

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра романо-германской филологии и переводоведения

**Коммуникативная составляющая коммуникативной компетенции в
жанре политических дебатов (на материале предвыборной кампании в
США 2016 г.)**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студента 2 курса 254 группы
направления 45.04.01 «Филология»
Института филологии и журналистики
Михралиевой Ларины Рамазановны

Научный руководитель
доцент, к.ф.н.

подпись, дата

Т.В. Харламова

Зав. кафедрой
доцент, к.ф.н.

подпись, дата

Т.В. Харламова

Саратов 2017

Введение. В политической лингвистике проблема коммуникативной компетенции политика и ее составляющих все еще остается малоисследованной. Вместе с тем данный вопрос является актуальным, поскольку его изучение связано не только с определением коммуникативных знаний и умений, которыми должен обладать политик, но и с выявлением составляющих, имеющих приоритетное значение для успешной речевой коммуникации в политическом дискурсе. Это во многом определяет актуальность, новизну и практическую значимость данного исследования.

Цель исследования – изучение составляющих коммуникативной компетенции в политических дебатах, выявление наиболее эффективных стратегий и тактик, с помощью которых политик воздействует на аудиторию.

Задачи исследования заключаются в следующем:

- привести краткую характеристику жанра политических дебатов;
- определить понятие коммуникативной компетенции;
- выявить составляющие коммуникативной компетенции политика и формирующие их умения;
- проанализировать и описать стратегии и тактики коммуникативной компетенции.

Положения, выносимые на защиту:

1. Основными формами реализации коммуникативной компетенции являются стратегии и тактики ведения дебатов, которые реализуются с помощью определенных языковых средств.
2. Для успешного достижения заданных коммуникативных целей политик должен обладать определенным набором коммуникативных умений.
3. Наиболее эффективными стратегиями и тактиками ведения политической борьбы в американском политическом дискурсе являются: стратегия самопрезентации (тактики отождествления, солидаризации, оппозиционирования), стратегия дискредитации и нападения (тактики обвинения и оскорбления), манипулятивная стратегия (манипулятивная тактика), стратегия самозащиты (тактики оправдания, оспаривания, критики),

информационно-интерпретационная стратегия (тактики признания существования проблемы, разъяснения, указания пути решения проблемы), стратегия формирования эмоционального настроения адресата (тактики единения, формирования эмоционального настроения адресата), стратегия убеждения (тактики обещания, призыва).

В ходе исследований применялись **методы** дискурсивного, описательного и сравнительного анализа, интерпретация и обобщение полученных результатов.

Материалом исследования являются предвыборные дебаты на пост президента в США 2016 года. Для анализа были выбраны выступления кандидатов Хилари Клинтон и Дональда Трампа (46610 словоупотреблений).

Структура дипломной работы: работа содержит введение, теоретическую главу: «Коммуникативная компетенция в политическом дискурсе», практическую главу «Формы реализации стратегий и тактик политического дискурса как составляющих коммуникативной компетенции политика», заключение и список использованных источников.

Во введении формулируется актуальность выбранной проблемы, цели и задачи исследования, а также определяется объект, предмет, материал, теоретическая база и методы исследования, научная новизна и теоретическая и практическая ценность исследования.

В первой главе «Коммуникативная компетенция в политическом дискурсе» рассматривается понятие дискурса, а также коммуникативная компетенция как один из важнейших компонентов предвыборной кампании политика, ее проявление в рамках политического дискурса, и языковая форма реализации.

Во второй главе «Формы реализации стратегий и тактик политического дискурса как составляющих коммуникативной компетенции политика» анализируются основные коммуникативные составляющие коммуникативной компетенции в выступлениях Д. Трампа и Х. Клинтон, проводится анализ их языковых особенностей.

В заключении делается общий вывод по поставленным задачам исследования.

Список использованных источников включает 71 наименование.

Работа прошла **апробацию** на Ежегодной научно-практической студенческой конференции «Когнитивные и социокультурные аспекты изучения языка» 15 апреля 2016 года в СГУ им. Н.Г. Чернышевского.

Основное содержание работы. В Главе 1 сформулированы основные положения дискурса, дано определение понятия «политический дискурс» и представлены различные подходы к его изучению. Теоретический обзор основан на работах О.Н. Паршиной, А.Ю. Константиновой, Е.И. Шейгал и других. Более подробно была рассмотрена коммуникативная компетенция и ее реализация в политическом дискурсе. Коммуникативная компетенция – сложное понятие, имеющее различные трактовки. В данной работе под коммуникативной компетенцией понимается совокупность знаний и умений адекватного речевого поведения и достаточно полного речевого самовыражения индивида в типичных для него ситуациях и жанрах, репертуар стратегий и тактик, осуществление коммуникативных намерений индивида в ходе реализации его профессиональных задач и получений профессионального результата. Коммуникативной компетенции присущи следующие характеристики:

- 1) коммуникативная компетенция является неотъемлемой составляющей интеллектуальных способностей индивида;
- 2) коммуникативная компетенция состоит из совокупности теоретических знаний и практических навыков в сфере коммуникации;
- 3) показателем уровня коммуникативной компетенции является достижение желаемых коммуникативных целей, с помощью коммуникативных средств, подходящих для данной коммуникативной ситуации.

Коммуникативная компетенция имеет четыре составляющих: языковая компетенция, этическая компетенция, риторическая компетенция, коммуникативная компетенция.

Критериями языковой составляющей служат: правильность речи и ее целесообразность, сочетаемость слов, фразеологизмов, баланс стандарта и творчества в речи. Под правильностью речи подразумевается владение орфоэпическими, орфографическими, пунктуационными, морфологическими, синтаксическими и лексико-семантическими нормами.

Этическая составляющая коммуникативной компетенции представляет собой совокупность следующих элементов: приоритет убеждения при ограниченности манипулирования; приоритет вежливости; толерантность; ограниченность категоричности; приоритет скромности.

Риторическая компетенция - целенаправленное влияние на интеллект и эмоции адресатов в политической коммуникации. Политик должен грамотно использовать стилистические приемы, а также уметь оперировать фактами, подтверждающими приводимые им доводы.

Коммуникативная компетенция включает в себя умения, условно разделенные на три группы: 1) умения в области прогнозирования общения; 2) умения в области планирования общения; 3) умения в области осуществления общения. Две первые группы систематизируют определенные ряды интеллектуальных действий, третья же объединяет ряды интеллектуальных и речевых действий. Объединение происходит прежде всего на уровне стратегий и тактик речевого поведения. Стратегия включает в себя способы проведения основной линии проведения для достижения запланированного коммуникативного эффекта и профессионального результата речи, а тактикой является совокупность используемых приемов оперативного маневрирования в ходе выполнения общих и частных коммуникативных задач.

Далее в работе рассматривается жанр политических дебатов, который относится к первичному жанру политического дискурса, и является

агональным жанром канонического типа. Коммуникативная цель дебатов – побудить адресата (избирателя) к выбору того, а не иного кандидата, убедив его в необходимости совершения сознательного действия. Огромную роль в дебатах играет пассивный адресат – наблюдатель, который, как правило, не может вмешаться (а иногда и может) в обсуждение того или иного вопроса, но является основным адресатом.

В практической главе «Формы реализации стратегий и тактик политического дискурса как составляющих коммуникативной компетенции политика» был проведен анализ коммуникативной составляющей коммуникативной компетенции, а именно стратегий и тактик речевого воздействия, а также выделены и проанализированы языковые приемы, используемые политиками для реализации речевого воздействия и манипуляции в пространстве предвыборного дискурса.

За основу нашего анализа была взята классификация стратегий и тактик современной политической элиты, предложенная О.Н. Паршиной. Для получения более подробного представления о политической и речевой грамотности политиков были сопоставлены различные речевые стратегии с коммуникативными умениями необходимыми для успешного ведения той или иной заданной политиком стратегии или тактики.

1. Стратегия самопрезентации направлена на формирование положительного образа политика, а также доверия аудитории к говорящему.

Данную стратегию реализуют следующие тактики:

1.1 Тактика отождествления.

Данная тактика демонстрирует символическую принадлежность к какой-либо социальной, статусной или политической группе.

Для данной тактики характерно использованию прецедентных феноменов, фактических конструкций, мы-общения.

1.2 Тактика солидаризации.

Следуя данной тактике, политик соглашается с существующей точкой зрения / мнением избирателей.

1.3 Тактика оппозиционирования.

Данная тактика представляет собой противопоставление «своих» и «чужих», оратора и его оппонентов.

Для данной тактики характерно использование антитезы, эмоционально-оценочную лексику с элементами сравнения.

Итак, стратегия самопрезентации необходима не только для построения положительного образа политика, но и для создания общего эмоционально фона, демонстрирующего общность взглядов с аудиторией и представлением оппонента в невыгодном свете. Для достижения данных коммуникативных целей политику необходимо умение строить речь в соответствии с планируемым коммуникативным эффектом и профессиональным результатом, для убеждения электората проголосовать за свою кандидатуру.

2. Стратегии борьбы за власть

Стратегии борьбы за власть направлены на укрепление положительного имиджа политика и на формирование отрицательного отношения адресата к оппоненту политика. Данные стратегии имеют следующие составляющие:

2.1 Стратегия дискредитации и нападения.

Цель стратегии: подорвать авторитет дискредитируемого объекта, унижить его и опорочить в глазах других

2.1.1 Тактика обвинения.

Данная тактика – одна из самых популярных тактик предвыборной кампании 2016 г. Оба кандидата активно используют в своей речи обвинения, а порой даже и оскорбления. Данная тактика реализуется с помощью умения высветить негативные стороны деятельности оппонентов.

Характерно использование риторического вопроса, фактической информации, метатекстовых конструкций.

2.1.2 Тактика оскорбления.

Данная тактика нацелена на унижение и провоцирование противника, в связи с этим зачастую вместо фактов используется эмоциональный компонент.

Наиболее частотным являются оскорбления, построенные на обвинении в некомпетентности политика. Эмоциональную выразительность придают эпитеты.

2.2 Манипулятивная стратегия.

Стратегия выражена различного рода уловками, имеющими цель обманым путем убедить адресата встать на позицию отправителя речи:

2.2.1 Тактика отвлечения внимания от основной проблемы.

Следует отметить, что вышеописанная тактика обвинения может выполнять манипулятивную функцию – функцию отвлечения внимания от основной проблемы.

Обращение серьезной проблемы в шутку – еще один инструмент манипуляции.

3. Стратегия самозащиты.

Стратегия самозащиты реализуется, как правило, с помощью тактик оправдания, оспаривания, критики.

С помощью данных тактик политик убеждает аудиторию в необоснованности разного рода обвинений в свой адрес.

3.1 Тактика оправдания.

Политик объясняет мотив своих поступков, пытаясь оправдать себя:

3.2 Тактика оспаривания.

Политик не соглашается с предъявляемыми обвинениями и обозначает свою позицию, приводя с целью доказательства невиновности аргументы, с помощью которых можно объяснить свои поступки.

3.3 Тактика критики.

В условиях борьбы за власть и ради поддержки народа зачастую для политиков становится важным не выражение своих идей и планов, а дискредитация и провоцирование противника.

Таким образом, можно сделать вывод, что стратегия направлена на подрывание авторитета, унижение, опорочивание оппонента в глазах избирателей, для достижения данных коммуникативных целей политику необходимы следующие умения: умение построить речь в соответствии с планируемым коммуникативным эффектом и профессиональным результатом, для убеждения электората проголосовать за свою кандидатуру; умение внести в речь необходимый и достаточный для достижения цели объем изменений, для проведения гибкой кампании: изменение набора стратегий и тактик; умение избежать конфликта, если он может отрицательно сказаться на результате коммуникации или вступить в него, если он представляется неизбежным или единственно выгодным. .

4. Стратегии удержания власти

Данная стратегия направлена на поддержание положительного имиджа политика. Стратегия выражена рядом других стратегий.

4.1 Информационно-интерпретационная стратегия

Политик информирует граждан о важнейших событиях социальной, экономической и политической жизни. Стратегия выражена следующими тактиками:

4.1.1 Тактика признания существования проблемы

Политик признает существование проблемы, демонстрируя готовность решить ее, став президентом. Тем самым он укрепляет свой авторитет в глазах избирателей.

4.1.2 Тактика разъяснения

Политик должен уметь давать разъяснения сложных или конфликтных ситуаций.

4.1.3 Тактика указания пути решения проблемы

указывает аудитории возможные пути решения данных проблем, используя модальность, выражающую необходимость совершения действия. При этом он использует мы-общение

4.2 Стратегия формирования эмоционального настроения адресата

Стратегия представлена следующими тактиками:

4.2.1 Тактика единения

Цель данной тактики – единение слушателей как единого народа.

Для реализации тактики широко используются инклюзивные конструкции, которые показывают, что интересы народа – интересы политика, и он готов работать на благо страны.

4.2.2 Тактика обращения к эмоциям адресата.

Оратор обращается к эмоциям адресата с целью вызвать эмпатию. Говорящий обращается к ценностным ориентирам аудитории, чтобы затронуть ее эмоции. Также используется синтаксический повтор с целью акцентирования внимания аудитории на своих мыслях.

Таким образом, стратегия формирования эмоционального настроения адресата необходима для поддержания положительного имиджа политика и для поддержания контакта с аудиторией. Для достижения данных коммуникативных целей необходимы следующие умения: умение использовать информацию оппонента для укрепления своих позиций или продолжения профессионального спора, если она убедительнее; умение вовремя сообщить новые сведения о предмете речи и представить информацию в выгодном для себя аспекте; умение вступать в необходимые компромиссы; умение точно установить смысловые и ценностные ориентиры в речи партнеров

В ходе исследования были получены следующие результаты:

1. Д. Трамп является представителем партии республиканцев, а Х. Клинтон – демократов, поэтому их выпады направлены не только друг на друга, но и на оппозиционную партию. Дональд Трамп критикует политику действующего президента, а Хиллари Клинтон поддерживает Барака Обаму, говоря о том, что будет продолжать его дело. Принадлежность к той или иной партии диктует определенный набор коммуникативных умений, стратегий и тактик: стратегия самопрезентации (тактики отождествления, солидаризации, оппозиционирования), стратегия дискредитации и нападения (тактики

обвинения и оскорбления), манипулятивная стратегия (манипулятивная тактика), стратегия самозащиты (тактики оправдания, оспаривания, критики), информационно-интерпретационная стратегия (тактики признания существования проблемы, разъяснения, указания пути решения проблемы), стратегия формирования эмоционального настроения адресата (тактики единения, формирования эмоционального настроения адресата), стратегия убеждения (тактики обещания, призыва).

2. В равной мере политики используют различные средства языковой выразительности: эпитеты, метафоры, сравнения, ироничные высказывания, анафору, антитезу, синтаксический параллелизм, метатекстовые конструкции.

3. Использование мы-общения преобладает у Д. Трампа, так как политик стремится объединить себя и американский народ в одну группу со схожими интересами и ценностями. Для Х. Клинтон характерно использование местоимения 1 лица единственного числа *I*. Являясь более опытным политиком, в отличие от своего оппонента, она делает ставку на свой опыт, показывая себя как профессионала.

4. Политики в равной мере владеют различными коммуникативными умениями.

В **Заключении** подводятся итоги проведенного исследования. В работе был проведен комплексный анализ коммуникативной составляющей коммуникативной компетенции. Основными формами реализации коммуникативной компетенции являются стратегии и тактики ведения дебатов. В реальной языковой ситуации стратегии и тактики выражаются различными языковыми средствами. Именно они помогают политику воздействовать на мнение окружающих и тем самым добиваться желаемого результата в своих выступлениях. Главная цель политика – убедить свою аудиторию в том, что он тот, за кого стоит отдать свой голос. Кроме этого, политик использует определенные языковые средства, которые представлены в виде стилистических фигур и тропов.