

О. В. Спиридовский, Ю. С. Щурова (Воронеж, Россия)

**ПРЕЗИДЕНТСКОЕ СУББОТНЕЕ ВИДЕООБРАЩЕНИЕ
В ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ США**

Данная статья посвящена такому фатическому жанру президентского политического дискурса США, как традиционное субботнее видеообращение главы американского государства к гражданам. Доказывается, что ведущей функцией этого жанра является интегративная функция, служащая способом утверждения единой национальной и ценностной идентичности.

В фокусе проведённого исследования – лингвистические средства достижения интегративной функции в президентских видеообращениях: метафоры, синтаксические параллелизмы, парцелляции, градации, инверсии, анафоры. Все эти типичные для американского президентского дискурса средства образуют пространство выразительной торжественной риторики, с интенциональной точки зрения подчинённой укреплению статуса фигуры президента и его права на власть.

Ключевые слова: президентский дискурс, фатическая коммуникация, интегративная функция, средства выразительности дискурса, президентский статус

O. V. SPIRIDOVSKY, Y. S. SHCHUROVA (VORONEZH, RUSSIAN FEDERATION). **PRESIDENTIAL SATURDAY VIDEO ADDRESS IN THE USA.** The paper studies weekly video addresses of the American president as one of the typical phatic genres in the political discourse of the USA. Its integrative function aimed to confirm the American national and axiological identity is elicited.

The authors place a particular emphasis on various linguistic means employed in weekly video addresses of the American president to perform the integrative function, among of which there are metaphors, syntactically parallel constructions, parcelings, gradations, inversions, anaphors. All these expressive stylistic devices being quite a typical feature of the American presidential discourse shape the rhetorical nature of the political discourse so as to sustain and promote the status of the president and his right to political power.

Keywords: presidential discourse, phatic communication, integrative function, expressive means of the discourse, presidential status

Интенсивное развитие политических технологий, возрастающая роль средств массовой информации, всё большая театрализация политической деятельности способствуют повышению внимания общества к теории и практике политической коммуникации. В связи с этим в России и за её рубежами стремительно растёт количество публикаций, посвящённых политической лингвистике (Будаев 2006). Лингвисты рассматривают различные проблемы, связанные с функционированием языка в политической сфере: существует ли язык политики, какими особенностями он обладает по сравнению с другими подъязыками общенационального языка и многие другие лингвистические вопросы, связанные с функционированием языка в политической сфере.

Политический дискурс – это явление, с которым каждый из нас сталкивается ежедневно на страницах газет, в радио- и телепрограммах, в разговорах с друзьями и коллегами. Основным мотивом политической риторики является борьба за власть (Шейгал 2000). Однако в последнее время внимание лингвистов привлекают фатические жанры политического дискурса. Общим для работ этих исследователей является представление о том, что принципиальным в политической коммуникации зачастую является сохранение уже сложившихся политических отношений и статусов (Спиридовский 2011: 116-117). Фатические жанры отличаются низкой информативностью и банальностью содержания, их целью является не информирование и не убеждение, а утверждение интегративного взаимодействия власти и граждан.

В данном исследовании мы рассмотрим характеристики фатической коммуникации на примере президентского субботнего видеообращения в американской лингвокультуре. Данный жанр является рекуррентным циклическим жанром, имеющим давние традиции, согласно которым президент США обращается к своим согражданам каждую субботу. Традиция трансляции по радио обращения президента США по различным, говоря современным языком, «информационным поводам» была создана Франклином Рузвельтом в 30-ые годы прошлого столетия. Однако и в те годы, и позднее эта традиция не раз прерывалась и долгое время являлась типичным примером ритуального жанра спорадического характера. Президентское радиообращение к нации приобрело прочный статус циклического коммуникативного события в 90-ые годы XX века, когда президент Билл Клинтон начал ежене-

дельно обращаться к своим соотечественникам по субботам. Ситуация не изменилась и с избранием Джорджа Буша – новый президент так же, как и его предшественник, каждую субботу появлялся в утреннем радиоэфире. С приходом к власти Барака Обамы еженедельное обращение изменилось с точки зрения канала коммуникации: с 2009 г. президент США Б. Обама выступает перед своими согражданами уже с видеообращениями.

Видеообращение имеет фиксированную продолжительность – не более 4 минут, вещание осуществляется из Белого Дома, однако в последнее время прослеживается тенденция обращения к народу из разных ситуативно значимых мест. Например, во время поездки по стране трансляция видеообращения может осуществляться с автомобильного завода (31 июля 2010 г.): *“Hello everyone. I’m speaking to you from the GM auto plant here in Detroit, Michigan, where a hopeful story is unfolding in a place that’s been one of the hardest hit in America”*), или с берегов Мексиканского залива после аварии и утечки нефти (5 июня 2010 г.): *“I’m speaking to you from Caminada Bay in Grand Isle, Louisiana, one of the first places to feel the devastation wrought by the oil spill in the Gulf of Mexico”*). Также трансляция видеообращения вне стен Белого Дома осуществляется в случае визита президента в другую страну (21 ноября 2009 г.): *“Hi. I’m recording this message from Seoul, South Korea, as I finish up my first presidential trip to Asia”*).

Для характеристики особенностей видеообращений очень важна роль президента в данном жанре. Он раскрывает себя в роли гомила (гомилетика понимается как раздел риторики, для которой характерна обращённость к сочувствующей аудитории, расчёт на долговременное воздействие, несколько отстранённое, в противовес полемической ораторике, от конкретных насущных проблем [Хазагеров 2002: 163-167]).

Проанализировав видеообращения президента США Б. Обамы с момента его инаугурации, мы выяснили, что основной функцией является функция интеграции/единения. Лексическое оформление видеообращений способствует реализации этой функции.

Во-первых, широко используются специализированные вербальные знаки интеграции, позволяющие президенту отождествлять себя с аудиторией, апеллировать к общей национальной, концептуальной и ценностной идентичности. В нашем исследовании выделены следующие лексические маркеры интеграции:

we, our, all, together, both, common, American(s), a people. Однако употребление этих маркеров неравномерно, так, самой часто употребляемой является лексема “*we*”, а наиболее редко встречающейся – лексема “*common*”. Все вышеупомянутые лексемности употребляются для того, чтобы показать, что президент не отделяет себя от граждан своей страны, что у них общее прошлое, настоящее и будущее, общие цели, задачи и проблемы, которые они будут решать вместе:

*“We want more visitors coming here. We want them spending money here. It’s good for **our economy**, and it will help provide the boost more businesses need to grow and hire. And **we** can’t wait to make it happen”* (21 января 2012 г.);

*“It is time **for us** to come **together**”* (27 февраля 2010 г.);

*“But if **we** want to compete on the world stage as well as **we’ve** competed in the world’s games, **we** need to find **common ground**”* (27 февраля 2010 г.);

*“But **our** success in these efforts – and **our** success in the future as a **people** – will ultimately depend on what happens long before an entrepreneur opens his doors, or a nurse walks the rounds, or a scientist steps into her laboratory. **Our** future is determined each and every day, when **our** children enter the classroom, ready to learn and brimming with promise”* (13 марта 2010 г.);

*“And it ended with Congress casting a final vote on another piece of legislation that accomplished what **we’ve** been talking about for decades – legislation that will reform **our** student loan system and help **us** educate **all Americans** to compete and win in the 21st century”* (27 марта 2010 г.);

*“As **Americans**, and as human beings, **we** seek not only the security, but the sense of dignity, the sense of community, that work confers”* (3 апреля 2010 г.);

*“But it’s time for **both parties** to put an end to them. I’m asking Congress, **both Democrats and Republicans**, to stop this kind of behavior by passing a rule that allows **all judicial and public service nominations** a simple up-or-down vote within 90 days”* (28 января 2012 г.).

Как следует из вышеперечисленных примеров, маркеры интеграции употребляются в основном группами, чтобы усилить воздействие на аудиторию и в каждом предложении показать вовле-

чённость всех граждан в процесс построения общего будущего и преодоления общих проблем.

В своём исследовании мы также проанализировали частотность и специфику употребления личного местоимения первого лица единственного числа “I” и сравнили их с употреблением личного местоимения первого лица множественного числа “we”. Мы выяснили, что “I” используется в 2 раза реже, чем “we”. При этом семантика местоимения “we” отличается инклюзивностью, что вновь напоминает об интегративном начале политического дискурса и – особенно – его фатических разновидностей.

Личное местоимение “I” используется либо с глаголами действия, когда президент предметно рассказывает о предпринятых или предпринимаемых конкретно им действиях (“*I urge both houses to act as quickly as possible to pass real reform that restores free and fair markets in which recklessness and greed are thwarted*”, 12 декабря 2009 г.), либо с такими глаголами, выражающими оценку или суждение, как **believe, think, know, hope**:

“*I know there will also be inquiries by Congress, and there should*” (14 ноября 2009 г.);

“*I believe a key part of that foundation is America’s small businesses – the places where most new jobs begin*” (6 февраля 2010 г.);

“*I think both of these are good ideas – so long as we pursue them in a way that protects benefits, protects patients, and protects the American people*” (20 февраля 2010 г.);

“*This Commission will, I hope, help provide those assurances so we can continue to seek a secure energy future for the United States of America*” (22 мая 2010 г.).

Таким образом, личное местоимение “I” употребляется в различных контекстах либо как компонент интродуктивной части предложения с модальным значением, либо как заместитель активно действующего субъекта.

Во-вторых, фатические жанры политической коммуникации – это как раз такие жанры торжественной риторики, в которых стремление высказаться ярко и образно превалирует над точностью, а сама форма может брать верх над смыслом. Данная тенденция воплощается в метафорах, использование которых также способствует привлечению внимания и поддержанию контакта с аудиторией. Например, “*an economic disaster can devastate families and communities just as surely as a flood or tornado*” (17 июля

2010 г.). В этом примере используется сравнение – экономический кризис сравнивается с торнадо или наводнением. Более того, используется глагол “*devastate*”, который обычно употребляется в контекстах, связанных с природными катаклизмами.

“*We cannot allow the middle class in this country to be caught in the political crossfire of Washington. People want us to find solutions, not score points. And I will not allow middle class families to be treated like pawns on a chessboard*” (11 декабря 2010 г.). На данном отрезке речи встречаются сразу три различные метафоры, объединённые общей темой ущемления прав граждан из-за политических игр. Во-первых, разногласия политических партий сравниваются с перекрёстным огнём, придавая высказыванию остроту, так как возникают ассоциации с военными действиями. Во-вторых, игра политиков на публику подчёркивается фразой “*score points*”. Следовательно, акцент делается на пустых разговорах и отсутствии реальных действий. Также представители среднего класса сравниваются с пешками на шахматной доске, в результате чего в фокусе оказывается полное игнорирование прав граждан, которые нужны только для получения голосов на выборах.

Кроме этого, внимание аудитории поддерживается и регулируется с помощью ряда средств выразительности на синтаксическом уровне. Например, весьма частотным является синтаксический параллелизм: “*That’s how we’ll create jobs today. That’s how we’ll make America more competitive tomorrow. And that’s how we’ll win the future*” (22 января 2011 г.). В данном примере выстраивается цепь синтаксических структур *That’s how we’ll do smth.* Эта параллельная конструкция позволяет при помощи языковой формы выразить равнозначность и равноценность каждого из элементов высказывания, то есть, эта конструкция помогает подчеркнуть одинаковую важность выполнения каждого действия.

Австрийский лингвист Б. Кеттеманн считает, что синтаксический параллелизм улучшает восприятие содержания параллельных структур, а аудитория при этом получает дополнительные позитивные эмоции от того, что снова узнаёт в речи политика ту самую структуру (Kettemann 1990: 180). Более того, эта синтаксико-стилистическая фигура создаёт ритмическую организацию высказывания и благодаря своему единообразию делает речь президента более убедительной, похожей на проповедь. Данное положение можно проиллюстрировать следующим примером:

“This is going to help spark innovation at businesses across America. This is going to spur new products and technologies. This is going to lead to good, new jobs” (29 января 2011 г.). С помощью повторяющейся конструкции *This is going to do smth* подчёркивается важность каждого элемента, задаётся особый ритм, который позволяет информации легче восприниматься, а следовательно, и усваиваться, и запоминаться.

Другим синтаксическим приёмом контроля внимания аудитории служит парцелляция. Например, *“We’re talking about simple dreams. American dreams. A good job with a good wage. A secure and dignified retirement. Stable health care so you don’t go broke just because you get sick. The chance to give our kids a better shot than we got”* (9 января 2010 г.). Приём парцелляции помогает выдвинуть на первый план наиболее актуальные темы обсуждения. Кроме этого, пауза, возникающая перед каждым элементом парцелляции, создаёт эффект ожидания и предвкушения, вызывая интерес у аудитории и тем самым удерживая её внимание: *“And when it’s complete, it will turn sunlight into the energy that will power up to 140,000 homes – the largest such plant in the world. Not in China. Not in India. But in California”* (2 октября 2010 г.).

Ещё одним способом управления вниманием может служить градация. *“We just have to make sure we’re doing everything we can to unlock the productivity of **American workers**, unleash the ingenuity of **American businesses**, and harness the dynamism of **America’s economy**”* (22 января 2011 г.). В этом примере показана восходящая градация, которая обобщает значение по мере продвижения к апогею. Каждое последующее понятие включает в себя предыдущее и представляется более глобальным, однако при этом оно не выделяется как более важное.

При нисходящей градации автор в своём высказывании, наоборот, продвигается от более важного компонента информации к менее значимому: *“But if you’re one of the millions of Americans who **lost your home, your job, or your savings** as a consequence of the recession, this news is of little comfort or value”* (25 сентября 2010 г.). Естественно, что потерять дом гораздо страшнее, чем работу или сбережения, поэтому акцент делается сразу на самом главном, чтобы мгновенно привлечь внимание аудитории.

Инверсия помещает в фокус внимания ту часть предложения, в которой содержится наиболее значимая с точки зрения автора высказывания смысловая информация. Например: *“Of all the responsibilities of the presidency, the one that I weigh most heavily is my duty as Commander-in-Chief to our splendid service-men and women”* (14 ноября 2009 г.). В этом высказывании дополнение выносится на первое место, именно на нём делается акцент, что придаёт речи более поэтичный и торжественный характер.

Инверсия очень часто придаёт высказыванию поэтичность и задаёт особый ритм, это одна из её основных функций, поэтому она нередко встречается в американском политическом дискурсе, особенно в субботнем видеообращении. Инверсия помогает приблизить речь президента к проповеди и сделать её более торжественной, например: *“Rarely does a day go by that I do not hear from folks who are hurting”* (16 января 2010 г.).

Однако наиболее часто встречающимся синтактико-стилистическим приёмом в речах американского президента в жанре еженедельного субботнего видеообращения является анафора. Анафора часто используется в связующей, объединительной функции. Также этот приём передаёт некое постоянство настроения, чувство уверенности. Например, *“We’re making historic investments in science and in a clean energy economy that will generate and keep the jobs and industries of the future right here in America.”*

We’re reforming our education system, so that our kids are fully prepared to compete with workers anywhere in the world and win the race for the 21st century.

We’re fixing our broken health insurance system that’s crushing families, eating away at workers’ take-home pay, and nailing small businesses with double-digit premium increases” (9 января 2010 г.). В этом примере анафора, с одной стороны, объединяет разные темы, акцентируя их равнозначность, с другой стороны, благодаря повтору личного местоимения “we” и единой глагольной формы выполняется основная функция видеообращения – функция интеграции, президент словно говорит: «Мы делаем всё это вместе».

Итак, рассмотренные особенности президентских субботних видеообращений в лингвокультуре США позволяют говорить о том, что данный жанр политического дискурса представляет собой яркий пример фатического общения. Он обладает такими свойствами, как регулярная циклическая воспроизводимость, ши-

рокое использование лексических маркеров интеграции, синтаксическая выразительность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Fisher, J. Entitling // *Critical Inquiry*. – 1984. – II, No. 2. – Pp. 86-98.
2. Будаев, Э. В. Современная политическая лингвистика: учеб. Пособие / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Екатеринбург: Изд-во Уральского гос. пед. ун-та, 2006. – 267 с.
3. Спиридовский, О. В. Фатическая составляющая политической коммуникации (на материале президентского дискурса) // *Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. – 2011. – №2. – С. 116-121.
4. Хазагеров, Г. Г. Политическая риторика. – М.: Николомедиа, 2002. – 313 с.
5. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
6. Kettemann, B. Strategien der Überzeugung in George Bush's acceptance speech // *Sprache in der Politik – Politik in der Sprache: Analysen zum öffentlichen Sprachgebrauch* (Hg. F.Menz, R.Wodak). – Klagenfurt: Drava, 1990. – S. 179-191.

Источники

1. URL: <http://www.whitehouse.gov/briefing-room/weekly-address> (accessed 12.02.2012).

Олег Владимирович Спиридовский
Воронежский государственный
университет
пл. Ленина, 10-110, Воронеж, 394006
olegspirid@mail.ru

Oleg V. Spiridovsky
Voronezh State University
pl. Lenina, 10-110, Voronezh, 394006
Russian Federation
phone: + 7 (473) 222 73 62

Юлия Сергеевна Щурова
Воронежский государственный
университет
пл. Ленина, 10-110, Воронеж, 394006
julieal@rambler.ru

Yulia S. Shchurova
Voronezh State University
pl. Lenina, 10-110, Voronezh, 394006
Russian Federation
phone: + 7 (473) 222 73 62