоции страха и инстинкта самосохранения.

## 9. Соматическая метафора

В основании соматических метафор заложены аналогии с организмом человека, работой и функциями его отдельных органов, частями тела человека и т.п. Помимо актуализации мишени «порог доступности», соматические метафоры связаны с мишенями речевой манипуляции проприорецептивного, интерорецептивного и экстерорецептивного уровней восприятия человека и довольно часто употребляются продуцентами предвыборных агитационных речей. Например:

a) David Cameron says he will deport thousands of foreign national prisoners. But he's been flatly contradicted by his own Prisons Minister, who admits that the Ministry of Justice expects to repatriate only fifty prisoners next year. Who is telling the truth? There appears to be serious confusion *at the heart of the party*.

(Helen Goodman: Cameron contradicted by Blunt over deporting foreign prisoners, <http://www.labour.org.uk>)

Принято считать, что сердце является самым важным органом, функционирующим в организме человека. Показывая с помощью подобного сравнения, что замешательство и нестабильность достигли сердца партии оппонента, продуцент данного микротекста формирует соответствующие ассоциации («оппонент – нестабильность, неуверенность, болезнь»).

b) So the truth is that this Government neither saw the boom coming nor prepared for the bust. As a result, we now need a long-term plan to fix the financial system, cut debt, and get the public finances back on track.

What does this mean in practice?

First of all, it means recognizing that this crisis was triggered by a credit crunch, and so action is needed to get credit and money *flowing through the veins of our economy*.

(George Osborne: Joining the euro is exactly the wrong solution,  
<http://www.conservatives.com>)

Метафора-персонификация, к которой прибегает продуцент данного микротекста, создает образ экономики как живого организма, которому для полноценного здорового существования необходим поток крови (денежный поток) в венах. Демонстрация понимания данного факта продуцентом нацелена на завоевание доверия массового реципиента.

c) And as with planning we need radical action on council tax.

Pensioners have seen a third of their pension increase *swallowed up* by higher council tax. For everyone, paying it has become a painful experience. People simply feel they're getting less for more. Under Labour, council tax has doubled, but bin collections have halved.

(Caroline Spelman: Local taxpayers deserve real accountability,  
<http://www.conservatives.com>)

Соматическая метафора, используемая продуцентом микротекста b) персонифицирует налог, проглатывающий треть пенсионной надбавки соответствующей группы реципиентов. Метафора употребляется для отрицательной характеристики эксплицитно называемого оппонента (*Under Labour, council tax has doubled*).

#### **4.5 Смешанные (полифункциональные) манипулятивные речевые акты**

Как показывает изучение манипулятивных речевых актов в предвыборном агитационном дискурсе британских политиков, многие из данных речевых действий с точки зрения выделенных нами классификационных признаков могут быть отнесены к смешанному типу. Это может быть обусловлено различными причинами. Во-первых; манипулятивный речевой акт может содержать несколько знаков-актуализаторов (такое возможно, если границы речевого акта выходят за рамки одного предложения или и вовсе совпадают с границами целого микротекста). Это означает, что с по признаку типа актуализатора данный манипулятивный речевой акт может быть отнесен к нескольким классам одновременно. Во-вторых, манипулятивный речевой акт может содержать знак-актуализатор, который направлен на реализацию манипулятивной речевой интенции посредством актуализации более, чем одной мишени. В таком случае манипулятивный речевой акт может быть отнесен в несколько классов по классификационному признаку типа мишени актуализации. Мы предлагаем назвать такие манипулятивные речевые акты смешанными или полифункциональными. Например:

a) Labour's approach to local government finance - which has been nothing more than a smash and grab on Town Hall coffers - really drives home how detached the machinery of government has become from the people it serves.

(Caroline Spelman: At the fork in the road localism is the path,  
<http://www.conservatives.com>)

Данный речевой акт может считаться полифункциональным, так как он актуализирует несколько мишеней манипуляции массовым реципиентом, а именно:

- жанрово обусловленную мишень-аттитуд «оппонент продуцента и его партия (*Labour's approach to local government finance...*);

- этофизиологическую мишень манипуляции, связанную с инттерорецептивными особенностями восприятия реципиента (*smash and grab on Town Hall coffers* – образ ощущения сильного удара);

- социально-эволюционную мишень манипуляции «порог доступности» (техническая метафора *the machinery of government*).

b) We are not going to sit by and just watch the Labour Party implode.

We want to earn each and every vote.

We don't want to get people's votes just because we are not the Labour Party.

We want to earn people's votes.

Because we want a mandate for change.

(Eric Pickles: Trust us with your vote,

<http://www.conservatives.com>)

Манипулятивная полифункциональность данного имплицитного ассертивного речевого акта с несколькими информативными компонентами объясняется тем, что он актуализирует следующие мишени манипуляции массовым реципиентом:

- этофизиологическую мишень манипуляции «филогенетическая память о ритуализации» (повтор *we want, votes*);

- жанрово обусловленную мишень-акцию «голосование» (*votes*);

- социально-эволюционную мишень манипуляции «феномен ожидания осуществления социального идеала» (*for change*).

По типу знака-актуализатора мишеней манипуляции данный речевой акт также может быть рассмотрен как полифункциональный, так как в нем используются следующие знаки-актуализаторы:

- актуализатор-номинант (*votes* – номинирует дистантный перлокутивный эффект);



- актуализатор-парадокс (*We want to earn each and every vote. We don't want to get people's votes just because we are not the Labour Party.* Несоответствие между традиционным мнением электората об эндогенном признаке желания получить как можно больше голосов любыми способами и экзогенным заявлением о желании эти голоса заработать).

## Выводы по Главе 4

Манипулятивные речевые акты в предвыборном агитационном дискурсе могут быть объединены в различные группы по трем основным классификационным признакам:

- 1) количеству реализуемых компонентов общей манипулятивной интенции;
- 2) типу актуализируемой мишени манипуляции массовым реципиентом;
- 3) типу используемого знака-актуализатора.

В соответствии с обозначенными классификационными признаками, в каждой из определенных нами групп можно выделить следующие подгруппы манипулятивных речевых актов:

1) речевые акты с полной реализацией компонентов манипулятивной речевой интенцией и речевые акты с неполной реализацией компонентов манипулятивной речевой интенцией;

2) речевые акты, актуализирующие этофизиологические мишени манипуляции массовым реципиентом (инстинкты, базовые эмоции, особенности экстерорецепции, интерорецепции и проприорецепции, особенности восприятия времени, пространства и движения, эмпатия, филогенетическая память о ритуализации, смех); речевые акты, актуализирующие социально-эволюционные мишени манипуляции массовым реципиентом (порог доступности, принцип целесообразности, бинаризм мышления и оценки, феномен ожидания осуществления социального идеала); речевые акты, актуализирующие жанрово обусловленные мишени манипуляции массовым реципиентом (мишень-акция «голосование», мишени-аттитуды «продуцент и его партия», «оппонент и его партия», «традиционная промиссивность сообщения», «конечная цель продуцента сообщения»).

3) номинантные манипулятивные речевые акты (используется актуализатор-номинант), ассоциантные манипулятивные речевые акты (используется актуализатор-ассоциант), парадоксные манипулятивные речевые акты (используется актуализатор-парадокс).

Кроме того, существуют смешанные (полифункциональные) манипулятивные речевые акты, которые могут быть отнесены к нескольким подгруппам по одному классификационному признаку, так как актуализируют несколько мишеней разных уровней или содержат различные знаки-актуализаторы.

## **ГЛАВА 5. ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА СРЕДСТВ МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МАССОВОГО РЕЦИПИЕНТА В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ**

Для получения полной картины системы средств лингвистической манипуляции в англоязычном предвыборном дискурсе британских политиков проанализируем прагматический потенциал уровней языка в аспекте обеспечения процесса манипулятивного воздействия необходимыми манипулятивными единицами. Для выполнения подобного анализа обозначим следующие языковые уровни: фонетический, морфологический, лексический, синтаксический (уровень словосочетания и предложения), микротекстовый (уровень комплекса речевых актов, объединенных общим интенциональным смыслом, выходящий за рамки предложения), уровень текстотипа предвыборной агитационной речи.

## 5.1 Фонетический уровень средств манипулятивного воздействия в текстотипе предвыборной агитационной речи

Как показывает изучение текстотипа предвыборной агитационной речи, фонетический уровень языка предоставляет продуценту-манипулятору два основных ритмообразующих средства воздействия – интонацию (скандирование, акцентное выделение голосом), аллитерационный повтор и ассонанс, а также редко используемое, но довольно действенное средство достижения комического перлокутивного эффекта – паронимическую аттракцию, представляющую собой семантическое сближение слов с похожим фонетическим составом (звучанием). Иногда (хотя и достаточно редко) продуценты предвыборных манипулятивных микротекстов используют рифму. Данные средства актуализируют этофизиологическую мишень манипуляции массовым реципиентом «филогенетическая память о ритуализации» и этофизиологическую мишень манипуляции «смех». В письменном варианте предвыборной агитационной речи интонационные выделения продуцента фиксируются с помощью *графона*. Например:

a) Because *YOU*, Mr Brown, have dithered and delayed.

Because *YOU*, Mr Brown, have flapped and flustered.

Because *YOU*, Mr Brown, spend more time facing down mutinies in your own party than running our country.

Because *YOU* have unleashed the forces of hell on your own.

(Eric Pickles: Mr Brown, your time is up,  
<http://www.conservatives.com>)

Пример а) содержит оба средства манипуляции, реализуемые на фонетическом уровне: повторяющийся графон, обеспечивающий ритмизацию манипулятивного сообщения, и аллитерационные повторы в первом и втором предложении микротекста, также актуализирующие этофизиологическую мишень памяти о ритуализированных повторах.

Аллитерационные повторы как фонетическое средство манипулятивного воздействия встречаются в текстотипе предвыборной агитационной речи достаточно редко, но стоит отметить, что политики все же используют данное средство для достижения определенного контактного перлокутивного эффекта. Например:

b) You know it is one of the great myths perpetrated by the media that young people do not care about politics. But my experience is that young people care more about the world around them than any other group of people. And the world around you is what politics is about. Which is why so many people support Children in Need, Comic Relief, the Disaster Fund for Haiti and act when they see pictures of *destitution, deprivation and despair*.

(Gordon Brown: Fight for a future fair for all,  
<http://www.labour.org.uk>)

В данном микротексте аллитерационный повтор усиливает контактный перлокутивный эффект воздействия на другие мишени манипуляции – эмпатию и базовую эмоцию радости от осознания причастности к правильной системе ценностей (по сути продуцент хвалит молодых представителей массового реципиента за способность к эмпатии и равнодушию).

c) It's no use being a man of destiny if you can't be bothered with details. People don't want *a date with destiny*. They just want *a date with a dentist*.

(Michael Howard: Our hope is for a better Britain,  
<http://www.conservativefuture.com>)

Микротекст c) является примером использования паронимов для актуализации мишени манипуляции «смех», за счет чего достигается комический перлокутивный эффект. Кроме того, в данном примере актуализируется социально-эволюционная мишень манипуляции «принцип целесообразности» (для массового реципиента гораздо более значимой является информация о качестве медицинского обслуживания, чем

информация о предназначении оппонента продуцента). Показывая, что разделяет данную точку зрения массового реципиента, продуцент данного микротекста убеждает его в собственной полезности (базовая эмоция доверия) и негативно характеризует оппонента (мишень-аттитуд «оппонент и его партия»).

d) Don't *miss* it.

Don't *mess* up.

(Chris Huhne: Speech to Liberal Democrat Conference,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Данный микротекст является частью речи продуцента, предшествующей призыву голосовать за его партию. Паронимическая аттракция, используемая в данном примере, способствует ритмизации сообщения.

Случаи использования рифмы и ассонанса в текстах предвыборных агитационных речей достаточно редки, но иногда политики-продуценты прибегают и к такому способу звуковой инструментовки речи, так как он тоже имеет ритмообразующую функцию.

a) That is the Government we should aspire to lead and be part of, a Government that's about hope and optimism and change in our country not *the doom and the gloom* and the depression of the Brown years which we can tomorrow put behind us forever. Let's get out there and do it.

(David Cameron: We need change so together we can build a stronger, better  
country, <http://www.conservativefuture.com>)

b) Ashcroft *wants to run the club, but not pay the sub*. This scandal tells us a lot about David Cameron.

He would not stand up to Ashcroft.

We *named and shamed* Ashcroft as a non-dom at prime minister's questions, but even then Cameron failed to ask his over-mighty baron whether he was keeping his promises.

(Chris Huhne: Speech to Liberal Democrat Conference,  
<http://www.libdems.org.uk>)



## 5.2 Морфологический уровень средств манипулятивного воздействия в текстотипе предвыборной агитационной речи

Морфологический уровень языка также дает продуценту предвыборной агитационной речи определенный набор средств манипулятивного воздействия.

Как и на фонетическом уровне, на уровне морфем часто актуализируется такая этофизиологическая мишень манипуляция, как «филогенетическая память о ритуализации», что достигается с помощью повторов корневых и аффиксальных морфем как в пределах одного предложения, так и в пределах одного микротекста. Например:

a) I want to show that our policies are rooted in *fairness*. And that those of our opponents are not just wrong but wrong because they are *unfair*.

(Gordon Brown: Fight for a future fair for all,  
<http://www.labour.org.uk>)

В примере а) эффект ритмизации манипулятивного сообщения достигается за счет повторения корневой морфемы *fair* (в первой части предложения – в существительном, во второй – в прилагательном с отрицательной приставкой).

b) Labour has *been incompetent, indecisive and ineffective* – not too mention reckless towards your livelihoods – but what you and your colleagues want to know from me is what the Conservative Party is doing differently and how would a future Conservative Government set about creating the right circumstances for a flourishing UK fishing industry.

(Bill Wiggin: Looking into the problems associated with the  
Common Fisheries Policy, <http://www.conservatives.com>)

В примере b) продуцент использует повтор аффиксальной морфемы (префикс *in-*) для актуализации соответствующей мишени, а также усиления контактного перлокутивного эффекта, ожидаемого от актуализации мишеней

манипуляции «бинаризм мышления и оценки» (в сообщении сравнивается работа двух партий) и мишени-аттитуда «оппонент и его партия (аффиксальный повтор используется в эпитетах с негативной коннотацией, характеризующих оппонента).

c) The Conservative way of looking at Europe is not just defensive. It is *defeatist*, *isolationist*, *declinist*.

(David Miliband: Engage and Lead: Labour's approach to the EU,  
<http://www.labour.org.uk>)

Манипулятивное сообщение c) является примером использования морфемного повтора внутри одного микротекста. Повтор аффиксальной морфемы в лексемах-номинантах, характеризующих образ действий оппонентов, усиливает эффект от актуализации мишени-аттитуда «оппонент и его партия».

d) It's the Britain that works not just by *self-interest* but by *self-discipline*, *self-improvement* and *self-reliance*.

It's the Britain where we don't just care for ourselves, we also care for each other.

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

Повтор морфемы в микротексте d) создает ритмизацию сообщения, усиливающую контактный перлокутивный эффект от актуализации социально-эволюционной мишени манипуляции «феномен ожидания осуществления социального идеала».

Аффиксальные морфемы довольно часто используются продуцентами предвыборных агитационных речей для актуализации интенции «бинаризм мышления и оценки» при формировании различного рода противопоставлений (явного, косвенного, логического и оценочного). Обычно это аффиксальные морфемы, используемые для образования степеней сравнения прилагательных, выступающих в роли эпитетов,

характеризующих деятельность оппонента и продуцента в сравнении. Например:

a) It's about the future of our party, the future of our democracy, and a *stronger, prouder* country. We've got the ideas, the plans, the values to do it. So get out there and fight, and get out there and win.

(David Cameron: A stronger prouder country,  
<http://www.conservatives.com>)

Аффиксальная морфема *-er* (*stronger, prouder*) используется в данном микротексте при актуализации мишени манипуляции «бинаризм мышления и оценки» для создания косвенного противопоставления без эксплицитного обозначения оппонента. Однако из сообщения становится понятно, что если страна нуждается в том, чтобы быть сильнее (*stronger*) и больше гордиться своими достижениями (*prouder*), значит, партия власти, представляющая собой оппонента продуцента, работает недостаточно хорошо для обеспечения этих характеристик государства.

b) Our tax plan would be the *biggest* tax reform in a generation.

(Nick Clegg: Four steps to a Fairer Britain,  
<http://www.libdems.org.uk>)

В данном микротексте использование аффиксальной морфемы *-est a* (*the biggest*) с точки зрения актуализации мишеней манипуляции аналогично предыдущему примеру: прилагательное в превосходной степени, переданной при помощи морфемы, используется для создания косвенного противопоставления без эксплицитного обозначения оппонента. Из сообщения становится понятно, что при продуценте в стране ожидается улучшение по обозначенной характеристике, а партия продуцента – это единственная партия, способная произвести подобные изменения.

Стоит отметить, что довольно большим манипулятивным потенциалом обладают корневые морфемы, представляющие собой части сложных слов, так как данные морфемы могут выступать в роли номинантов и ассоциантов,

актуализируя различные группы мишеней манипуляции массовым реципиентом. Например:

a) Break open state monopolies and open up them up to new providers, saying - 'if you've got the ideas and the people and the commitment to tackle our most *deep-rooted* social problems, come and play a role in our public services.'

(David Cameron: Building a bigger, stronger society,  
<http://www.conservatives.com>)

В примере b) корневые морфемы эпитета *deep-rooted* актуализируют этофизиологическую мишень манипуляции «восприятие пространства» (морфема *deep* указывает на степень укоренения проблемы) и социально-эволюционную мишень манипуляции «порог доступности» (метафорическое представление через фитонимическую метафору, использующую образ корня).

b) The crucial role the Liberal Democrats must play in government to ensure that during this *downturn*, those with the broadest shoulders carry the greatest burden, that the most vulnerable are protected and that the economic recovery is both sustainable and leads to greater fairness.

(Alistair Webster: Ensuring Fairness in a Time of Austerity,  
<http://www.libdems.org.uk>)

В примере b) морфемы существительного также используются для актуализации этофизиологической мишени «восприятие пространства», для негативной характеристики ситуации в стране. Свою роль, по мнению продуцента, его партия в данной ситуации видит в справедливом распределении финансовых и иных обязанностей, что поможет стране выйти из состояния упадка.

### 5.3 Лексический уровень средств манипулятивного воздействия в текстотипе предвыборной агитационной речи

Пожалуй, самый богатый выбор в плане манипулятивных средств дает продуценту предвыборных агитационных речей именно лексический уровень языка. Практически все виды мишеней манипуляции массовым реципиентом могут быть актуализированы с помощью лексем. Рассмотрим несколько примеров реализации интенциональных компонентов манипулятивной интенции с помощью единиц лексического уровня языка.

В первую в очередь в данной группе стоит отметить однолексемные актуализаторы-номинанты различных перлокутивных эффектов. Лексемы-номинанты могут быть использованы:

- при актуализации этофизиологических мишеней манипуляции массовым реципиентом, например:

a) We have optimism and *trust* in our councils.

We live in a new world where the destructive fringe that existed within some local authorities in the 1980s has long gone.

Conservatives will match this mood by giving ALL Councils greater flexibility both in finance and functions. We are sure that you can *trust* our Councils with funding without stipulating the way every single penny must be spent.

(Eric Pickles: Trust the people, and they will trust you,  
<http://www.conservatives.com>)

В примере а) используется лексема-номинант *trust*, называющая базовую эмоцию, выступающую в качестве планируемого контактного перлокутивного эффекта продуцента.

b) And we will make clear that the only way to stop the Tory/Lib Dem coalition of cuts for children is *to vote Labour on Thursday 6 May*.

(Ed Balls: Your Family, Your Choice,  
<http://labour.org.uk>)

Очень часто в предвыборных агитационных речах политиков используется лексема-номинант дистантного перлокутивного эффекта, так как неотъемлемой частью соответствующего текстотипа является призыв к голосованию (актуализируется основная мишень-акция жанрово обусловленного уровня). Чаще всего данная лексема (*vote*) употребляется в речевых актах, которые можно назвать апеллятивными.

c) But when Gordon talks about a Border Service, he's left out one rather key element - the police.

His new border force is the same people with the same powers. The only real change? A nice new uniform.

This is "New" New Labour. Soundbite by Brown, Policy by Prada.

*By contrast* we are doing some real work on how to protect our borders.

(David Davis: It is time to start mending our broken society,  
<http://www.conservatives.com>)

Данный микротекст реализует манипулятивную интенцию формирования ассоциаций «мы – положительное» vs «они – отрицательное», а также актуализирует социально эволюционную мишень манипуляции «бинаризм мышления и оценки». Разница между партиями оппонента и продуцента обозначается с помощью лексемы-номинанта *contrast*.

d) Conservatives believe *freedom* is essential to the well being of society and we recognise also that there have to be checks and balances as well and that it is the state's role to provide them [...]. Freedom under law requires *freedom* of thought and expression.

Our country has defined itself for many generations as a place where *freedom* of expression, political and religious, can be practised and indeed the whole trend in our history in the last two hundred years is the gradual removal of the fetters of censorship on people's views and, to a great extent their behaviour,

subject to the protection of others under our criminal law. Sedition is not a word you hear much now.

(Dominic Grieve: Multiculturalism - A Conservative vision of a free society,  
<http://www.conservatives.com>)

Повторяющаяся лексема-номинант *freedom*, в микротексте, содержащем информацию о ценности свободы для продуцента и его партии, что способствует формированию положительных ассоциаций, актуализирует этофизиологическую мишень манипуляции «инстинкт свободы и выбора».

Значимую роль в актуализации различных мишеней манипуляции в предвыборном агитационном дискурсе играют лексемы-ассоцианты с контактными перлокутивными эффектами манипулятивных сообщений. Как и лексемы-номинанты, лексемы-ассоцианты могут актуализировать многие из мишеней предложенной нами классификации. Например:

a) This is about enshrining into law the right, compassionate response to autism. By putting a legal duty of care on councils and NHS services it's going to bring many adults in from the *coldness* of isolation. By seeking to improve the way departments work together it's going to help seal up the cracks that adults with autism fall through. It's a long-overdue piece of legislation and I believe it's going to make a big difference to many, many lives.

(David Cameron: How we can make life better for disabled people,  
<http://www.conservatives.com>)

В примере а) продуцент манипулятивного сообщения использует лексему-ассоциант *coldness*, актуализирующую этофизиологическую мишень манипуляции экстерорецептивного подуровня и создающую образ неприятного тактильного ощущения, ассоциируемого с системой партии власти (оппонентами). Стоит отметить, что довольно часто лексемы-ассоцианты представляют собой знаки вторичной номинации, т.е. лексические единицы, образованные путем лексической метафоризации

(лексическая метафора) или употребленные в переносном смысле, как в приведенном выше примере (стилистическая метафора).

b) While we have come through the worst of this *dreadful storm*, *the waters are still choppy*. There are still real *risks* to the recovery. And we must be alive to them.

(Gordon Brown; Securing the recovery is essential,  
<http://www.labour.org.uk>)

В данном микротексте используется несколько лексем-ассоциантов, актуализирующих такие мишени манипуляции массовым реципиентом, как «базовая эмоция страха» (*storm*, *risk*), «инстинкт самосохранения», «особенности экстерорецептивного восприятия» (*choppy*), «порог доступности» (метафоры с ключевыми словами *storm*, *waters*).

c) So there you have it – a vote for the Hung Parliament party is a vote for politics behind closed doors; indecision and weak government; a *paralysed* economy; yet another election; and very possibly, waking up on the 7th of May to find out that Gordon Brown is still in Downing Street.

(George Osborne: A Conservative majority guarantees change for the better,  
<http://www.conservatives.com>)

В примере c) продуцент использует лексему-ассоциант *paralysed*, актуализирующую этофизиологическую мишень манипуляции интерорецептивного подуровня, вызывающие неприятные ассоциации с нездоровым организмом.

Манипулятивное воздействие на массового реципиента на лексическом уровне может осуществляться при помощи лексем-неологизмов, употребляющихся продуцентом окказионально и незафиксированных в словаре. Например:

a) This is a *once-in-a-generation* chance and David Cameron must now show that, like Labour, he wants to build a better, fairer and lasting system of care in our country.



(John Healey: Speech after a Government statement on the report in Parliament, <http://www.labour.org.uk>)

Микротекст а) представляет собой пример использования неологизма, образованного по модели сложного эпитета, для актуализации мишени-аттитуда «оппонент и его партия» и базовой эмоции «доверие».

We understand that Whitehall doesn't have all of the answers, and doesn't have a monopoly on the best ideas.

So gone are the days of *know-it-all, do-it-all* government.

(Nick Clegg: Speech on Freedom in the UK, <http://libdems.org.uk>)

В примере б) также используются неологизмы, представляющие собой сложные эпитеты. Данные неологизмы используются для актуализации мишени манипуляции «оппонент и его партия» ( в данном случае имеется в виду партия власти и создания его негативной характеристики (разрушается образ всезнающего и всемогущего правительства). Эффект усиливается с помощью инверсии (So gone are the days of *know-it-all, do-it-all* government).

Еще одним интересным, на наш взгляд, средством манипуляции массовым реципиентом на лексическом уровне является использование лексем-имен собственных в метафорическом значении, когда свойства и характеристики известных топонимов и антропонимов переносятся на другой объект или феномен (топонимическая и антропонимическая антономазия).

Например:

c) Give us your personal data for a national identity register, pay for a national identity card, have your children finger printed, but by the way, we've failed to keep a record of foreign criminals, we've failed to even look at thousands of files sent to us about dangerous criminals and oh yes we've lost the tax details of half the adult population of the country. It's not a question of Brown moving from *Stalin* to *Mr. Bean* – it is *Stalin* and *Mr. Bean*.

(David Cameron: Speech to the Conservative's North West Conference in Bolton, <http://www.conservatives.com>.)

В текстотипе с) продуцент использует антропонимическую топонимию для негативной характеристики действий оппонента, отличающихся непоследовательностью, а потому смешных. Антономазия на лексическом уровне имеет свойство манипулятивной полифункциональности, так как актуализирует несколько мишеней манипуляции одновременно: во-первых, социально-эволюционную мишень «порог доступности» (за счет метафоризации массовому реципиенту предлагается готовый образ с известными характеристиками); во-вторых, жанрово обусловленную мишень манипуляции «оппонент и его партия» (дается отрицательная характеристика оппонента посредством сравнения с отрицательно воспринимаемым историческим и кинематографическим персонажам; в-третьих, актуализируется этологическая мишень «смех» (Mr. Bean – герой известной комедии, создается парадокс – несоответствие экзогенных характеристик [нелепый, смешной] и эндогенных признаков [Премьер-министр: серьезный, ответственный, разумный]).

d) Our country is having a tough old time at the moment. *We're faced with not just a mountain of debt, but a Mount Everest of debt.* We are facing enormous social problems, failing public services, and a terrible loss of faith in our political system.

(Eric Pickles: The Conservative Party is the home of Liberal Democracy, <http://www.conservatives.com>)

В данном микротексте наряду с метафорой (*a mountain of debt*) используется метафоризированная топонимическая антономазия. Она также полифункциональна и актуализирует несколько мишеней: этофизиологическую мишень восприятия пространства (и объектов в пространстве), так как создает образ чего-то огромного; социально эволюционную мишень «порог доступности» (симплифицирует процесс

понимания информации за счет предложения готового образа); базовую эмоцию гнева по отношению к оппоненту, которые допустил такой огромный долг; жанрово обусловленную мишень манипуляции «оппонент и его партия» (создается в общем отрицательный образ оппонента).

Значимую роль в актуализации определенных мишеней манипуляции играют супплетивные формы некоторых единиц лексического уровня. Для текстотипа предвыборной агитационной речи, построенного по принципу оппозиции, очень важными являются лексемы, обозначающие понятия из области наивной оценки, доступной для понимания любому представителю массового реципиента, а именно понятий оппозиции «хорошо (good) – плохо (bad)», «хуже (better)– лучше (worse)», «лучший (the best)– худший (the worst)». Предлагая массовому реципиенту готовую явную или косвенную оппозицию, выраженную данными лексемами, продуцент манипулятивного сообщения актуализирует социально-эволюционные мишени манипуляции «порог доступности» и «бинаризм мышления и оценки». Например:

a) A vote for the Liberal Democrats is not a vote for the change for *the better* it is a vote for change for *the worse*.

(David Cameron: Vote Conservative for guaranteed change on Friday,  
<http://www.conservatives.com>)

b) Just imagine the difference this change would make. You know anyone working full time on the minimum wage pays more than a £1000 in income tax every year? Under the Liberal Democrats, their tax bill will plummet to less than £6 a week. They'll be £700 *better* off. £700 to pay for children's school clothes, to fix the car, to pay the heating bill..

(Nick Clegg: Speech to Liberal Democrat Spring Conference,  
<http://www.libdem.org.uk>)

c) The spirit of our alternative budget will be the same which inspired the People's Budget 100 years ago - when liberal radicals led by Lloyd George laid the foundations for progressive politics in Britain.

I make that renewed commitment in the full knowledge that the public sector finances are getting rapidly *worse* and will need to be sharply corrected once the recession is abating.

(Vince Cable: Speech to the Liberal Democrats' spring conference,  
<http://www.libdem.org.uk>)

d) We will end for good the concept of a life on benefit by offering all those unemployed for more than two years work they must accept, and we will make work pay better with the goal of a minimum wage rising at least in line with average earnings and a guarantee that people will be *better* off in work than on benefit.

(Gordon Brown: On Manifesto,  
<http://www.labour.org.uk>)

Примеров, подобных приведенным выше, содержится в текстах предвыборных агитационных речей британских политиков достаточно много. Это объясняется тем, что как уже было сказано выше, принцип порога доступности массового сознания (и сознания массового реципиента), требует наиболее простого обозначения качества оцениваемых объектов, явлений и действий (хорошо – плохо). Кроме порога доступности и бинаризма мышления и оценки с помощью данных прилагательных продуценты предвыборных агитационных речей актуализируют жанрово обусловленные мишени-аттитуды «продуцент и его партия» и «оппонент и его партия», давая соответствующие характеристики своим действиям и действиям партии оппонента.

Актуализация мишеней манипуляции массовым реципиентом с помощью глагольных лексем также имеет свои особенности. Глаголы, обозначающие собственно действия и речевые действия продуцента и оппонентов помогают эффективному формированию соответствующих образов – положительного образа партии продуцента и отрицательного образа партии оппонентов через когниции, сформированные логикой

причинно-следственных связей (например: help, sympathize - способен к эмпатии; lied, fails – не достоин доверия и т.п.). Например:

a) We don't have to put up with a Government that has *racked up* the debt, *put up* the taxes, *harmed* the thrifty, not looked after the vulnerable, treated people like fools, *lied* about its opponents.

We can do better than this. We will if elected do better than this.

(David Cameron: We need change so together we can build a stronger, better country, <http://www.conservatives.com>)

Последовательность характеристик, данных оппоненту с помощью глагольных лексем, актуализирует жанрово обусловленную мишень манипуляции «оппонент и его группа (партия)».

b) After 13 years, Labour left us with a messy, over-complicated system that *trapped* people in poverty. Their refusal to reform meant they *failed* some of the most vulnerable people in society.

(Jenny Willott: Welfare reforms are fair and overdue, <http://libdem.org.uk>)

Микротекст b) также представляет собой пример актуализации жанрово обусловленной мишени манипуляции «оппонент и его группа (партия)» с помощью глагольных лексем *trapped* и *failed*. Продуцент указывает на неспособность правительства правильно распоряжаться финансами страны и выстраивать адекватную экономическую стратегию, отвечающую нуждам народа, а также на равнодушие продуцента к бедам своего народа. Эффект усиливается с помощью метафоры (*trapped people in poverty*).

c) We've ended up with a heavily regulated, suffocating bureaucracy which *blocks* innovation, *destroys* the morale of staff and *undermines* patient care. Reform is not a luxury, it's a necessity

Labour's *failed*.

The Tories cannot be trusted.

(Norman Lamb: Speech about the NHS at Autumn Conference,  
<http://libdem.org.uk>)

Глагольные лексемы, используемые в примере с) для характеристики действий оппонента (актуализация мишени «оппонент и его партия»), также актуализируют базовую эмоцию гнева массового реципиента, возникающего в результате сформированной когниции «правительство мешает необходимым реформам».

Одним из основных свойств и признаков текстотипа предвыборной агитационной речи является доминирующая открытая интенция промиссивности и принятия на себя каких либо обязательств (комиссивности). Поэтому большое значение для манипулятивных сообщений данного типа приобретают лексемы со значением промиссивности и комиссивности, способствующие актуализации мишеней манипуляции «феномен ожидания осуществления социального идеала» и «традиционная промиссивность сообщения». Анализ текстотипов предвыборной агитационной речи британских политиков показывает, что продуценты данных манипулятивных сообщений чаще всего используют такие лексемы с семами промиссивности и комиссивности, как *promise* (и производные), *pledge*, *word* (в значении гарантии обещаемого), *assure* (в значении «твердо обещать»), *bound*, *guarantee*. Например:

a) We are the people's party – and *we are pledged* to serve the people. Today I am announcing the five *pledges* on which we will fight this election. Each is substantial, deliverable and carefully costed. If you will support us, we will:

- Secure the recovery and halve the deficit through economic growth, fair taxes and cuts to lower priority spending.

Elections are choices for the future. And so *I now pledge myself* and my party to fighting each and every day for a fairer future for the people of Britain, a future in which the many and not just the few have the chance to earn a better life for themselves and their children..

*We pledge* that we will

- Raise family living standards, by keeping mortgage rates as low as possible, by increasing tax credits for families with young children, by providing new help for first-time buyers and by restoring the link between the state pension and earnings from 2012.

We will

- Build a high tech economy, by supporting businesses and industry to create 1 million more skilled jobs and modernising our infrastructure with high-speed rail, a green investment bank and broadband access for all.

We will

- Protect frontline investment in policing, schools, childcare and the NHS with a new *guarantee* of cancer test results within a week.

(Gordon Brown: Speech in Nottingham,  
<http://www.labour.org.uk>)

Говоря о манипулятивном потенциале единиц лексического уровня, функционирующих в пределах текстотипа предвыборной агитационной речи, стоит уделить особое внимание прилагательным и причастиям, выполняющим роль определения при существительных, номинирующих участников предвыборного агитационного дискурса и их действия, и подобным образом дающим им соответствующую характеристику. Данные лексические единицы могут также характеризовать явления, произошедшие в результате действий участников дискурса. Подобные лексемы, часто выступающие в роли эпитетов (если определить их стилистическую функцию в тексте), являются полифункциональными актуализаторами, так как могут актуализировать несколько мишеней: этофизиологические мишени манипуляции «базовые эмоции», жанрово обусловленные мишени манипуляции «оппонент и его группа (партия)» и «продуцент и его группа (партия)» и некоторые другие мишени. Например:

a) That complacency has summed up the last 12 years of this *wretched, rotten, deceitful* and *incompetent* Labour government. They spent all their time telling us how well Britain was doing whilst systematically undermining the very foundations of that success.

(Jeremy Hunt: Making our country a winner again,  
<http://www.conservatives.com>)

Последовательность эпитетов с негативной коннотацией, используемая продуцентом данного манипулятивного микротекста, направлена на актуализацию жанрово обусловленной мишени манипуляции «оппонент продуцента и его группа (партия)», а также на базовую эмоцию злости (возмущения), возникающую в результате обмана.

b) Whether it's the right to sack *crooked* MPs, to take big money out of politics, or to clamp down on lobbyists, Labour and the Tories have stood in the way at every opportunity.

A vote for the old parties is a vote for *corrupt* and *discredited* politics.

(Chris Huhne: Tories utterly dishonest over right to sack corrupt MPs,  
<http://libdems.org.uk>)

Продуцент примера b) также использует эпитеты с негативной коннотацией для актуализации жанрово обусловленной мишени манипуляции «оппонент продуцента и его группа (партия)», а также на базовую эмоцию злости (возмущения) и недоверия, возникающие в результате действий оппонента. Эффект усиливается при помощи лексического повтора (*vote*).

В примере c) используются эпитеты с положительной коннотацией для создания соответствующего образа собственной партии.

c) Just think of what we inherited last May.

An economy built on *the worst* deficit...

...*the biggest* housing boom...

...*the most leveraged* banks...



...the *most indebted* households...  
...the *most out-of-control* public spending...  
...the *most unsustainable* immigration...  
...and an education system *dumbed down* and a welfare system *messed up*.

(David Cameron: Lets get out there and win,  
<http://www.conservatives.com>)

В микротексте с) с помощью эпитетов негативно характеризуются результаты работы оппонента. При этом актуализируются соответствующие группы мишеней.

Еще одним интересным лексическим средством манипулятивного воздействия мы предлагаем считать замену лексемы в устойчивом выражении (фразеологизме, пословице, поговорке, библеизме и т. п.) без изменения его синтаксической структуры. Например:

a) Let's not forget who was Chairman of Gordon Brown's Council of Economic Advisers - one Ed Miliband.

Or who was Brown's personal economic guru and architect of the disastrous bank regulatory reforms - one Ed Balls.

So who was it that said "*two Eds are better than one*"?

(Philip Hammond: Government announces plans for next phase of high speed rail, <http://www.conservatives.com>)

Микротекст с использованием трансформированной поговорки актуализирует этофизиологическую мишень манипуляции «смех» посредством создания несоответствия традиционного (эндогенно усвоенного) состава данной поговорки и его экзогенного варианта с заменой лексемы.

#### 5.4 Синтаксический уровень средств манипулятивного воздействия в текстотипе предвыборной агитационной речи

В качестве манипулятивных единиц синтаксического уровня мы предлагаем рассматривать такие ограниченные рамками словосочетания и предложения единицы, как метафорические словосочетания [Кострова 2004: 95] и метафорические предложения [Кострова 2004: 111], выполняющие роль актуализатора-ассоцианта; фразеологические словосочетания как знаки вторичной номинации, выполняющие функцию знака-ассоцианта, основанного на семантическом переносе [Савицкий 1993: 59]; риторические вопросы, простые предложения, повторы внутри предложения и некоторые другие синтаксические средства с манипулятивным потенциалом.

Метафоры как знаки-ассоцианты, подающие массовому реципиенту готовый образ путем одномоментного сравнения описываемого с каким либо объектом или явлением, наделенным нужными продуцента сообщения признаками, довольно часто используются в текстотипе предвыборной агитационной речи. Как показывает изучение предвыборных агитационных речей британских политиков, наиболее распространенным типом метафор-словосочетаний в соответствующем текстотипе является английская метафора-словосочетание со структурой N (or noun phrase) + of + N (or noun phrase), где в первом существительном словосочетания задаются образные характеристики второго. Например:

a) We should be using the taxpayers' stake to break up the big banks so that we can rebuild the kind of local banking and lending infrastructure we need in which banks are once again in closer contact with their own customers. We need more of the building societies and credit unions that used to be *the bedrock of British financial services* - a power shift from the big beasts of global finance back to local people, businesses and their communities..

(Nick Clegg: Speech to the CBI conference,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Метафора (*the bedrock of our economy*), используемая продуцентом в данном примере, актуализирует этофизиологическую мишень манипуляции проприорецептивного подуровня, создавая образ ощущения равновесия, крепкой позиции и надежной опоры.

b) We'll deal with the things that frustrate them.

We'll get rid of *the mountains of bureaucracy* that make it easier to cut corners.

We'll provide them with proper protection against violence.

(Chris Grayling: A no-nonsense approach to crime and disorder,  
<http://www.conservatives.com>)

В микротексте b) продуцент использует метафору, создающую образ параметрического ощущения чего-то огромного и непреодолимого. Данный образ связывается с партией власти, допустившей подобные размеры описываемого негативного явления. Обещание избавиться от данного явления направлено на достижение контактного перлокутивного эффекта доверия к продуценту.

c) We are in *the teeth of one of the most difficult and unpredictable recessions* we have ever face. The origins of the recession, *at the heart of the financial services sector* on which we have relied too heavily for far too long, begs profound questions about how we can rebuild the British economy on a different, more sustainable footing in the future.

(Nick Clegg: Speech to the CBI conference,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Использование соматических метафор в данном микротексте обусловлено интенцией продуцента актуализировать этофизиологическую мишень манипуляции «особенности физиологического восприятия».

d) If we want parliament to be a real *engine of accountability*, we need to show it's not just the creature of the executive.

Техническая метафора, используемая продуцентом данного манипулятивного сообщения, создает образ надежного механизма, с которым ассоциируется продуцент.

Кроме метафор-словосочетаний, образованных по типу N + of + N, нередко используются метафоры, образованные по типу V (или глагольная форма) + in + N. Например:

a) Lets look at the facts. Labour claim police numbers are up.

But extra officers can't fight crime *buried in paperwork*.

(David Davis: It is time to start mending our broken society,  
<http://www.conservatives.com>)

b) Together, we can bring change to those *trapped in poverty*.

(Eric Pickles: The Conservative Party is the home of Liberal Democracy,  
<http://www.conservatives.com>)

В обоих примерах метафоры-словосочетания подчеркивают образ человека, вынужденно ограниченного какими-либо рамками.

Что касается метафор-предложений, то их использование также достаточно часто встречается в текстах предвыборных агитационных речей политиков Великобритании. Как мы уже отмечали в предыдущих главах, популярность метафоры как средства манипуляции объясняется ее полифункциональностью: во-первых, (своей формой – образное представление фактической ситуации) метафора актуализирует социально-эволюционную мишень манипуляции «порог доступности»; во-вторых (содержанием образа) – ряд других мишеней. Поэтому развернутые метафоры, представленные в рамках предложения, также достаточно частотны. Например:

a) And it is unfair because ultimately *it (Cameron's policy) takes money from the pockets of poorer families and gives it to rich ones*.

When *the country is mired in recession* and public finances are in a dire state, this is a mess that we cannot afford.

Labour has failed to deliver fairness and the Tories can't be trusted to make the country fairer. Only *the Liberal Democrats will build a fairer Britain*.

(Danny Alexander: Cameron messed up because his marriage tax breaks are unfair, <http://www.libdems.org.uk>)

Микротекст а) содержит три метафоры-предложения. Первая метафора представляет собой персонификацию политики оппонента (консерватора Дэвида Кэмерона), негативно характеризующая его как несправедливого претендента на власть. Вторая метафора (*the country is mired in recession*) актуализирует особенности проприорецептивного восприятия реципиента, создавая негативный образ ощущения чего-то нестабильного и зыбкого. Третья, бытовая метафора, представляя конструктивный строительный образ, формирует положительные ассоциации с партией продуцента сообщения.

Похожий манипулятивный эффект достигается при помощи использования фразеологических словосочетаний и устойчивых выражений. Являясь средствами вторичной номинации, фразеологические обороты также создают определенные образы. Будучи хорошо знакомыми массовому реципиенту, они актуализируют социально-эволюционную мишень «порог доступности» и создают ощущение единения с продуцентом за счет общности фоновых знаний. Например:

a) Every day we are facing the business choice – to support our companies from car manufacturers to the self-employed or simply let great British businesses *go to the wall*. And we are making our choice. Labour believes in the businesses and enterprise of Britain. More than 200,000 agreements signed to give direct support to small businesses.

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

В данном примере фразеологический оборот *go to the wall*, содержащийся в предложении с оппозицией, актуализирующей «бинаризм мышления» реципиента, помимо мишени «порог доступности» актуализирует жанрово обусловленную мишень манипуляции массовым реципиентом «продуцент и его группа (партия)», представляя партию продуцента как группу людей, предпринимающую активные меры по спасению бизнеса в стране..

b) Labour's record speaks for itself as unemployment is now higher than when they came into office.

It underlines just how fragile the UK economy is and exposes the folly of Tory plans *to pull the rug from under the recovery*.

(Vince Cable: Unemployment increase underlines fragility of UK economy,  
<http://www.libdems.org.uk>)

При помощи фразеологизма продуцент микротекста b) актуализирует особенности проприорецептивного восприятия массового реципиента, создавая образ оппонента, мешающего стабильности экономического «выздоровления» страны.

c) Yes, the South East is one of the economic powerhouses of Europe - and everyone here should be proud of that. But there's no law saying this will be the case forever. That's why Conservatives *are rolling up their sleeves* and making sure the South East builds on its success and goes from strength to strength.

(David Cameron: A stronger prouder country,  
<http://www.conservatives.com>)

В примере c) с помощью фразеологического оборота актуализируется мишень-аттитуд «продуцент и его группа (партия)». Продуцент дает положительную характеристику действиям своей партии, показывая ее

представителей как трудолюбивых и ответственных лидеров, которым можно доверять.

d) Gordon Brown has fiddled with the pension rules, taxed house sales, set up useless investment funds, complicated the tax codes, hidden PFI debt, concocted the bankruptcy of Railtrack, and demanded tax credit refunds from some of our poorest people in the country.

He is the man who has squandered a decade of growth and has *set aside nothing for a rainy day*.

(Alan Duncan: It's time to cut back on regulation,  
<http://www.conservatives.com>)

Используя в данном примере фразеологический оборот, негативно характеризующий оппонента как недальновидного и безответственного лидера, продуцент манипулятивного сообщения актуализирует жанрово обусловленную мишень-аттитуд «оппонент и его партия».

В пределах одного предложения, часто представляющего собой информативный компонент ассертивного речевого акта, могут осуществляться различного вида противопоставления (антитезы), актуализирующие такую значимую социально-эволюционную мишень манипуляции массовым реципиентом, как «бинаризм мышления и оценки», а также интенцию формирования устойчивых ассоциаций) по принципу оппозиции «мы – положительные эмоции, возможность удовлетворения инстинктов и потребностей, приятные ощущения» и «они – отрицательные эмоции, невозможность удовлетворения инстинктов и потребностей, неприятные ощущения». Например:

a) And fight to be sure that our *honesty* will triumph over his *deceit*.

(Alan Duncan: It's time to cut back on regulation,  
<http://www.conservatives.com>)

В данном предложении противопоставляются понятия честности и обмана. При этом соответствующие лексемы сопровождаются

притяжательными местоимениями, косвенно указывающими на обладателей данных качеств (*наша честность – his* (Гордона Брауна) *deceit*).

Значимую роль в манипуляции массовым реципиентом играют предложения, содержащие различного рода повторы, актуализирующие этофизиологическую мишень «филогенетическая память о ритуализации». Например:

a) You could vote for a party that shares so many of your values. A party that can form a new *government*, a fresh *government*, a strong *government*.

(Eric Pickles: The Conservative Party is the home of Liberal Democracy,  
<http://www.conservatives.com>)

b) And with that same humility I *ask* for your *vote* – and *ask* you to *vote* not just for me – but to *vote* for yourself, for your family, *vote* for your future – and see Labour as your *best* home, and your *best* hope.

(Gordon Brown: Fighting for your future,  
<http://www.labour.org.uk>)

Эпифорический повтор в примере а) и лексические повторы в примере б) не только подчеркивают выражаемую продуцентом суть сообщения, но и ритмизируют его, актуализируя соответствующую генетическую реакцию массового реципиента.

Значимые речевые акты (промиссивные, ассертивные и директивные) предвыборного агитационного дискурса также часто совпадают с пределами одного предложения. В полной эксплицитной версии (перформативная формула как главное предложение и пропозиционная часть как придаточное или инфинитив) такие речевые акты встречаются достаточно редко. Например:

a) So *I promise* you, *I will not shrink* from taking on the union barons that threaten another spring of discontent; from tackling parts of the teaching establishment that don't want our school reforms; or from demanding more corporate responsibility from our businesses.



(David Cameron: My credo for my country,  
<http://www.conservatives.com>)

Данное предложение представляет собой традиционный промиссивный речевой акт с классической перформативной формулой (*I promise*).

b) And with all my resolve *I pledge that I will always fight for you.*

(Gordon Brown: Vote for yourself, vote for your family, vote for your future, <http://www.labour.org.uk>)

Предложение примера b) - традиционный промиссивный речевой акт с классической перформативной формулой (*I pledge*).

c) *I say* the greatest single risk to the recovery would be failing to provide a credible plan to deal with Britain's deficit.

(George Osborne: The British economy needs confidence and credit,  
<http://www.conservatives.com>)

Ассертивный речевой акт, представленный в сложном предложении с глаголом *to say* в значении «утверждать».

Что же касается типов предложений по цели высказывания, используемых в манипулятивных микротекстах, то здесь можно отметить следующее: во-первых, большая часть предложений, составляющих текст предвыборных речей представлена повествовательными предложениями; во-вторых, довольно редко, но встречаются случаи употребления вопросительных предложений продуцентами предвыборных агитационных речей в форме риторического вопроса; в-третьих, побудительные предложения с призывом отдать голос за партию продуцента часто используются в завершающей части текстотипа предвыборной агитационной речи, хотя встречаются и случаи обращения с какими-либо призывами к соратникам - членам партии. Например:

a) *Be hungry. Be ferociously determined. The fight is on* (обращения-призывы к соратникам).

(Alan Duncan: It's time to cut back on regulation,  
<http://www.conservatives.com>)

b) Now is the time to think big.

If you want better, *choose different*.

*Choose the Liberal Democrat* (обращения-призывы к массовому реципиенту).

(Nick Clegg: Think big, choose a better future,  
<http://www.libdems.org.uk>)

c) I ask you when you go in to the polling booths to ask yourself.

Who will stand up for you?

Who when the forces of privilege raise their voice will raise their voice for you?

Who when the economy is on the line will be your spokesman, who will always put your standard of living first?

And who will fight for your family because they know what it is to walk in your shoes?

And I say with humility – I will..

(Gordon Brown: Vote for yourself, vote for your family, vote for your future, <http://www.labour.org.uk>)

Наконец, еще одной характерной особенностью использования средств синтаксического уровня языка в процессе манипуляции массовым реципиентом является употребление простых предложений для актуализации социально-эволюционной мишени манипуляции «порог доступности». Это могут быть как односоставные предложения (например односоставные номинативные предложения субстантивного типа), так и двусоставные предложения. Например:

a) Fair taxes.

A new, fair start for all children at school.

A rebalanced, green economy.

And clean, open politics.  
Four steps to real change.  
Four steps to a fairer Britain..

(Nick Clegg: Four Steps to a Fairer Britain,  
<http://www.libdems.org.uk>)

b) As you reflect I ask you to consider this.

At every time in this crisis, I have put the British people first.

Not the banks nor the financial industry not those at the top who do not want to pay their fair share – but the British people.

For me the British people have been and always will be my first priority.

And I tell you adversity has been my best teacher.

Honesty my best guide.

And faith in the future the greatest source of my strength.  
So we are fired with new determination.

(Gordon Brown: Fighting for your future,  
<http://www.labour.org.uk>)

c) We live in dangerous times.

The threat of international terrorism is ever present.

North Korea has developed a nuclear weapon and Iran is trying to do the same.

We see piracy on the high seas.

A resurgent Russia.

Instability in the Caucasus.

Tensions in the Arctic.

The challenge of energy security.

And the emerging dangers in cyberspace.

(Liam Fox: Giving our Armed Forces what they need,  
<http://www.conservatives.com>)

d) And, under this Labour government, we can all see what I call a broken society. I'm sure you know what I mean.

More marriages breaking down.

Rising levels of violent crime.

Record truancy rates from schools.

More domestic violence.

Increasing numbers of suicides.

Too many young people, especially young men, with no role models, running wild in our communities.

And we need to deal with a whole range of other social problems facing us.

(Liam Fox: Together we will win,  
<http://www.conservatives.com>)

Короткие предложения обеспечивают быстрое усвоение идеи продуцента. Кроме того, последовательность номинативных предложений создает определенный ритм сообщения, что также способствует актуализации этофизиологической мишени манипуляции массовым реципиентом «филогенетическая память о ритуализации».

## 5.5 Особенности манипулятивного воздействия на уровне микротекста

Микротекст представляет собой комплекс речевых актов, объединенных одной интенциональной идеей: он рассчитан на достижение одного доминирующего контактного перлокутивного эффекта. Микротекст может представлять собой одно предложение, а может охватывать несколько абзацев.

Манипулятивные микротексты почти всегда полифункциональны, так как содержат несколько средств актуализации различных (часто взаимосвязанных) мишеней. Например:

a) This Party values you and values the work you do.

We value your support and we value your opinion.

That's why we're here in Blackpool to consult directly with you about what you want to see in our manifesto.

By Wednesday afternoon you will have clarity and people will know where we stand on the issues that concern them most - making our streets safer, our families stronger, protecting the environment and strengthening our public services – you will know where we stand.

That's what this conference is about.

(Caroline Spelman: Take note Mr Brown - we are ready,  
<http://www.conservatives.com>)

В микротексте а) с общей интенциональной идеей единения с массовым реципиентом («свои») актуализируется несколько взаимосвязанных мишеней – это физиологических (повтор, базовая эмоция радости), социально-эволюционных (бинаризм мышления и оценки, порог доступности, феномен ожидания социального идеала), жанрово обусловленных (оппонент и его партия, продуцент и его партия).

На уровне микротекста могут реализовываться все интенциональные подуровни общей манипулятивной интенции продуцента предвыборной агитационной речи. Так, довольно часто в пределах целого микротекста в виде различных повторов актуализируется этофизиологическая мишень манипуляции «филогенетическая память о ритуализации». Чаще всего для этих целей используются анафорические повторы в параллельных синтаксических конструкциях. Например:

a) *These are the people* I joined this party to help.

*These are the people* on the council estates of Yorkshire where I grew up.

*These are the people* that Labour think are theirs by right.

*These are the people* that Gordon Brown treat as idiots by playing on.

prejudice, offering them division rather than to hope.

*These are the people* the Labour Party was set up to protect.

*These are the people* that the Labour Party of Gordon Brown has abandoned.

(Eric Pickles: Mr Brown, your time is up,

<http://www.conservatives.com>)

b) Only one party with pretensions to government made the wrong choice; the Conservative Party of Britain.

They made *the wrong choice* on Northern Rock.

*The wrong choice* on jobs and spending.

*The wrong choice* on mortgage support.

*The wrong choice* on working with Europe.

(Gordon Brown: Speech to Labour Conference,

<http://www.labour.org.uk>)

c) *It started* the day Tony Blair got in his ministerial car and travelled to one of the poorest estates in the country and pledged to stand up for the forgotten people.

*It started*, in the euphoria and relief that we all felt when we finally saw the back of the Tories.

*It started* in the lonely journey of the loyal Labour voter, who stuck with them in the dark days of the Tories, and who heaved a sigh of relief when Labour came to power.

*It started* then, because every promise Blair made that day has since been broken, discarded, or left to wither away.

Labour forgot the forgotten people.

*They forgot* the people who elected them.

*They forgot* the people who needed them most.

(Sarah Teather: Speech to Liberal Democrat Spring Conference,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Однако встречаются и случаи эпитетических микротекстовых повторов, и даже микротексты с использованием обоих видов повторов. Например:

d) Giving the police the resources and DNA and CCTV tools they need has been opposed by the Liberal Democrats and Tories but fought for by Labour – and so the future of the police is *on the ballot paper*.

The Child Trust Fund and the child tax credit for middle class families have been opposed by the Liberal Democrats and Tories, but fought for by Labour – and so your family finances are *on the ballot paper*.

The protection of the schools budget and the investment in the skills of tomorrow has been opposed by the Tories but delivered by Labour – and so your children's future is *on the ballot paper*.

And your right to see a cancer specialist within two weeks of referral has always been opposed by the Tories, but is a guiding star for Labour –and so your family's future health is *on the ballot paper*.

(Gordon Brown: Speech to the RCN Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

e) So *if you want* a fairer Britain you have to vote for it. And you have to *vote Labour*.

*If you want to secure the recovery you have to vote for it. And vote Labour.*

*If you want to protect jobs and public services you have to vote for it. And vote Labour.*

*If you want to stop their immoral, unfair, unjust, unBritish inheritance tax cut for the richest people in the country you have to vote for it. And you have to vote Labour.*

*If you want to stop the cuts to the North East, North West, in and every region in our land you have to vote to stop them and that means voting Labour.*

(Gordon Brown: Fight for a future fair for all,  
<http://www.labour.org.uk>)

Частое использование ритмообразующих повторов на протяжении целых микротекстов доказывает эффективность использования данного средства при воздействии на массового реципиента.

В рамках одного микротекста может актуализироваться и такая мишень манипуляции массовым реципиентом, как «бинаризм мышления и оценки», например:

a) Caution says it is too difficult. But *we are not cautious but resolute* - because our party is the greatest force for fairness our country has ever seen.

Fear says it is beyond our reach. But *we are not afraid but bold* – because our party will show the people that we are the greatest force for fairness our country has ever seen.

Cynicism about politics says they're all the same. But *we are not cynical - we are energized* – because our party will prove again that we are the greatest force for fairness our country has ever seen

(Gordon Brown: Speech in Nottingham,  
<http://www.labour.org.uk>)

Основная цель данного микротекста – актуализация нескольких взаимосвязанных мишеней манипуляции: жанрово обусловленной мишени-аттитуда «продуцент и его группа (партия)» (создание положительного



образа) продуцента, а также социально-эволюционная мишень манипуляции «бинаризм мышления и оценки». Достижимый перлокутивный эффект усиливается с помощью параллельных синтаксических конструкций, придающих особый ритм сообщению продуцента и актуализирующих этофизиологическую мишень манипуляции «филогенетическая память о ритуализации».

b) *Under Labour* jobs were to be taxed more heavily; *with this Government* jobs are taxed less heavily. *Under Labour* the national debt was set to double again; *under this Government* we will save £16billion of debt interest payments in this parliament alone.

*Under Labour* the freedom of the citizen was consistently eroded; *under this Government* the Freedom Bill will re-establish it. *Under Labour* school discipline broke down, *with this Government* the teachers will be back in charge of the classroom.

*Under Labour* the pension went up 75p; *with this Government* it will be linked to earnings. *Under Labour* council tax doubled; *with this Government* it will be frozen. *Under Labour* immigration was uncontrolled; *with this Government* it will have limits.

*Under Labour*, government had lost all coherence and purpose and the country had lost its sense of hope, optimism and confidence.

(William Hague: New Labour is dead,  
<http://www.conservatives.com>)

Достаточно объемный микротекст b) является ярким примером актуализации мишени манипуляции «бинаризм мышления и оценки», что не только оформляется в семантике микротекстовой антитезы, но и усиливается с помощью параллельных конструкций и анафорического повтора.

Микротекстовый уровень текстотипа предвыборной агитационной речи также эксплуатируется продуцентами данных сообщений для реализации компонентов манипулятивной интенции с помощью метафоры.

Микротекстовая метафора представляет собой развернутый образ, используемый на протяжении всего микротекста или его части. Например:

a) But what kind of *football team* would Labour be?

Alistair Darling in goal, always jumping the wrong way.

“On yer Ed” Balls, running out to the left, every time he goes in for a tackle, it’s studs up and over the top.

Alan Johnson, their pet trade unionist, so of course, he’ll be the striker.

And there’s “Mandy” in mid-field, shouting “pass it to me!”, “pass it to me!”

But if he ever gets the ball, he never passes it on.

And, of course, there’s Gordon Brown himself, who just keeps on kicking the ball, even when the whistle’s blown.

Because the whistle has been blown on Labour.

Their time is up.

Their game is over.

(Andrew Lansley: Our chance to make the NHS the finest in the world,  
<http://www.conservatives.com>)

В данном микротексте используется образ неперспективной футбольной команды, с которой сравнивается действующее правительство (оппоненты). При этом не только актуализируется общая для всех метафор социально-эволюционная мишень манипуляции «бинаризм мышления и оценки», но и жанрово обусловленная мишень-аттитуд «оппонент и его группа (партия). В микротексте используются также манипулятивные средства фонетического уровня, представленные графоном (интонационные выделения).

Объемные микротекстовые единицы часто используются для актуализации мишеней манипуляции массовым реципиентом, связанных с промиссивностью - доминирующей интенцией открытого типа предвыборных агитационных речей. Такими мишенями манипуляции являются социально-эволюционная мишень манипуляции «феномен

ожидания осуществления социального идеала», связанная с обещаниями самого продуцента, а также жанрово обусловленная мишень-аттитуд «традиционная промиссивность сообщения», при актуализации которой обычно подчеркивается неспособность оппонентов продуцента сдерживать данные массовому реципиенту обещания и, наоборот, умение представителей партии продуцента сдерживать свои. Параллельно с этим актуализируются базовые эмоции – гнев (при информации о несдержанных обещаниях) и радость и доверие (при информации об обещаниях, сдержанных продуцентом). Например:

a) If you choose to work, the work will always pay.

And if you choose not to work, you cannot live a life on benefits.

Because this was our promise at that election to the British people: we would bring responsibility back to our public finances, back to our public services and back to our society.

*And we have been working to fulfill all those promises we made before the election.*

*We promised* pensioners respect and dignity in their old age – and we have increased the basic state pension in line with earnings. That means someone retiring today will be getting fifteen thousand pounds more over the period ahead than they would if we had kept Labour's system

*We promised* our entrepreneurs and businesspeople that we would back them – and we have cut corporation tax and we have stopped Labour's jobs tax.

*We promised* our brave servicemen and women we would look after them – and we have doubled their operational allowance for those serving in Afghanistan and elsewhere *as we promised*. And I think today, we should particularly think of those serving in the skies over Libya. I know that the operations they are involved in are difficult and dangerous.

I know that what we are undertaking is difficult but I think that we should be clear that by acting rapidly with our allies, with France, with America, we

prevented a massacre in Benghazi of innocent people and we stopped a deadly dictator in his tracks and we should be proud that we, in Britain, helped lead that action.

*We promised* people we'd help with the cost of living – and we have not just postponed Labour's rise in fuel duty, we've made a 1p cut in fuel duty and abolished their escalator.

*We promised* nurses, doctors, police officers we'd get off their backs – and we have scrapped so many of those top-down targets.

*We promised* the people of this country we would listen to the things they were concerned about and we would act on them – and that is why we have capped immigration...

(David Cameron: Lets get out there and win,  
<http://www.conservatives.com>)

Достаточно объемный микротекст а) представляет собой перечисление выполненных партией продуцента обещаний, что актуализирует жанрово обусловленную мишень-аттитуд «традиционная промиссивность сообщения» и направлено на создание положительного образа партии продуцента. Все подобные микротексты являются ретроспективными и обращены в прошлое, чтобы массовый реципиент имел возможность «по факту» оценить «степень исполненности» данного когда-то обещания. Данный микротекст также содержит анафорические повторы, что усиливает манипулятивный потенциал сообщения.

b) Ahead of the launch of Labour's 2010 manifesto, a new analysis of their 2005 manifesto shows that *they have broken no fewer than 102 promises*, including:

- 'Full employment in every region and nation'
- 'A 20 per cent reduction in carbon dioxide emissions on 1990 levels by 2010'
- 'We will end child poverty, starting by halving it ... by 2010-11'

- ‘Everyone up to the age of 19 should be learning’
- ‘All women will have choice over where and how they have their baby’
- ‘Home ownership to have risen by another million to two million’

*We’ve had thirteen years of Labour’s broken promises and nothing changes.*

(David Cameron: Labour’s last manifesto contains more than 100 broken promises, <http://www.conservatives.com>)

Пример b) нацелен на негативную характеристику оппонента при актуализации той же мишени - «традиционная промиссивность сообщения» (в микротексте перечисляются невыполненные оппонентом обещания, данные когда-то массовому реципиенту).

В отличие от ретроспективных микротекстов содержащих «отчеты» о выполненных или невыполненных обещаниях, микротексты, актуализирующие социально-эволюционную мишень манипуляции «феномен ожидания осуществления социального идеала», также связанные с промиссивностью, имеют футуральную ориентацию. Например:

a) And that is why today, in this first election of a post crisis world, we are fighting for what we will be able to look back on, list, and commend in five years time. Because even as we act to cut the deficit, *if we make the right decisions now, it will mean by 2015;*

- cancer tests within not two weeks but one week
- free health check ups for the over 40s
- a restored link between pensions and earnings
- one million new skilled jobs
- broadband access for all
- a national care service
- a Post Office people’s bank
- more free nursery places
- a father’s month of leave for new dads
- a new toddler tax credit

- 10 thousand new council homes a year
- protection of local pubs and post offices
- an independent and thriving BBC
- low carbon energy and thousands of new green jobs
- a referendum on electing the Lords and changing the voting system
- and yes I can say today for more than a minimum wage – a rising minimum wage – every year a rising minimum wage.

*That is the offer of a Labour government – that’s the change we choose.*

(Gordon Brown: Speech to Labour’s Manchester Rally,  
<http://www.labour.org.uk>)

В основе данного микротекста ежит транслирующий промиссивный речевой акт с несколькими информативными компонентами, актуализирующими социально-эволюционную мишень манипуляции массовым реципиентом «феномен ожидания осуществления социального идеала».

Особую роль в актуализации некоторых мишеней манипуляции играют микротексты, которые мы предлагаем обозначить как микротексты-отступления. Такие микротексты часто актуализируют социально-эволюционную мишень «порог доступности», представляя собой наглядные примеры и истории из жизни других представителей массового реципиента, выдержки из их писем к продуценту и т.п. Например:

a) A story of an elderly lady who lived alone in a remote house in Yorkshire.

She wakes up in the middle of the night and hears someone moving around downstairs.

Realising she has a burglar in the house, she calls the police.

“I’m sorry, madam,” says the officer. “We have no spare police cars at the moment. Just lock your bedroom door .....and wait for him to leave.”

Now this does not please our little old lady at all. So ten minutes later she rings back.

“It’s alright officer,” she said, “You needn’t bother any more. Problem’s solved. I’ve shot him.”

Well, inside five minutes 6 police cars arrive, sirens wailing and blue lights flashing and an armed response team crash through the front door-to find our burglar, safe and sound, who they duly arrest.

The chief superintendent storms up the stairs to confront our old lady.

“I thought you said you’d shot him,” he said. “Really,” she replied, “I thought you said you had no police cars.” Five years ago it was an apocryphal story but I’m afraid today it’s a parable.

(David Davis: It is time to start mending our broken society,  
<http://www.conservatives.com>)

Данный микротекст представляет собой пересказанную продуцентом предвыборной агитационной речи историю из жизни одной пожилой леди – представителя массового реципиента. С помощью этого микротекста-отступления продуцент актуализирует несколько мишеней манипуляции: социально-эволюционную мишень манипуляции «порог доступности» за счет наглядности приводимого примера; этофизиологическую мишень манипуляции «смех»; жанрово обусловленную мишень-аттитуд «оппонент и его партия», так как истории косвенно дает негативную характеристику оппоненту, при котором полиция работает так плохо.

b) I get a lot of letters these days, and a lot of emails, and I have to say they're something of a mixed bag.

But I did get this email just a couple of weeks ago from a man from Leicestershire called Ray.

This is what Ray said:

"Dear Sir, as a long-time Labour supporter, I find myself horrified at this government.

When you were elected, I was determined to despise every move you made and rub my hands in glee each time I heard of the latest new horror you were about

to inflict on this country. I've been gearing myself up for months to have a good old rant about you. Then you have to go and spoil it. The policies you are making, the changes you are making, appear to be good for this country. Please do something horrible before my world is shattered."

I'm sorry Ray - I'm going to keep on disappointing you.

(David Cameron: Building a better future,  
<http://www.conservatives.com>)

Микротекст b) содержит письмо бывшего последователя партии оппонента, якобы не ожидавшего перемен к лучшему от пришедшей к власти партии продуцента. Так как данное письмо, по сути, является похвалой партии продуцента, можно считать, что оно (помимо социально-эволюционной мишени манипуляции «бинаризм мышления и оценки») актуализирует жанрово обусловленную мишень-аттитуд «продуцент и его группа (партия)», создавая положительный образ партии продуцента. Кроме того, с помощью абсурдной просьбы автора данного письма (*Please do something horrible before my world is shattered*) актуализируется этофизиологическая мишень манипуляции «смех».

Кроме того, с помощью микротекстов-отступлений, представленных письмами представителей массового реципиента, продуценты предвыборных агитационных сообщений создают положительный образ своей партии как группы лидеров, способных к эмпатии. Например:

c) I got an email from a lady who wrote to me in desperation. She doesn't want me to reveal her name because she's so frightened of what might happen to her.

She and her husband left school at fifteen and started work straight away. They bought their own home, where they've lived for forty years. But they've been let down terribly. She lost out on the 10p tax and took a drop in her pension. She and her husband aren't entitled to pension credit because they saved for their old age.



Here's what she says:

“During the cold spell this winter, we sat watching TV with blankets wrapped around us.

The drug dealer and the druggies who live nearby had their windows wide open and the heating full on.

We don't bother watching police dramas on the TV, we just look out of our window.

Our savings are making no money.

If one of us dies we cannot afford to stay in our home.”

This lady doesn't want pity. Pensioners don't want pity. They just want to know that if they've lived responsibly, they'll be looked after in their old age.

(David Cameron: Putting Britain back on her feet,  
<http://www.conservatives.com>)

Данный микротекст, представляющий собой письмо пенсионеров к продуценту, показывает, что продуцент как потенциальный лидер страны способен к эмпатии, что создает его положительный образ. Кроме того, в микротексте косвенно дается негативная характеристика партии власти (оппоненту), при котором допущена подобная несправедливость.

## 5.6 Предвыборная агитационная речь как особый тип текста

Термины «текстотип» (тип текста) и «экземпляр текста» используются в лингвистике для обозначения устойчивых текстовых форм и конкретной реализации данной формы в речи [Филиппов 2003: 189]. Конкретные экземпляры текста с их фонетическими, грамматическими, лексическими и иными особенностями, имеющие общие структурно-интенциональные характеристики, образуют определенный текстотип.

Предвыборная агитационная речь в ее фиксированном виде определенно может быть рассмотрена как тип текста, обладающий характерными структурно-интенциональными признаками. Во-первых, это монологический текст, совершающийся в определенных условиях и рассчитанный на определенного реципиента. Во-вторых, экземпляры текста, функционирующие в пределах текстотипа предвыборной агитационной речи, имеют общую интенциональную направленность.

Рассмотрим более детально структурные и интенциональные особенности данного типа текста.

### 1. Трехчастная структура

Изучение английского текстотипа предвыборной агитационной речи позволяет нам сделать вывод о том, что экземпляры данного текста обычно состоят из трех взаимосвязанных структурных элементов:

1) приветствие и/или благодарность и/или выражение радости от выступления перед конкретной аудиторией, обращенные к массовому реципиенту (назовем данный элемент аттрактивно-экспрессивным, так как, во-первых, данный структурный элемент речи призван привлечь внимание к оратору; во-вторых, по классификации Джона Серля подобные речевые акты относятся к классу экспрессивов). Например:

a) *Mr. Chairman, Ladies and Gentlemen, bonedigion and bondigesau,*

*It is particular pleasure to be addressing you today* as we celebrate having Welsh Conservative Members of Parliament for the first time in a decade.

(David Davies: Conservatives are united and confident,  
<http://www.conservatives.com>)

b) Conference, *it is a privilege to be here with you today in Oban.*

Can I begin by thanking you for the support and unity you have shown since I became leader.

(Ed Miliband: Speech to Scottish Labour Party Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

c) *It is a great pleasure to be here today*, the day after the Welsh people voted decisively for change.

(Nick Clegg: Speech to Welsh Liberal Democrat Conference,  
<http://www.libdems.org.uk>)

d) *I'd like to thank the Green Alliance for their kind invitation to speak here today.*

*It is my opportunity to thank Stephen Hale and everyone at the Green Alliance* for your tireless campaigning and advocacy on environmental issues.

I think it's apt that this event on climate change should be held here at the Royal Society of Medicine.

After all, this Royal Society was founded during the intellectual ferment of the Enlightenment, as men and women came together to apply rational analysis to all spheres of human activity.

(George Osborne: Speech to the Green Alliance,  
<http://www.conservatives.com>)

e) Thank you for the kind invitation to speak to you. The fact that you have invited me I take as a challenge to demonstrate that the Liberal Democrats see the environment in holistic terms: not as a separate set of concerns but connected to mainstream economic policy.

(Vince Cable: Speech to the Alliance,

2) основная часть текстотипа, представляющая собой набор микротекстов, состоящих из речевых актов, реализующих различные компоненты интенций открытого типа, а также компоненты собственно манипулятивной интенции, представляющей собой доминирующую интенцию текстотипа предвыборной агитационной речи (особенности реализации данных компонентов описаны нами в предыдущих главах).

Важной особенностью (в том числе и для реализации манипулятивных компонентов интенции) является темпоральная организация основной части текстотипа предвыборной агитационной речи. Оппозиция «оппонент – производитель» и связанные с этим интенции диктуют определенные условия темпорального оформления микротекстов, формирующих основную часть исследуемого текстотипа, так как помимо доминирующих интенций открытого типа (промиссивной, ассертивной и директивно-апеллятивной), данные микротексты имеют дополнительный интенциональный смысл – прогностический (футуральная ориентация) и констатирующий (ретроспективная ориентация). Футурально ориентированные микротексты прогнозируют ситуацию в альтернативе: массовому реципиенту обрисовывается будущее при оппоненте и будущее при производителе с соответствующими характеристиками. Ретроспективно ориентированные микротексты позволяют производителю провести анализ деятельности оппонента в негативном ключе. При этом в обоих видах микротекстов используются соответствующие темпоральные маркеры, среди которых можно отметить:

- глаголы во времени *Future Simple*, *Future Perfect* (подчеркивает обязательность совершения действия), глаголы в сочетании с *to be going to*, например:

a) And here's what *we'll do*. If you elect us on Thursday, the action starts on Friday. Here is a timetable of eight specific tasks that will be my personal priorities.

First, on 9th May 2005 *we will set out* our plans to prevent police officers having to fill in a form every time they stop a job in the street.

Second, by 6th June 2005 *we will have signed up* hospitals to put matron in charge of delivering cleaner hospitals.

Third, by 6th June 2005 *we will have set* in train a new 24-hour surveillance scheme to secure our borders. By 6th April 2006 we will make sure that all 35 major British ports of entry will be operating under the scheme...

(Michael Howard: It's not about talking and promising. It's about doing and delivering!, <http://www.conservativefuture.com>)

b) You *will have read* about our Pupil Passports. The Passport is designed to help standards in maintained schools improve and to give greater opportunity to parents and children, particularly in more difficult areas.

(Tim Yeo: Getting the best for every child, <http://www.conservatives.com>)

c) I'll be straight with you. There is no easy solution. There isn't a serious economist in the world who agrees with the Conservatives that, right in the grip of recession, with two and a half million unemployed, we should pull the rug out from under the economy with immediate spending cuts. But, once the economy recovers, *we are going* to have to control spending tightly for many years to come.

(Nick Clegg: speech to Autumn Conference, <http://www.libdems.org.uk>)

- лексемы, предполагающие отнесение события или действия к будущему (*predict, forecast, foretell* и т.п.):

a) We also see today that the IMF has produced new growth *forecasts* for the world that show that Britain is set to be in recession for longer than any other major economic area.

Indeed they *predict* that the British economy will be only major economy contracting next year, 2010, when the economies of America, the eurozone and Japan are all forecast to be growing again by then.

(George Osborne: Labour's recession initiatives are not working,  
<http://www.conservatives.com>)

- соответствующие лексемы-номинанты (например, *future*):

a) Because I fight every minute of every day not for my *future* but the *future* of Britain's hard working families.

(Gordon Brown: Fighting for your future,  
<http://www.labour.org.uk>)

- фразы с временным значением или указание временного промежутка:

a) On Monday this week, by passing the Zero Carbon Britain motion, we have committed to a *transport future by 2050 that means:*

High Speed Rail - journeys between cities in Britain and to the Continent will be by train rather than air

Zero Carbon for road transport – ending our dependency on oil – cars and other vehicles will run on bio-fuels, hydrogen or green electricity.

Green Freight – freight will shift to new dedicated rail lines and waterways, with much less dependence on roads.

Decent Public Transport - local rail, trams, buses - walking and cycling will meet the standards of the best in Continental Europe.

(Susan Kramer: Speech in Brighton,  
<http://www.libdems.org.uk>)

Основным средством реализации ретроспективного плана текстотипа предвыборной агитационной речи являются времена группы Past, например:

a) For a decade the whole world *enjoyed* the good times - and nowhere was the boom greater than here in Britain.

*We borrowed and borrowed* as if the party would never end.

Banks *did*. Businesses *did*. Families *did*. And so *did* this government.

And then like any party that goes on too long, things *got out of hand*.  
British households *borrowed* more than any in Europe.  
British house prices *rose* faster than in America.  
Britain's budget deficit *grew* larger than any in the developed world.  
And instead of trying to rein in the boom, Gordon Brown *led* by example.  
Think you're borrowing too much?  
Don't worry, Gordon Brown *said*, your government is borrowing even more.  
Want to hide your bank's debts off your balance sheet?  
Don't worry, Gordon Brown *said*, your government has hidden billions of  
PFI debts where the public can't find them.  
Want to spend, spend, spend and not worry about who's going to pick up the  
bill?  
Go ahead, Gordon Brown *said*, because that is exactly what your  
government is doing too.  
So we *racked up* more than a trillion pounds of mortgages and credit card  
bills and households debts and the government never *stopped* to think what would  
happen if the credit *dried up*.

George Osborne: We have work to do and a future to build,  
<http://www.conservatives.com>)

3) Финальная часть текстотипа предвыборной агитационной речи  
обычно носит директивно-апеллятивный характер и содержит косвенные или  
прямые призывы выбрать партию продуцента, а также благодарность  
аудитории за проявленное внимание. Например:

a) Labour's fight back has begun.

We are ready for the fight.

Let's fight for the people we came into politics to serve.

Let's stand up for Scotland.

Let's fight to win.

Thank you.

(Ed Miliband: Speech to Scottish Labour Party Conference,  
<http://www.labour.org.uk>)

Результаты анализа особенностей взаимодействия языковых и речеактовых уровней британского предвыборного агитационного дискурса при реализации продуцентом манипулятивного воздействия могут быть представлены в виде следующей сводной Таблицы №1:

РЕЧЕВОЙ АКТ	ЯЗЫКОВОЙ УРОВЕНЬ				
	Ф	М	Л	С	МТ
Реитеративный РА	+	+	+	+	+
Эмпатический РА			+	+	+
Комический РА	+		+	+	+
РА, актуализирующий ММ «инстинкт»			+	+	+
РА, актуализирующий ММ «базовая эмоция»			+	+	+
РА, актуализирующий ММ «образы экстерорецептивных ощущений»		+	+	+	+
РА, актуализирующий ММ «образы интерорецептивных ощущений»		+	+	+	+
РА, актуализирующий ММ «образы проприорецептивных ощущений»		+	+	+	+
РА, актуализирующий ММ «темпоральное восприятие»		+	+	+	+
РА, актуализирующий ММ «спациальное восприятие»		+	+	+	+
РА, актуализирующий ММ «кинестетическое восприятие»		+	+	+	+
РА, актуализирующий ММ «порог доступности»			+	+	+
РА, актуализирующий ММ «принцип целесообразности»			+	+	+
РА, актуализирующий ММ «бинаризм мышления и оценки»		+	+	+	+
РА, актуализирующий ММ «феномен ожидания осуществления социального идеала»			+	+	+
РА, актуализирующий ММ «ключевое действие жанра»			+	+	+
РА, актуализирующий ММ «продуцент и его партия»		+	+	+	+



РА, актуализирующий ММ «оппонент и его партия»		+	+	+	+
РА, актуализирующий ММ «традиционная промиссивность сообщения»			+	+	+
РА, актуализирующий ММ «конечная цель продуцента»			+	+	+

## Выводы по Главе 5

Реализация манипулятивной интенции продуцента в предвыборном агитационном дискурсе имеет свои особенности, связанные с актуализацией определенных мишеней манипуляции средствами различных уровней языка. В этом аспекте изучение текстотипа предвыборной агитационной речи британских политиков позволяет нам сделать следующие выводы:

На фонетическом уровне продуценты предвыборных агитационных речей используют такие манипулятивные средства, как интонационное выделение (в фиксированном варианте графон), ассонансный и аллитерационный повторы, а также паронимическую аттракцию. Фонетические повторы и интонационные выделения используются для актуализации этофизиологической мишени манипуляции «филогенетическая память о ритуализации, а также для усиления эффекта от актуализации других мишеней манипуляции. Паронимическая аттракция актуализирует этофизиологическую мишень манипуляции «смех».

На морфологическом уровне текстотипа предвыборной агитационной речи с помощью морфем актуализируются такие мишени манипуляции массовым реципиентом, как «филогенетическая память о ритуализации» (морфемный повтор), «бинаризм мышления и оценки», а также жанрово обусловленная мишень-аттитуд «оппонент и его группа (партия).

Лексический уровень языка представляет широкий выбор средств актуализации практически всех мишеней манипуляции посредством лексем-номинантов и лексем-ассоциантов, а также лексемных повторов.

На синтаксическом уровне текстотипа предвыборной агитационной речи среди наиболее частотных средств с высоким манипулятивным потенциалом можно отметить метафору-словосочетание, выступающую в роли ассоцианта, фразеологические обороты-ассоцианты, риторические вопросы, простые предложения и повторы внутри предложения. Набор

мишеней манипуляции массовым реципиентом, актуализируемый с помощью данных синтаксических средств, достаточно широк и охватывает все уровни мишеней манипуляции предложенной нами классификации.

Тексты предвыборных агитационных речей британских политиков могут быть отнесены к особому типу текста, имеющему свои характерные структурно-интенциональные особенности, а также особенности темпоральной организации, связанные с реализацией доминирующих интенций продуцента. Текстотип предвыборной агитационной имеет трехчастную структуру: аттрактивно-экспрессивную часть, представленную приветствием и благодарностями; основную часть, содержащую микротексты, актуализирующие различные мишени манипуляции массовым реципиентом, а также финальную, директивно-апеллятивную часть, содержащую прямой или косвенный призыв выбрать партию продуцента на предстоящих выборах.

При отсутствии строгих корреляций между средством определенного языкового уровня и реализации данного средства в определенном речевом акте, все же прослеживаются некоторые закономерности использования выявленных нами средств в их речеактовой реализации. Так, языковые средства фонетического уровня, среди которых мы обозначили интонационные выделения (в фиксированном варианте речи представленные графонами), паронимическую аттракцию и фонетические повторы (ассонанс и аллитерацию) используются продуцентами предвыборных манипулятивных сообщений только в реитеративных и комических речевых актах. Средства морфологического уровня также не предполагают универсального использования, так как не встречаются в эмпатических речевых актах, комических речевых актах, и речевых актах, актуализирующих такие мишени манипуляции массовым реципиентом, как «инстинкт», «базовая эмоция», «порог доступности», «принцип целесообразности», «феномен ожидания осуществления социального

идеала», «ключевое действие жанра», «традиционная промиссивность сообщения» и «конечная цель продуцента». Языковые средства лексического, синтаксического и микротекстового уровней являются универсальными и реализуются в манипулятивных речевых актах всех выделенных нами типов (см. Таблицу № 1).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В качестве цели настоящего исследования мы обозначили выявление и анализ особенностей функционирования средств реализации манипулятивной интенции в предвыборном агитационном дискурсе, формируемой в системе взаимодействия языковых и речеактовых уровней, а также описание данной системы как лингвистического феномена. При этом при изучении феномена речевой манипуляции в предвыборном агитационном дискурсе мы исходили из понимания речевого манипулирования как интенционального процесса, направленного на изменение системы установок массового реципиента, что, в свою очередь, обусловило выбор нового, системно-реципиентоцентрического, подхода к изучению феномена речевой манипуляции. Использование данного подхода позволило нам выявить систему средств речевой манипуляции в предвыборном агитационном дискурсе Великобритании через выявление системы мишеней манипуляции массовым реципиентом, а также проанализировать особенности взаимодействия элементов данной системы на речеактовом и языковом уровнях.

В нашем исследовании мы уточнили место речевой манипуляции в предвыборном агитационном дискурсе Великобритании в общей системе процессов воздействия на массового реципиента, определив его как процесс убеждения, по типу воздействия находящийся между внушением, сопровождающимся полным отсутствием критического осмысления получаемой реципиентом информации, и доказыванием, осуществляющемся при полном критическом осмыслении информации. При этом подобное понимание сути процесса манипулятивного воздействия было обусловлено тем фактом, что неконтролируемые и плохо контролируемые реакции массового реципиента, используемые в качестве мишеней манипуляции,

могут относиться не только к эмоциональной сфере, как до этого полагали, некоторые ученые, но и к сфере логики и сознания.

Данное толкование сути процесса речевого манипулирования, а также изучение результатов соответствующих исследований в области этологии, философии и психологии массового реципиента позволило нам составить универсальный портрет массового реципиента как объекта манипулятивного воздействия, состоящий из мишеней трех уровней, отвечающих условиям универсальности (предполагает тождественность реакции на актуализируемую мишень манипуляции) и коллективности (предполагает наличие мишени у всех представителей массового реципиента), которые мы обозначили как:

- этофизиологический уровень, связанный с этологией и физиологией человека и представлен феноменами, имеющими биологическую природу: инстинктивными программами и их производными (филогенетическая память о ритуализации, эмпатия, смех), базовыми эмоциями, особенностями физиологического восприятия человека, особенностями темпорального, спациального и кинестетического восприятия человека;

- социально-эволюционный уровень, включающий мишени манипуляции, представляющие собой свойства массового сознания массового реципиента: порог доступности, принцип целесообразности, бинаризм мышления и оценки и феномен ожидания осуществления социального идеала;

- жанрово обусловленный уровень, (обусловленный собственно жанром предвыборной речи), содержащий мишени манипуляции массовым реципиентом, которые отражают основные действия и отношения, возникающие при погружении в фактическую ситуацию жанра, а именно, процесс выборов и подготовки к ним: мишень-акция «голосование», мишень-аттитуд «оппонент и его партия», мишень-аттитуд «продуцент и его партия»,

мишень-аттитуд «традиционная промиссивность сообщения», мишень-аттитуд «конечная цель продуцента».

На основании системы выявленных мишеней манипуляции массовым реципиентом в предвыборном агитационном дискурсе Великобритании при условии соблюдения обозначенного нами системно-реципиентоцентрического подхода мы создали многоуровневую модель манипулятивного намерения англоязычного продуцента соответствующих сообщений в британском предвыборном агитационном дискурсе. Данная модель включает следующие взаимодействующие уровни:

- интенцию актуализации этофизиологических мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАЭМ);
- интенцию актуализации социально-эволюционных мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАСЭМ);
- интенцию актуализации жанрово обусловленных мишеней манипуляции массовым реципиентом (ИАЖОМ);
- интенцию формирования ассоциативных связей по типу оппозиции «мы – положительные эмоции, возможность удовлетворения инстинктов и потребностей, приятные ощущения» и «они – отрицательные эмоции, невозможность удовлетворения инстинктов и потребностей, неприятные ощущения». При этом на основании анализа английских предвыборных агитационных речей, которые мы считаем прототипическими манипулятивными сообщениями, функционирующими в пределах исследуемого дискурса, мы сделали вывод, что каждый из этих компонентов общей манипулятивной интенции продуцента имеет свои средства реализации на поверхностном речеактовом уровне.

В ходе исследования было доказано, что основной особенностью речеактового взаимодействия в процессе речевого манипулирования в предвыборном агитационном дискурсе Великобритании является его двусторонний характер. С одной стороны, процесс речевого

манипулирования в предвыборном агитационном дискурсе Великобритании происходит на уровне взаимодействия речевых актов с интенцией, предназначенной для распознавания (интенцией открытого типа – ассертивной, промиссивной, директивной и т.п.) и речевых актов с интенцией скрытого типа (собственно манипулятивной интенцией). С другой стороны, данный процесс происходит на уровне взаимодействия речеактовых компонентов манипулятивного речевого акта, представляющего собой сложное, многоуровневое образование интенций скрытого типа. Для описания особенностей взаимодействия речевых актов с интенцией открытого и скрытого типов мы создали также модель речевого акта с интенцией открытого типа, состоящую из информативного компонента, представленного пропозиционной частью; собственно коммуникативного компонента, представленного перформативной формулой из числа имеющихся в английском языке или комментарием, а также персуазивного компонента, также представленного соответствующими средствами английского языка. При этом анализ британского текстотипа предвыборной агитационной речи показал, что доминирующим речевым актом с интенцией открытого типа в данных сообщениях является промиссивный речевой акт.

Кроме того, в ходе работы было выяснено, что процесс реализации манипулятивной интенции в британском предвыборном агитационном дискурсе как последовательности соответствующих речевых актов, является сложным и с точки зрения достижения планируемых перлокутивных эффектов продуцента: при осуществлении манипулятивного воздействия продуцент английской предвыборной агитационной речи формирует два типа взаимосвязанных и взаимозависимых перлокутивных эффектов:

- контактный перлокутивный эффект, направленный на достижение результата актуализации какой-либо из выявленных нами мишеней манипуляции массовым реципиентом в британском предвыборном агитационном дискурсе;



- дистантный перлокутивный эффект, обусловленный основной целью английского текстотипа предвыборной агитационной речи, - получением голосов как можно большего числа представителей массового реципиента на выборах. Учитывая сложный характер планируемого перлокутивного эффекта продуцента исследуемого текстотипа, обусловленный его основной коммуникативной целью, мы обозначили особую единицу реализации манипулятивного воздействия, входящую в состав текстотипа британской предвыборной агитационной речи, которую мы предлагаем назвать микротекстом. Данная единица представляет собой один или несколько речевых актов, направленных на достижение одного доминирующего контактного перлокутивного эффекта продуцента.

Что касается собственно языковых актуализаторов различных компонентов общей манипулятивной интенции англоязычных продуцентов предвыборной агитационной речи, о в процессе исследования мы выяви следующие их типы:

- актуализатор-номинант, чаще всего представляющий собой ключевую лексику сообщения, номинирующую какой-либо из контактных планируемых эффектов его продуцента;

- актуализатор-ассоциант, представляющий собой языковой знак, обозначающий явление, ассоциирующееся с каким-либо из контактных планируемых эффектов продуцента манипулятивного сообщения;

-актуализатор-парадокс, чаще всего представленный комическими речевыми актами, поостренными на несоответствии экзогенных и эндогенных характеристик какого-либо объекта, лица или явления, за счет чего достигается контактный перлокутивный эффект смеха.

В процессе исследования были проанализированы особенности варьирования манипулятивных речевых актов, формирующих систему средств речевой манипуляции в британском предвыборном агитационном дискурсе, по трем основным критериям:

- по количеству реализуемых компонентов общей манипулятивной интенции (манипулятивные речевые акты с полной реализацией компонентов манипулятивной интенции и манипулятивные речевые акты с их неполной реализацией);

- по типу актуализируемой мишени манипуляции (манипулятивные речевые акты, актуализирующие этофизиологические мишени манипуляции массовым реципиентом: инстинкты, базовые эмоции, особенности экстерорецепции, интерорецепции и проприорецепции, особенности восприятия времени, пространства и движения, эмпатия, филогенетическая память о ритуализации, смех; речевые акты, актуализирующие социально-эволюционные мишени манипуляции массовым реципиентом: порог доступности, принцип целесообразности, бинаризм мышления и оценки, феномен ожидания осуществления социального идеала; речевые акты, актуализирующие жанрово обусловленные мишени манипуляции массовым реципиентом: мишень-акция «голосование», мишени-аттитуды «продуцент и его партия», «оппонент и его партия», «традиционная промиссивность сообщения», «конечная цель продуцента сообщения»);

- по типу знака-актуализатора (номинантные манипулятивные речевые акты (используется актуализатор-номинант), ассоциантные манипулятивные речевые акты (используется актуализатор-ассоциант), парадоксные манипулятивные речевые акты (используется актуализатор-парадокс). При этом мы выяснили, что существуют смешанные (полифункциональные) манипулятивные речевые акты, которые могут быть отнесены к нескольким подгруппам по одному классификационному признаку, так как актуализируют несколько мишеней разных уровней или содержат различные знаки-актуализаторы.

Кроме того, как показали результаты исследования, существуют особые виды речевых актов, нацеленных на реализацию специфических компонентов манипулятивной интенции экофизиологического уровня, что

связано с актуализацией особой группы мишеней, среди которых мы обозначили филогенетическую память о ритуализации (реитеративные речевые акты), эмпатию (эмпатические речевые акты) и смех (комические речевые акты).

Особый интерес для нашего исследования представил такой полифункциональный актуализатор-ассоциант, как метафора. В процессе работы с речевыми актами, содержащими данный актуализатор, мы пришли к выводу, что основная мишень, на которую направлено его действие - это мишень социально-эволюционной группы «порог доступности», так как метафора предоставляет массовому реципиенту готовый образ, доступный для восприятия. При этом в английском текстотипе предвыборной агитационной речи чаще всего используются катаклические, технические, военные, бытовые, этноспецифические, соматические, зооморфные, фитонимические метафоры, а также метафоры пути и движения.

Для получения полной картины системы средств лингвистической манипуляции в англоязычном предвыборном дискурсе британских политиков был выполнен анализ прагматического потенциала уровней языка в аспекте обеспечения процесса манипулятивного воздействия необходимыми манипулятивными единицами. При этом для выполнения подобного анализа нами были обозначены следующие языковые уровни: фонетический, морфологический, лексический, синтаксический (уровень словосочетания и предложения), микротекстовый (уровень комплекса речевых актов, объединенных общим интенциональным смыслом, выходящий за рамки предложения), уровень текстотипа предвыборной агитационной речи. Результаты данного анализа показали, что при отсутствии строгих корреляций между средством определенного языкового уровня и реализации данного средства в определенном речевом акте, все же прослеживаются некоторые закономерности использования выявленных нами средств в их речеактовой реализации. Так, языковые средства фонетического уровня,

серди которых мы обозначили интонационные выделения (в фиксированном варианте речи представленные графонами), паронимическую аттракцию и фонетические повторы (ассонанс и аллитерацию) используются продуцентами предвыборных манипулятивных сообщений только в реитеративных и комических речевых актах. Средства морфологического уровня также не предполагают универсального использования, так как не встречаются в эмпатических речевых актах, комических речевых актах, и речевых актах, актуализирующих такие мишени манипуляции массовым реципиентом, как «инстинкт», «базовая эмоция», «порог доступности», «принцип целесообразности», «феномен ожидания осуществления социального идеала», «ключевое действие жанра», «традиционная промиссивность сообщения» и «конечная цель продуцента». Языковые средства лексического, синтаксического и микротекстового уровней являются универсальными и реализуются в манипулятивных речевых актах всех выделенных нами типов.

На основе сказанного выше мы считаем возможным утверждать, что основная цель данного исследования – анализ системы средств речевой манипуляции в британском предвыборном агитационном дискурсе – была достигнута.

Многоплановый характер исследуемой проблемы позволяет нам обозначить следующие перспективы для ее дальнейшего изучения:

- продолжение исследования каждого из выявленных нами уровней модели собственно манипулятивной интенции за счет возможного расширения списка этофизиологических мишеней (правила племенной морали, трансформировавшиеся в ценности, открытые и закрытые инстинктивные программы, феномен «псевдовидообразования»);

- продолжение исследования взаимодействия языкового и речеактового уровней британского предвыборного агитационного дискурса;

- формирование политической лингвоэтологии как особой отрасли научного знания.

Мы не склонны утверждать, что в данном исследовании решены все задачи, связанные с изучением феномена речевого манипулирования в предвыборном агитационном дискурсе Великобритании, стоящие перед современными исследователями-лингвистами. Однако, возможно, результаты данного исследования могут способствовать их дальнейшей разработке и решению.

## БИБЛИОГРАФИЯ

*Теоретические источники по проблеме исследования:*

*Амиров, В.М.* Агитационный предвыборный сверхтекст: Организация содержания и стратегии реализации [Текст]: Дис. ... канд. филол. наук / В.М. Амиров. – Екатеринбург, 2002. – 227 с.

*Андреев, О.А., Хромов Л.Н.* Техника быстрого чтения [Текст] / О.А. Андреев, Л.Н. Хромов. – Москва: Просвещение, 1991. – 160 с.

*Анохин, П.К.* Эмоции. [Текст] / П.К. Анохин. – БМЭ, 2-е изд., 1964. – т.35. – с.339-367.

Антология мировой философии, т.1, ч.2. – М.: Мысль, 1969. – 357 с.

*Антонова, А.В.* Средства выражения промиссивной интенции в английском языке [Текст] / А.В. Антонова. – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2007. – 119 с.

*Апресян, Ю.Д.* Перформативы в грамматике и словаре [Текст] / Ю.Д. Апресян // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз., 1986. – т.45, № 3. – с.208-223.

*Арутюнова, Н.Д.* Истоки, проблемы, категории прагматики [Текст] / Н.Д. Арутюнова // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс. 1985. – Вып. 16. – с.3-43.

*Арутюнова, Н.Д.* Предложение и его смысл (логико-семантические проблемы). Изд. 2-е, стереотипное [Текст] / Н.Д. Арутюнова. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 384 с.

*Арутюнова, Н.Д.* Пропозиция [Текст] / Н.Д. Арутюнова // Большой энциклопедический словарь "Языкознание". – М.: Большая российская энциклопедия, 2000. – 688 с.

*Афанасенко, Е.В.* Семантический повтор в политическом дискурсе (на материале русского и английского языков) [Текст]: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Е.В. Афанасенко. – Саратов, 2006. – 18 с.

*Базылев, В.Н.* К изучению политического дискурса в России и российского политического дискурса [Текст] / В.Н. Базылев // Политический дискурс в России – 2: Материалы раб. совещ. – М.: Диалог – МГУ, 1998. – с.6-8.

*Баранов, А.Н., Казакевич, Е.Г.* Парламентские дебаты: традиции и новации. Советский политический язык (от ритуала к метафоре) [Текст] / А.Н. Баранов, Е.Г. Казакевич – М.: Знание, 1991. – 42 с.

*Беляева, И.В.* Феномен речевой манипуляции: лингвоюридические аспекты [Текст]: автореф. дисс. ... докт. филол. наук / И.В. Беляева. – Ростов-на-Дону, 2009. – 40 с.

*Бенвенист, Э.* Общая лингвистика [Текст] / Э. Бенвенист. – М.: Прогресс, 1974. – 448 с.

*Блох, М.Я.* Диктема в уровневой структуре языка [Текст] / М.Я. Блох // Вопросы языкознания. – М.: Наука, 2000. – № 4. – с. 56-67.

*Богданов, В.В.* Классификация речевых актов [Текст] / В.В. Богданов // Личностные аспекты языкового общения (межвузовский сборник научных трудов. – Калинин, 1989. – с.25-37.

*Брудный, А.А.* Понимание и общение [Текст]: Монография / А.А. Брудный. – М.: «Знание», 1989. – 390 с.

*Вендлер, З.* Иллокутивное самоубийство [Текст] / З. Вендлер // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16. – с.241–247.

*Вилюнас, В.К.* Психологические механизмы мотивации человека [Текст] / В.К. Вилюнас. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 288 с.

*Водак, Р.* Язык. Дискурс. Политика [Текст] / Р. Водак. – Волгоград: Перемена, 1997. – 139 с.

*Водоватова, Т.Е.* Инференциальный смысл высказывания с пониженной и повышенной информационной емкостью [Текст]: автореф. дисс. ... докт. филол. наук / Т.Е. Водоватова. – Волгоград, 2007. – 41с.

*Ворожцова, О.А.* Прецедентные феномены в российском и американском предвыборном президентском дискурсе 2004 года [Текст] / О.А. Ворожцова // Политическая лингвистика. – Вып. 3(23). – Екатеринбург, 2007. – с.69-73.

*Выготский Л.С.* Мышление и речь [Текст] / Л.С. Выготский // Выготский Л.С. Избранные психологические исследования. – М.: Изд-во Академии пед. наук РСФСР, 1956. – 519 с.

*Гайкова, О.В.* Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации (на материале английского языка) [Текст]: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / О.В. Гайкова. – Волгоград, 2003. – 19 с.

*Головинская, М.Я.* Русские речевые акты со значением ментального воздействия [Текст] / М.Я. Головинская // Логический анализ языка. Ментальные действия. – М.: Наука, 1993. – с.123-130.

*Грачев, Г.В., Мельник, И.К.* Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия [Текст] / Г.В. Грачев, И.К. Мельник. – М.: Институт философии РАН, 1999. – 235 с.

*Грушин, Б. А.* Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования [Текст] / Б.А. Грушин. – М.: Политиздат, 1987. – 368 с.

*Дарвин, Ч.* Происхождение видов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.erlib.com>

*Дейк, Т.А. ван.* К определению дискурса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nsu.ru/psych/iternet/bits/vandijk2.htm>

*Дейк, Т. А. ван.* Язык. Познание. Коммуникация [Текст] / Т. А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 307 с.

*Демин, М.В.* Природа деятельности [Текст] / М.В. Демин. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1984. – 169 с.



*Демьянков, В.З.* Политический дискурс как предмет политологической филологии [Текст] / В.З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. – М., 2002. – № 3. – с.32-43.

*Денисюк, Е.В.* Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект [Текст]: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Е.В. Денисюк. – Екатеринбург, 2004. – 23 с.

*Дмитриев, А.В.* Социология юмора: Очерки [Текст] / А.В. Дмитриев. – М., 1996. – 214 с.

*Доценко, Е.Л.* Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.koob.ru/docenko\\_e/psihologia\\_manipulacii](http://www.koob.ru/docenko_e/psihologia_manipulacii)

*Дьяконов, И.М.* Архаические мифы Востока и Запада [Текст] / И.М. Дьяконов. – М.: Наука, 1990. – 246 с.

*Екклесиаст.* Книга Екклесиаста [5:4] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravoslavie.uz/Bible/Bible/ekkl.html>

*Емельянов, В.В.* Ритуал в Древней Месопотамии. Дьяконов, И.М. Архаические мифы Востока и Запада [Текст] / В.В. Емельянов. – СПб.: Азбука-классика; Петербургское востоковедение, 2003. – 342 с.

*Здравомыслов, А.Г.* Массовое сознание в фокусе идеологической борьбы. Научный диалог [Текст] / А.Г. Здравомыслов // Проблемы мира и социализма. – № 11. – Л., 1980. – с.79-84.

*Зернецкий, П.В.* Единицы речевой деятельности в диалогическом дискурсе [Текст] / П.В. Зернецкий // Языковое общение: единицы и регулятивы / Отв. редактор И.П. Сусов. – Калинин, 1987. – с.89-95.

*Иванов, В.В.* Лингвистика третьего тысячелетия: Вопросы к будущему [Текст] / В.В. Иванов. – М., 2004. – 208 с.

*Иванова, Ю.М.* Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов [Текст]: дисс. ... канд. филол. наук / Ю.М. Иванова. – Волгоград, 2003. – 138 с.

*Изард, К.Э.* Психология эмоций [Текст] / К.Э. Изард. – СПб.: ПИТЕР, 2009. – 464 с.

*Иссерс, О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 3-е, стереотипное [Текст]: монография / О.С. Иссерс. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 284 с.

*Иссерс, О.С.* «Посмотрите, на кого он похож!» [Текст] / О.С. Иссерс // Вестник Омского университета, 1997. № 3. – с.81-84.

*Иссерс, О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст]: Монография / О.С. Иссерс. – Омск: Омск. Гос. Ун-т, 1999. – 258 с.

*Иссерс, О.С.* Коммуникативный успех как прогнозируемая категория [Текст] / О.С. Иссерс // Культурно-речевая ситуация в современной России. / Под ред. Н.А. Купиной. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000. – 379с.

*Иссерс, О.С.* Паша – «Мерседес», или речевая стратегия дискредитации [Текст] / О.С. Иссерс // Вестник Омского университета. – 1997, Вып. 2. – с.51-54.

*Кара-Мурза, С.Г.* Манипуляция сознанием [Текст] / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Эксмо, 2006. – 832 с.

*Карасик, В.И.* Лингвистика текста и анализ дискурса [Текст] / В.И. Карасик. – Архангельск-Волгоград: Перемена, 1994. – 36 с.

*Карасик, В.И.* Язык социального статуса [Текст] / В.И. Карасик. – М.: Ин-т языкозн. РАН; ВГПУ, 1992. – 330 с.

*Карасик, В.И.* Речевая индикация социального статуса человека [Текст] / В.И. Карасик // Эссе о социальной власти языка. – Воронеж, 2001. – с.36-57.

*Карпушкина, Е.Е.* Прагматическая характеристика речевых ходов в англоязычном диалоге [Текст] / Е.Е. Карпушкина // Коммуникативные аспекты языка: процессы и единицы. Межвузовский сборник научных трудов. – Ленинград, 1991. – с.46-54.

*Киуру, К.В.* Номинация как манипулятивный прием в политическом дискурсе [Текст] / К.В. Киуру // Профессиональная риторика: Проблемы и перспективы. – Воронеж, 2001. – 75 с.

*Козинцев, А.Г.* Человек и смех [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.krotov.info/lib\\_sec/11\\_k/koz/inzev\\_04.htm](http://www.krotov.info/lib_sec/11_k/koz/inzev_04.htm)

*Кобозева, И.М.* Теория речевых актов как один из вариантов теории речевой деятельности [Текст] / И.М. Кобозева // Новое в зарубежной лингвистике. - М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – с.7-21.

*Кобозева, И.М.* К распознаванию интенционального компонента смысла высказывания (теоретические предпосылки) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2003/Kobozeva.htm>

*Копнина, Г.А.* Речевое манипулирование: учеб. пособие. – 2-е издание [Текст] / Г.А. Копнина. – М.: Флинта, 2008. – 176 с.

*Костина, Н.А.; Чернышова, И.Б.* Теория речевых актов в философском и лингвистическом аспектах [Текст] / Н.А. Костина, И.Б. Чернышова / Гос. ком. СССР по нар. образованию. Харьк. гос. ун-т им. А.М. Горького. – Харьков, 1989. – 18 с.

*Кострова, О.А.* Экспрессивный синтаксис современного немецкого языка [Текст] / О.А. Кострова. – М: Флинта, Наука, 2004. – 240 с.

*Кошелев, А.Д.* О природе комического и функции смеха [Текст] / А.Д. Кошелев // Язык в движении. К 70-летию Л.П. Крысина. – М., 2007. – с.277-326.

*Кочкин, М.Ю.* Политический скандал как лингвокультурный феномен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://dibase.ru/article/05042010\\_kochkinmihailjurevich\\_1404/16](http://dibase.ru/article/05042010_kochkinmihailjurevich_1404/16)

*Кропоткин, П.А.* Взаимопомощь как фактор эволюции [Текст] / П.А. Кропоткин. – М.: Самообразование, 2007. – 240 с.

*Кубрякова, Е.С.* Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) [Текст] / Е.С. Кубрякова // Язык и наука конца XX века. – М.: Рос. Гуманит. Ун-т, 1995. – с.144-238.

*Кузьмина, А.А.* Языковые приемы манипуляции в текстах политической рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iconf.vgi.volsu.ru/index.php?option>

*Лебединский, М.С., Мясищев, В.Н.* Введение в медицинскую психологию [Текст] / М.С. Лебединский, В.Н. Мясищев. – Л.: Медицина, 1966. – 430 с.

*Лено, Л.* Сила музыки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.otkrovenie.de/beta/xml/other/cilaMyziki.xml/3>

*Леонтьев, В.О.* Классификация эмоций [Текст] / В.О. Леонтьев. – Одесса: Изд-во Инновационно-ипотечного центра, 2002. – 235 с.

*Лоренц, К.* Так называемое зло. К естественной теории агрессии [Текст] / К. Лоренц // Обратная сторона зеркала. – М.: Республика, 1998. – с.62-242.

*Львов, М.Р.* Риторика. Культура речи [Текст] / М.Р. Львов. – М.: Издательский центр "Академия", 2002. – 272 с.

*Макаров, М.Л.* Интерпретативный анализ дискурса в малой группе [Текст] / М.Л. Макаров. – Тверь, 1998. – 200 с.

*Макаров, М.Л.* Метакоммуникативные единицы регламентного общения [Текст] / М.Л. Макаров // Языковое общение и его единицы. – Калинин: КГУ, 1986. – с.66-71.

*Макаров, М.Л.* Социально-дейктическое измерение стиля [Текст] / М.Л. Макаров // Языковое общение: процессы и единицы. Межвуз. сб. науч. трудов / Калининский гос. ун-т – Калинин, 1988. – с.76-81.

*Макаров, М.Л.* Этикетные и регламентные свойства обращений [Текст] / М.Л. Макаров // Прагматические и семантические аспекты синтаксиса. – Калинин: КГУ, 1985. – с.111-121.

*Макаров, М.Л.* Динамика социальных представлений в дискурсе [Текст] / М.Л. Макаров // Языковые подсистемы: стабильность и движение: Сб. науч. тр. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2001. – с.64-71.

*Маклаков, А.Г.* Общая психология [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/makl/13.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/makl/13.php)

*Мамушкина, С.Ю.* Семантика и прагматика междометий в современном английском языке [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук / С.Ю. Мамушкина. – Самара, 2003. – 20 с.

*Марков, А.В.* Эволюция кооперации и альтруизма: от бактерий до человека: расширенная версия доклада на IV Международной конференции "Биология: от молекулы до биосферы" (15.12.2009) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evolbiol.ru/altruism.htm>

*Маслов, Е.С.* Ожидание осуществления социального идеала как феномен массового сознания [Текст]: автореф. дисс. ... канд. филос. наук / Е.С. Маслов. – Казань, 2003. – 24 с.

*Медведева, Л.М.* О типах речевых актов [Текст] / Л.М. Медведева // Человек и речевая деятельность. Вестник Харьковского университета. – Харьков, 1989. – Вып. 339. – с.42-46.

*Минаева, Л.В.* Электоральная коммуникация: лингвистический аспект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spa.msu.ru/images/File/Vestnik/Minaeva.pdf>

*Миронова, П.О.* Коммуникативная стратегия редукционизма в политическом дискурсе [Текст] / П.О. Миронова // Язык. Человек. Картина мира: Материалы Всерос. научной конф. – Омск: Омск. гос. ун-т, 2000. – с.163 – 165.

*Михалёва, О.Л.* Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия [Текст]: монография / О. Л. Михалева. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 256 с.

*Михалева, О.Л.* Политический дискурс: способы реализации агональности [Текст] / О.Л. Михалева // Построение гражданского общества: Материалы международного гуманитарного конгресса. Ч.3: Русский язык: его современное состояние и проблемы преподавания. – Иркутск: Изд-во Ирк. гос. пед. ун-та, 2002. – с. 96-105.

*Михеев, А.В.* Коммуникативная интенция и спонтанность высказывания в диалогической речи [Текст] / А.В. Михеев // Проблемы обучения иностранным языкам дипломированных специалистов. Сб. науч. трудов Моск. Гос. Пед. ин-та иностранных языков им. Мориса Тореза. – Москва, 1986. – Вып. 280. – с. 39-51.

*Мишланов, В.А., Нецветева, Н.С.* Коммуникативные стратегии и тактики в современном политическом дискурсе (на материале политической рекламы предвыборных кампаний 2003, 2007, 2008 гг.) [Текст] / В.А. Мишланов, Н.С. Нецветева // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – Вып. 6. – с.5-13.

*Муравьева, Н.В.* Язык конфликта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.library.cjes.ru/online/?b\\_id=192](http://www.library.cjes.ru/online/?b_id=192)

*Назон, Публий Овидий.* Наука любви. Книга 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ancientrome.ru/antlitr/ovidius/ars/ars01.htm>

*Никитина, К.В.* Речевая манипуляция как предмет лингвистического исследования [Текст] / К.В. Никитина // Вестник Башкирского университета. – Уфа: 2006. – Т. 11. № 4. – с.104-106.

*Олянич, А.В.* Презентационная теория дискурса [Текст]: Монография / А.В. Олянич. – М.: Гнозис, 2007. – 407 с.

*Осипова, А.А.* Манипуляции в общении: умей сказать «нет»! [Текст] / А.А. Осипова. – Ростов на Дону: Феникс, 2005. – 220 с.

*Остин, Дж.* Слово как действие [Текст] / Дж. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – с.22-131.

*Падучева, Е.В.* Высказывание и его соотнесенность с действительностью (референциальные аспекты семантики местоимений) [Текст] / Е.В. Падучева. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 288 с.

*Паршин, П.Б.* Понятие идиополитического дискурса и методологические основания политической лингвистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа [www.elections.ru/biblio/lit/parshin.htm](http://www.elections.ru/biblio/lit/parshin.htm).

*Паршина, О.Н.* Российская политическая речь: Теория и практика [Текст] О.Н. Паршина / Под ред. О.Б. Сиротининой. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 232 с.

*Паршина, О.Н.* Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: дисс. на соискание ученой степени доктора филол. наук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://dibase.ru/article/05042010\\_parshinaolgaikolaevna\\_6745/](http://dibase.ru/article/05042010_parshinaolgaikolaevna_6745/)

*Пинкер, С.* Язык как инстинкт: Пер. с англ. / Общ. ред. В. Д. Мазо [Текст] / С. Пинкер. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 456 с.

*Пишкова, Е.Ю.* Прагмалингвистическое диагностирование речевого поведения кандидатов в президенты США (на материале предвыборного дискурса) [Текст]: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Е.Ю. Пишкова. – Ростов-на-Дону, 2007. – 23 с.

*Полякова, С.Е.* Коммуникативные неудачи в англоязычном политическом дискурсе [Текст]: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / С.Е. Полякова. – СПб, 2009. – 20 с.

*Пономарева, Н.В.* Семантический и словообразовательный потенциал имен топологических зон верх/низ (на материале русского литературного языка) [Текст]: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Н.В. Никитина. – Кемерово, 2007. – 21 с.

*Поршнева, Б.Ф.* О начале человеческой истории (проблемы палеопсихологии) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.ru/HISTORY/PORSHNEW/paleopsy.txt>

*Поспелова, А.Г.* Функциональный аспект изучения речевых актов: иллюкутивно-интерактивная характеристика [Текст] / А.Г. Поспелова // Трехаспектность грамматики (на материале английского языка). – Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петербургского университета, 1992. – с.68-85.

*Почепцов, Г. Г.* Имиджология: теория и практика [Текст] / Г.Г. Почепцов. – Киев: Изд-во АДЕФ-Украина, 1998. – 390 с.

*Почепцов, Г. Г.* Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента [Текст] / Г.Г. Почепцов. – Киев, 1997. – 140 с.

*Почепцов, Г. Г.* Паблик рилейшенз для профессионалов [Текст] / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бу», Киев: Веклер – 1999а. – 624 с.

*Почепцов, Г.Г.* Как становятся президентами: избирательные технологии XX века [Текст] / Г.Г. Почепцов. – Киев: Знання, КОО, 1999б. – 380 с.

*Почепцов, Г.Г.* Предложение [Текст] / Г.Г. Почепцов // Иванова В.П., Бурлакова В.В., Почепцов Г.Г. Теоретическая грамматика современного английского языка. – М.: Высш. шк., 1981. – с.164-281.

*Почепцов, О.Г.* Основы прагматического описания предложения [Текст] / О.Г. Почепцов. – Киев: "Вища школа", 1986. – 116 с.

*Путина, О.Н., Двинянинова, Г.С.* Статусные роли говорящих и их прагматикон (на материале английского языка) [Текст] / О.Н. Путина, Г.С. Двинянинова. – Пермь, 1999. – 67 с.

*Рассел, Б.* Человеческое познание [Текст] / Б. Рассел. – М.: Издательство Иностр. лит-ра, 1957. – 555 с.

*Рубакин, А.Н.* Тайна успешной пропаганды [Текст] / А.Н. Рубакин // Речевое воздействие. Проблемы психолингвистики. – М.: Наука, 1972. – с.130-136.

*Рюмина, Л.И.* Манипулятивные приемы в рекламе [Текст] / Л.И. Рюмина. – Москва: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2004. – 240 с.



*Савицкий, В.М.* Английская фразеология: проблемы моделирования [Текст] / В.М. Савицкий. – Самара: Изд-во «Самарский университет». – 172 с.

*Седов, К.Ф.* О манипуляции и актуализации в речевом воздействии [Текст] / К.Ф. Седов // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2003. – Вып. 2. – с.20-27.

*Седонюк, В.М.* Пропозициональный подход к типологии иллокутивных актов (на материале английского языка) [Текст] / В.М. Седонюк. – Киев, 1988. – 31 с.

*Сергеев, В.М.* Когнитивные методы социальных исследований [Текст] / В. М. Сергеев // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М.: Прогресс, 1987. – с.3-20.

*Серио, П.* Как читают тексты во Франции [Текст] / П. Серио // Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса / Пер. с франц. и португ. – М.: Прогресс, 1999. – с.14-53.

*Серль, Дж. Р.* Классификация иллокутивных актов [Текст] / Дж. Р. Серль. // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – с.170-195.

*Серль, Дж. Р.* Косвенные речевые акты [Текст] / Дж. Р. Серль. // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – с.195-283.

*Серль Дж.* Что такое речевой акт? [Текст] / Дж. Р. Серль. // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – с.151-169.

*Симонов, П.В.* Мотивированный мозг [Текст] / П.В. Симонов. – М.: Наука, 1987. – 235 с.

*Симонов, П.В.* Нейробиология индивидуальности [Текст] / П.В. Симонов // Природа. – 1997. – № 3. – с.81-89.

*Симонов, П.В.* Эмоциональный мозг [Текст] / П.В. Симонов. – М.: Наука, 1961. – 215 с.

Стихолечение // Энциклопедия чудес, загадок и тайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.bibliotekar.ru/index.files/1/603.htm>

*Стернин, И.А.* Введение в речевое воздействие [Текст]: Монография / И.А. Стернин. – Воронеж, 2001. – 252 с.

*Стросон, П.Ф.* Намерение и конвенция в речевых актах. [Текст] / П. Стросон // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – с.131-150.

*Столяренко, Л.Д.* Основы психологии [Текст] / Л.Д. Столяренко - Ростов-на-Дону: Феникс, 1997. – 736 с.

*Супрун, А.Е.* Лекции по теории речевой деятельности [Текст] / А.Е. Супрун. – Минск: Белорус. фонд. Сороса, 1996. – 287 с.

*Сусов, И.П.* Коммуникативно-прагматическая лингвистика и ее единицы [Текст] / И.П. Сусов // Прагматика и семантика синтаксических единиц / Отв. редактор Сусов И. П. – Калинин, 1984. – с.3-11.

*Тарановский, К.* О взаимоотношении стихотворного ритма и тематики [Текст] / К. Тарановский // American Contributions to the Fifth International Congress of Slavists. – Sofia , 1963. – с.287-322.

*Тарасов, Е.Ф.* Речевое воздействие: методология и теория [Текст] / Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – с.3-14.

*Телия, В.Н.* Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира [Текст] / В.Н. Телия // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. – Москва, 1988. – с.173-203.

*Техтмайер, Б.* Диалог: проблемы анализа [Текст] / Б. Техтмайер // Общение. Текст. Высказывание. – М., 1989. – с.32-43.

*Фет, А.И.* Инстинкт и социальное поведение [Текст] / А.И. Фет. – М.: Сова, 2005. – 652 с.

*Филинский, А.А.* Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000 гг. [Текст]: дисс. ... канд. филол. наук / А.А. Филинский. – Тверь: Тверской гос. ун-т, 2002. – 144 с.

*Филиппов, К. А.* Лингвистика текста: Курс лекций / К.А. Филиппов. – СПбГУ, 2003. - 336 с.

*Фишер, Р., Юри, У.* Путь к согласию, или переговоры без поражения [Текст] / Р. Фишер, У. Юри / Пер. с англ. А. Гореловой; Предисл. В. А. Кременюка. – М.: Наука, 1992. – 158 с.

*Формановская, Н.И.* Речевая интенция как объект исследования в лингвистическом и методическом аспектах [Текст] / Н.И. Формановская // Лингводидактический поиск на рубеже веков. – Москва, 2000. – с.213-224.

*Цуладзе, А.М.* Политические манипуляции, или Покорение толпы [Текст] / А.М. Цуладзе. – М.: Книжный дом "Университет", 1999. – 144 с.

*Чалдини, Р.* Психология влияния [Текст]: Монография / Р. Чалдини. – СПб.: Изд. «Питер», 1999. – 272 с.

*Чернышова, Т.В.* Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России [Текст] / Науч. ред. и предисл. Н.Д. Голева. Изд. 3-е, испр. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 296 с.

*Чудинов, А.П.* Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации [Текст]: монография / А.П. Чудинов. – Екатеринбург, 2003. – 248 с.

*Чудинов, А.П.* Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000) [Текст]: монография / А.П. Чудинов. – Екатеринбург, 2001. – 238 с.

*Шарков, Ф.И.* Основы теории коммуникации [Текст] / Ф.И. Шарков. – М.: 2002. – 246 с.

*Шейгал, Е.И.* Семиотика политического дискурса [Текст]: монография / Е.И. Шейгал. – Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ун-т. Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.

*Шейнов, В.П.* Скрытое управление человеком (психология манипулирования) [Текст] / В.П. Шейнов. – М.: ООО "Издательство АСТ", Мн.: Харвест, 2001. – 848 с.

*Шингаров, Г.Х.* Эмоции и чувства как формы отражения действительности [Текст] / Г.Х. Шингаров. – М.: Наука, 1971. – 223 с.

*Щербатых, Ю.В., Ноздрачев, А.Д.* Физиология и психология страха [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.sportmedicine.ru/phisio\\_fear.php](http://www.sportmedicine.ru/phisio_fear.php)

*Эфроимсон, В.П.* Родословная альтруизма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://vivovoco.rsl.ru/VV/PAPERS/ECSE/VV\\_EH12W.HTM](http://vivovoco.rsl.ru/VV/PAPERS/ECSE/VV_EH12W.HTM)

*Ыйм, Х.* Решения, действия и язык [Текст] / Х. Ыйм // Проблемы моделирования языковой интеракции. Труды по искусственному интеллекту. – Тарту, 1978. – с.18-37.

*Якобсон, Р.* Лингвистика и поэтика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics1/jakobson-75.htm>

*Airenti G., Bara B. G., Colombetti M.* Conversation and behaviour games in the pragmatics of a dialogue. // *Cognitive Science*, 1993. – № 17. – P. 197-256.

*Aristotle* On Interpretation / Translated by E.M. Edghill [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://classics.mit.edu/Aristotle/interpretation.html>

*Arnold, M.B.* Emotion and personality [Text] M.B. Arnold / M.B. Arnold // Vol. 1. Psychological aspects. – New-York. Columbia University Press, 1960. – P.27-29.

*Bratman, M.* Intention, Plans and Practical Reasoning [Text] / M. Bratman.- Harvard University Press, Cambridge: MA, 1987. – 212 p.

*Bach K., Harnish R. M.* Linguistic, Communication and Speech Acts [Text] / K. Bach, R.M. Harnish. – Cambridge, Mass.: 1980. – 352 p.

*Bach, K.* On Communicative intentions: a reply to Recanati [Text] / K. Bach // *Mind and Language*, 1987. – № 2. – P. 141-154.

*Bach, K.* Performatives are Statements Too [Text] / K. Bach // *Philosophical Studies*, 1975. – № 28. – P. 229-236.

*Ballmer, Th.* Logical Grammar: With Special Consideration of topics in context change [Text] / Th. Ballmer. – Amsterdam, N. Y., Oxford: North Holland Publishing Company, 1979. – 377 p.

*Chilton, P. A.* Politics and Language [Text] / P.A. Chilton // *The*

Encyclopedia of Language and Linguistics / ed. R. E. Asher. – Oxford, New York: Pergamon Press, 1994. P. 3214-3221.

*Chilton, P.A., Schaeffner, C.* Discourse and politics. [Text] / P.A. Chilton, C. Schaeffner // Discourse Studies: A multidisciplinary introduction. T.A. van Dijk (Ed.). – London, 1997. – Vol. 2: Discourse as Social Interaction. – P.206-230.

*Davidson, D.* Essays on Actions and Events [Text] / D. Davidson. – Oxford: Clarendon Press: 1980. – 352 p.

*Dijk, T.A. van.* Ideology: A Multidisciplinary Approach [Text] / T.A. van Dijk. – London: Sage, 1998. – 384 p.

*Dijk T. A. van.* Discourse and Rasism [Text] / T.A. van Dijk // The Blackwell Companion to Racial and Ethnic Studies. – Oxford: Blackwell, 1999. – 16 p.

*Fraser B.* Hedged Performatives [Text] / B. Fraser // Syntax and Semantics. - New York, 1975. – Vol 3. – P. 187-210.

*Gibbs, R. W., Delaney, S.M.* Pragmatic factors in making and understanding promises [Text] / R. Gibbs, S.M. Delaney // Discourse Process, 1987. – №10 – P. 107-126.

*Graber, D.* Political Languages [Text] / D. Graber // Handbook of Political Communication. – Beverly Hills, London: Sage Publications, 1981. – P. 195-224.

*Graber, D.* Verbal Behavior and Politics [Text] / D. Graber – Urbana: Univ. of Illinois Press, 1976. – 361 p.

*Grice, H.P.* Intentions and Uncertainty [Text] / H.P. Grice // Proceedings of the British Academy. – №57. – P. 263-279.

*Grice, H.P.* Logic and Conversation. [Text] / H.P. Grice // Syntax and Semantics. – N. Y.: Academic Press, 1975. – Vol. 3 – P. 41-58.

*Grice, H. P.* Meaning [Text] / H.P. Grice // Philosophical Review, 1957. – Vol. 66 (3). – P. 377-388.

*Grice, H. P.* Studies in the Way of Words [Text] / H.P. Grice. - Cambridge, MA: Harward University Press, 1989. – 406 p.

*Haidt, J., Joseph, C* Intuitive Ethics: How Innately Prepared Intuitions Generate Culturally Variable Virtues (*Daedalus*, 2004) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://faculty.virginia.edu/haidtlab/mft/index.php?t=publications>

*Haidt, J., Graham, J.* When morality opposes justice: Conservatives have moral intuitions that liberals may not recognize (*Social Justice Research*, 2007) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://faculty.virginia.edu/haidtlab/mft/index.php?t=publications>

*Haidt, J., Graham, J.* Planet of the Durkheimians, Where Community, Authority, and Sacredness are Foundations of Morality (*Social and Psychological Bases of Ideology and System Justification*, 2009) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://faculty.virginia.edu/haidtlab/mft/index.php?t=publications>

*Harris, C.R.* The mystery of ticklish laughter [Text] / C. R. Harris // *American Scientist*, 1999. – Vol. 87. – P. 344–351.

*Haverkate, H.* Impositive sentence in Spanish [Text] / H. Haverkate. – Amsterdam: North Holland, 1979. – 194 p.

*Jaszczolt, K.M.* Default Semantics, Pragmatics, and Intentions [Text] / K.M. Jaszczolt // *The Semantic / Pragmatic Interface from Different Points of View*. – Oxford, 1999. – P. 199-232.

*Jaszczolt, K.M.* Relevance and infinity: implications for discourse interpretations [Text] / K.M. Jaszczolt // *Journal of Pragmatics*, 1996. – № 25. – P. 703-722.

*Karttunen, L.* Presupposition and linguistic context. [Text] / L/ Karttunen // *Theoretical Linguistics*, 1974. – Vol. 1, № 1-2. – P. 181-194.

*Kearns, J. T.* Using Language. The Structures of Speech Acts [Text] / J. T. Kearns. – NY: State University of New York Press, 2004. – 456 p.

*Lakoff, G.* Linguistic and natural logic [Text] / G. Lakoff // *Syntheses*, 1970. – № 1/2. – P. 151-271.

*Leech, G.N.* Principles of Pragmatics [Text] / G.N. Leech. – London – New York, 1983. – 255 p.

*Lemmon, E. J.* On Sentences Verifiable by their Use [Text] / E. J. Lemmon // *Analysis*, 1986. – № 22(4). – P. 86-89.

*Lowe, E. J.* An Introduction to the Philosophy of Mind [Text] / E.J. Lowe. – Cambridge: Cambridge University Press, 2000. – 332 p.

*Malle, B. F., Knobe, J.* The Folk Concept of Intentionality [Text] / B.F. Malle, J. Knobe // *Journal of Personality and Social Psychology*. – Washington, 1997. – Vol. 3. – P. 101-112.

*McCawley, J.D.* The role of semantics in a grammar [Text] / J.D. McCawley // *Universals in Linguistic Theory*. – New-York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1968. – P. 124-169.

*McCawley J.D.* Semantic Representation [Text] / J.D. McCawley // *Cognition. A Multiple View*. – New York, 1970. – P. 227-247.

*McDougall, W.* An Introduction to Social Psychology [Text] / W. McDougall // *The Principal Instincts and the Primary Emotions* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.brocku.ca/MeadProject/McDougall/1926/1926\\_03.html](http://www.brocku.ca/MeadProject/McDougall/1926/1926_03.html)

*McLean, I.* Rational Choice and British Politics. An Analysis of Rhetoric and Manipulation from Peel to Blair [Text]/ I. McLean. – NY: Oxford University Press Inc.: 2001. – 256 p.

*Ortony, A., Turner, T.J.* What's basic about basic emotions? [Text] / A. Ortony, T. J. Turner // *Psychological Review*, 97. – 1990. – P. 315–331.

*Plutchik, R.* The emotions: Facts, theories and a new model [Text] / R. Plutchik. – New York: Random House, 1962. – P. 4-13.

*Porter, J.A.* Pragmatics for criticism: Two generations of speech act theory [Text] / J.A. Porter // *Poetics*. – Amsterdam, 1986. – Vol. 15, № 3. – P. 243-257.

*Pollack, M.E.* Plans as Complex Mental Attitudes [Text] / M. E. Pollack // *Intentions and Communication*. – Cambridge: MIT Press, 1997. – P. 77-103.

*Pollack, M.E.* The uses of Plans [Text] / M. E. Pollack // *Artificial Intelligence*, 1992. – Vol. 57. – P. 43-68.

*Pollack M.E., Horty J.F.* There's no more to life than making plans: plan management in dynamic, multi-agent environments [Text] / M. E. Pollack, J.F. Horty // AI Magazine, 1999. – Vol. 20 (4). – P. 71-84.

*Reid, Th.* Essays on the Active Powers of the Human Mind [Text] / Th. Reid. – Cambridge: MIT Press, 1969. – 465p.

*Reid, Th.* Essays on the Intellectual Powers of Man [Text] / Th. Reid. – Cambridge: MIT Press, 1969. – 481p.

*Reid, Th.* The Works of Thomas Reid. [Text] / Th. Reid. – New-York: Thoemmes Press, 1998. – 1058 p.

*Reinach, A.* The Apriori Foundations of the Civil Law [Text] / A. Reinach.// Aletheia, 1983. – Vol. 3. – P. 1-142.

*Rizzolatti, G., Craighero, L.* The Mirror-Neuron System [Text] / G. Rizzolatti, L. Craighero // Annual Rev. Neurosci. 27 (2004)/ – P. 169-192.

*Roberts, L.D.* Relevance as an explanation of communication [Text] / L.D. Roberts // Linguistics and Philosophy, 1991. – Vol. 14. – P. 453-472.

*Rogers, C. R.* Empatic: an unappreciated way of being [Text] / C. R. Rogers // The Counseling Psychologist. 1975. V. 5, № 2. – P. 2–10.

*Ross, J.R.* On Declarative Sentences [Text] / J.R. Ross // Readings in English Transformational Grammar. – Waltham, MA: Ginn, 1970. – P. 222-272.

*Seuren, P.A.M.* Operators and nucleus. A contribution to the theory of grammar [Text] / P. Seuren. – Cambridge: University Press, 1969. – 230 p.

*Sadock, J.M.* Remarks on the paper by Wilson and Sperber [Text] / J.M. Sadock.// Papers from the Parasession on Pragmatics and Grammatical Theory. – Chicago: Chicago Linguistic Society, 1986. – Vol. 22, part 2. – P. 85-90.

*Schiffer, Stephen R.* Meaning [Text] / S. R. Schiffer. – Oxford: Oxford University Press, 1972. – 167 p.

*Sperber, D.* Metarepresentations: A Multidisciplinary Perspective. – Oxford: Oxford University Press, 2000. – P. 117-137.



*Sperber, D.* Relevance research: The missing perspective(s): "non-relevance" and "epistemological relevance" [Text] / D. Sperber // Journal of the American Society for Information Science, 2000. – Vol. 51(2). – P. 209-211.

*Sperber, D.* Understanding Verbal Understanding [Text] / D. Sperber // What is Intelligence? – Cambridge: Cambridge University Press, 1994. – P. 179-198.

*Sperber, D., Wilson D.* On defining relevance [Text] / D. Sperber, D. Wilson // Philosophical Grounds of Rationality. – London: Academic Press, 1982. – 171-205.

*Sperber, D., Wilson D.* Relevance in Theories of Comprehension [Text] / D. Sperber, D. Wilson // Mutual knowledge. – London, 1982. – P.61-131.

*Sperber, D., Wilson D.* Relevance, Communication and Cognition [Text] / D. Sperber, D. Wilson – Blackwell, 1986. – 326 p.

*Sperber, D.* Understanding Verbal Understanding [Text] / D. Sperber // What is Intelligence? – Cambridge: Cambridge University Press, 1994. – P. 179 – 198.

*Stone, M.* Communicative Intentions and conversational Process in Human-Human and Human-Computer Dialogue [Text] / M. Stone // World Situated Language Use: Psycholinguistic, Linguistic and Computational Perspectives on Bridging the Product and Action Traditions, 2002. – P. 4-25.

*Sully, J.* An Essay on Laughter: Its Forms, Its Causes, Its Development, and Its Value [Text] / J. Sully/ – L.: Longman, 1902. – 179 p.

*Taillard, M.O.* Beyond communicative intention [Text] M.O. Taillard // UCL Working Papers in Linguistics, 2001. – № 14. – P. 189-207.

*Traum, D.R., Hinkelman E.A.* Conversation acts in task-oriented spoken dialogue [Text] / D. R. Traum // Computational Intelligence. Special issue on non-literal language, 1992. – Vol. 8(3). – P. 575-599.

*Vankin, J.* Conspiracies, Cover-ups and Crimes. Political Manipulation and Mind Control in America [Text]/ J. Vankin. – NY: Paragon House Publishers, 1992. – 319 p.

*Словари и энциклопедии*

Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 712 с.

Collins COBUILD English language dictionary / Editor in Chief J. Sinclair. – London: Collins, 1987. – 1703 p.

Stanford Encyclopedia of Philosophy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.science.uva.nl/~seop/entries/aristotle-rhetoric/>