

**Я. А. Прошак**

Научный руководитель — кандидат филологических наук В. А. Шевцова

## **ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА**

*Данная статья представляет собой комплексный анализ политического дискурса на материале текстов предвыборных речей Э. Макрона. Автором был использован метод лингвопрагматического анализа, который позволяет установить взаимосвязи между лингвистическими аспектами, социальными условиями коммуникации, поведенческими паттернами и прагматическими факторами. Данный метод включал четыре этапа: ситуационный анализ текста (определение цели и интенции); описание содержания и структуры текстов предвыборных речей (зачина, основной части и концовки); лингвистический аспект и нарративная структура текста (стилистические средства — метафоры, сравнения и повторения); выявление коммуникативных стратегий и тактик (манипулятивные стратегии и тактики кооперации и убеждения).*

Политический дискурс как форма социального действия характеризуется языковыми ценностями и социальными нормами, принятыми в обществе. Неслучайно политический дискурс является объектом многих лингвистических исследований. Данный тип дискурса включает большое количество жанров, среди которых наиболее популярными являются предвыборные речи. Представленная работа посвящена комплексному лингвопрагматическому изучению политического дискурса на материале предвыборных речей Э. Макрона. Автор ставит своей целью показать «взаимосвязи между лингвистическими аспектами, социальными условиями коммуникации, поведенческими паттернами и прагматическими факторами» [1, с. 61].

**Лингвопрагматический анализ предвыборных речей Э. Макрона.** Ситуационный анализ текстов показал, что большое влияние на предвыборные речи политика оказывала стратегия его избирательной кампании. Также предвыборным штабом для написания речей были использованы фразы потенциальных избирателей, произнесенные ими во время интервью. Кампания 2017 г. впервые велась в социальных сетях, кандидат напрямую обращался к своим потенциальным избирателям через Twitter и Facebook. Использовались и другие индивидуализированные методы агитации, такие как голосовые обращения кандидата по телефону. Имидж Э. Макрона создавался при поддержке СМИ.

На следующем этапе нами были выделены содержание и структура предвыборных речей Э. Макрона. Выступления обычно состоят из трех частей: зачина, основной части и концовки. Зачин выражается в форме обращения к официальным лицам, благодарности за внимание, а также характеризуется употреблением вводных слов (*mesdames, messieurs; mes chers compatriotes; mes chers concitoyens*). Суть речи раскрывается при помощи достоверных аргументов, для аргументации используются логические связки (*voilà, c'est pourquoi, ensuite*). Заключение выражается кратко: в форме благодарности за

внимание (*merci, je vous remercie*) или вербального указания на конец выступления (*donc*). Заключение во многих ситуациях маркировано произнесением лозунга «*Vive la République! Vive la France!*» — «Да здравствует Республика! Да здравствует Франция!». Э. Макрон часто обращается к концептам «Франция», «нация», «французы». Так, он сближает понятия «Франция» и «нация», при этом акцентирует свое понимание образа французов. При этом Э. Макрон скорее характеризует эти понятия, чем стремится оказать некоторое воздействие на аудиторию. Также политик подчеркивает важность бизнеса и экономического роста. Макрон, говоря о Франции, разделяет ее на модель Франции своего оппонента и так называемую свою модель, которую он сможет создать, если станет президентом: «*C'est ça la France que je veux, la France qui nous ressemble, pas la vôtre*» — «Это Франция, которую я хочу, Франция, которая похожа на нас, а не на вас». Эффект противопоставления двух данных моделей создается при помощи эмфазы и гиперболы.

Борьба с терроризмом является приоритетным направлением политики для Эммануэля Макрона: «*Le terrorisme, et la menace terroriste, c'est la priorité des prochaines années, la priorité*» — «Терроризм и террористическая угроза — это приоритет ближайших лет, приоритет». Ключевым фактором по борьбе с террористами, по его мнению, должно стать увеличение штата полицейских, но ни в коем случае не закрытие границ: «*Donc tous les mettre en prison ou tous les mettre hors des frontières n'aurait pas de sens*» — «Так что посадить их всех в тюрьму или вывести за пределы границ не имело смысла». Согласно мнению Э. Макрона, бессмысленно искать виновных, нужно усиливать разведку в борьбе с реальным врагом, а не подозревать всех сразу. Макрон говорит также о сотрудничестве европейских стран в борьбе с терроризмом: «*C'est le renseignement et c'est la coopération entre les différents États*» — «Это разведка и это сотрудничество между различными государствами».

На третьем этапе нами были рассмотрены лингвистический аспект и нарративная структура текста. В высказываниях Э. Макрона доминируют словоформы: *France, République, fort, travail, citoyens, concitoyens, priorité, lutter, renforcer, défendre*. Используя их, Э. Макрон организует, создает защитника страны, защитника нации, готового бороться за своих граждан (сограждан). Французам присущи экспрессивность и эмоциональность выражения. Поэтому речи Макрона богаты на метафоры, сравнения и повторения («*C'est vous. Qui joue avec les peurs de nos concitoyens sur le terrorisme etc. C'est vous. La grande peur. La grande prêtresse de la peur, elle est en face de moi*» — «Это вы. Кто играет со страхами наших сограждан по поводу терроризма и т.д. Это вы. Великий страх. Верховная жрица страха передо мной»). Политиком широко используются личные местоимения, прилагательные, инфинитивы.

Примечательно, что кандидат часто использует в речах концепты «борьба», «сражение», «вызов», что указывает на то, что политическая деятельность и восстановление страны, экономики воспринимаются им как борьба. К этой борьбе он призывает также и своих избирателей: «*Les Français ont choisi, vous l'avez rappelé, le 7 mai dernier, l'espoir et l'esprit de conquête*» — «7 мая, как вы помните, французы выбрали надежду и дух завоевания».

В целом, в речах Макрона встречается много прилагательных, которые служат для выделения определенных качеств и повышения экспрессивности: «Le sentiment profond, organique, millénaire qui a toujours porté notre peuple, l'engagement pour la patrie, l'énergie pour l'intérêt collectif au-delà des divisions l'ont emporté ce soir» — «Глубокое, органичное, тысячелетнее чувство, которое всегда нес наш народ, приверженность родине, энергия коллективного интереса за гранью раскола овладели им сегодня вечером».

В своих предвыборных речах Э. Макроном используется широкий спектр языковых средств на уровне грамматики, лексики, стилистики, что вносит уверенность в его речь и позволяет воспринимать его речь как речь лидера.

Последний этап исследования включал определение используемых коммуникативных стратегий и тактик. Наиболее ясно выражены такие стратегии и тактики, как тактика кооперации, манипулятивные стратегии, а также тактика убеждения.

Предвыборные выступления Э. Макрона структурированы и состоят из трех частей: зачина, основной части и концовки. В текстах предвыборных речей политик использует многообразие языковых средств на уровне грамматики, лексики, стилистики. Прагматический потенциал проявляется в применении манипулятивных стратегий и тактик кооперации и убеждения.

Таким образом, в результате исследования можно сделать вывод о том, что команда Э. Макрона тщательно подошла к составлению предвыборных речей и формированию имиджа политика, что способствовало его выигрышу в президентской гонке.

#### **Источники**

1. Шевцова, В. А. Лингвопрагматический анализ политического дискурса / В. А. Шевцова // Иностранные языки: инновации, перспективы исследования и преподавания : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 26–27 марта 2020 г. / Белорус. гос. ун-т. — Минск, 2020. — С. 60–63.

***Я. О. Романовская***

Научный руководитель — кандидат технических наук М. В. Самойлов

### **ОЦЕНКА ЕМКОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ И РЫНОЧНОЙ ДОЛИ СОАО «КОММУНАРКА»**

*В работе представлена количественная оценка емкости рынка кондитерских изделий Беларуси и рыночной доли СОАО «Коммунарка» на нем. Даны рекомендации по совершенствованию рекламной деятельности предприятия для увеличения доли рынка.*