

9. Ковшова М. Л. Семантика и прагматика фразеологизмов: лингвокультурологический аспект : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / М. Л. Ковшова. – М., 2008. – 48 с.
10. Кузнецов А. М. Национально-культурное своеобразие слова / А. М. Кузнецов // Язык и культура : сб. обзоров. – М. : ИНИОН АН СССР, 1987. – С. 141–163.
11. Леденев Ю. И. Дискурсивный подход к лексикографии неполнозначных слов / Ю. И. Леденев // Язык. Текст. Дискурс : межвуз. науч. альманах / под ред. проф. Г. Н. Манаенко. – Ставрополь : Изд-во ПГЛУ, 2009. – Вып. 6. – С. 34–38.
12. Маркелова Т. В. Метафорическая ценность фразеологизмов с опорным компонентом зоонимом и фитонимом / Т. В. Маркелова, О. Г. Хабарова // Филологические науки. – 2005. – № 5. – С. 17–27.
13. Моисеева С. А. Особенности семантических модификаций во французском фразеологическом пространстве «Характер человека» / С. А. Моисеева, И. А. Волопкина // Вестник Башкирского университета. – 2008. – Т. 13, № 4. – С. 955–959.
14. Москвин В. П. Выразительные средства современной речи. Тропы и фигуры. Терминологический словарь / В. П. Москвин. – 3-е изд., испр. и доп. – Ростов н/Д. : Феникс, 2007. – 940 с.
15. Никитина Т. Г. Проблемы изучения этнокультурной специфики фразеологии / Т. Г. Никитина. – Псков : Изд-во ПГПИ, 1998. – 208 с.
16. Парина И. С. Представление семантики фразеологизмов в идеографическом словаре: на материале немецких идиом семантического поля «речевая деятельность» : автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. С. Парина. – М., 2009. – 24 с.
17. Пикалова Н. П. Реализация принципа градуальности в учебной лексикографии / Н. П. Пикалова // Актуальные аспекты формирования и совершенствования лингвометодической компетенции учителя 1–4 классов современной школы : сб. науч. ст. – СПб. : САГА, 2007. – С. 33–39.
18. Резунова М. В. Лексикографический дискурс русского, английского и немецкого языков / М. В. Резунова // III Международные Бодуэновские чтения: И. А. Бодуэн де Куртенэ и современные проблемы теоретического и прикладного языкознания (Казань, 23–25 мая 2006 г.) : тр. и мат-лы : в 2 т. / под общ. ред. К. Р. Галиуллина, Г. А. Николаева. – Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2006. – Т. 1. – С. 111–113.
19. Речевой акт и коммуникативный ход. – Режим доступа: <http://lingeru.ru/rechevoj-akt-i-kommunikativnyj-hod>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
20. Розе Т. В. Большой фразеологический словарь для детей / Т. В. Розе. – М., 2005. – 224 с.
21. Савицкий В. М. Аспекты теории фразеологических моделей / В. М. Савицкий. – Самара : Изд-во СамГПИ, 1993. – 65 с.
22. Ставская Г. М. Учусь понимать образные выражения: Фразеологический словарь : пос. для учащихся нач. шк. / Г. М. Ставская. – М. : Дрофа, 2002. – 224 с.
23. Телия В. Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира / В. Н. Телия // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. – М. : Наука, 1988. – С. 173–203.
24. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
25. Ушакова О. Д. Почему так говорят: Фразеологический словарь школьника / О. Д. Ушакова. – СПб. : Литера, 2004. – 96 с.
26. Dobrovol'skij D. O. Figurative language: Cross-cultural and cross-linguistic perspectives школьника / D. O. Dobrovol'skij, E. Piirainen. – Amsterdam : Elsevier, 2005. – 452 с.

ТАКТИКИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО НАСТРОЯ АДРЕСАТА (на материале докладов А. Меркель)

Е.А. Роменская

В данной статье интерпретируется речевое поведение бундесканцлера Германии Ангелы Меркель, материалы ее докладов, являющиеся одним из видов публичного монологического жанра речи и реализующиеся чаще всего в виде программной речи, обращения к населению по поводу какого-либо особого события и ситуации. Значительное внимание уделяется рассмотрению ее умения применять соответствующие определенной коммуникативной ситуации языковые средства при реализации стратегии формирования эмоционального настроения.

The speech behaviour of German chancellor Angela Merkel was considered in this article. All this work was made on basis of her reports, which are considered to be a kind of public monologue speech genre and find its realization in the form of pre-election speech, or address to people on the

occasion of special situation. Special attention was paid to the examination of her ability to put into practice different speech means, which takes place during a certain communication situation at realization of strategy of forming emotional mood.

Ключевые слова: политический лидер, доклад, эмоциональный настрой, тактика установления контакта, тактика единения, тактика учета ценностных ориентиров адресата, тактика эмоционального усиления значимости слов.

Key words: political leader, report, emotional mood, tactics of getting into contact, tactics of unity, tactics of taking into consideration axiological purposes of the addressee, tactics of emotional intensification of words importance.

Общественное мнение в демократическом государстве формируется в процессе получения определенного потока информации. Информационные интересы общества удовлетворяют СМИ. В нашем случае мы имеем дело с печатными СМИ. Поступающая от политиков информация несет определенную идею, которая, проникая в сознание масс, взаимодействует с чувствами, эмоциями, настроениями, традициями, волей людей. Посредством эмоций сущность человеческого бытия отражается в сознании человека, регулируется ими и познается [5, с. 32].

Одной из функций эмоций является регуляторная (или регулятивная), признаваемая сегодня многими психологами первичной, доминантной, то есть определяющей все другие.

Эмоции регулируют действия человека; то, как эти действия будут совершаться, зависит от актуального сочетания эмоциональных сил [5, с. 32]. То, как будут сочетаться эмоциональные силы, зависит от правильного настроения адресата. Именно для достижения желаемого результата политики используют стратегию формирования эмоционального настроения.

Некоторые ученые, например, В.Г. Гак, предполагают наличие особого психолингвистического механизма, действующего на уровне как предложения, так и целого текста, в компетенцию которого входят разделение текста на эмоционально-оценочный (маркированный) и диктальный (нейтральный) блоки и их расположение в определенном порядке, чаще всего первый в начале и / или конце высказывания, а второй – в его середине [1, с. 88]. Расположение элементов текста важно, но не менее значимы с позиции прагмалингвистики коммуникативные стратегии и их реализующие тактики, используемые адресантом (в нашем случае политиком).

По мнению О.Н. Паршиной [6], стратегия формирования эмоционального настроения адресата представлена следующим набором тактик: тактика единения, тактика обращения к эмоциям адресата, тактика учета ценностных ориентиров адресата. К ним мы можем добавить тактику установления контакта и тактику эмоционального усиления значимости слов.

Рассмотрим тактику установления контакта. При анализе докладов А. Меркель, в первую очередь, обращает на себя внимание то, что каждый свой доклад она начинает с приветствия, а заканчивает прощанием и сопроводительным текстом или другими напутственными словами. Говоря языком статистов, в 50 докладах мы находим 50 примеров приветствия и прощания, что означает 100 % использование данной тактики.

К числу наиболее важных и, как кажется, очевидных для человеческого эмоционального общения функций относят установление контакта, приветствие, прощание, желание или, напротив, нежелание дальнейшей коммуникации [5, с. 36].

Речевыми формами приветствия, а также установления контакта являются обращения. Ангела Меркель применяет эти речевые формы и для привлечения внимания слушателей, для выражения отношения говорящего к слушателям, для обозначения статуса слушателей и задания определенной тональности речи. Приведем примеры: *Liebe Kolleginnen und Kollegen des Deutschen Bundestags!* (Bundesregierung, Rede am 10. März 2008 in Berlin) – Дорогие коллеги немецкого Бундестара! (немецкого правительства). *Sehr geehrte Herren Präsidenten!* (Rede beim Festakt zur Feier des 50. Jahrestages der Unterzeichnung der "Römischen Verträge" am 25. März 2007) – Глубоко-

уважаемый господин Президент!; *Meine Damen und Herren!* (Rede im Europäischen Parlament in Strassburg am 17. Januar 2007). – Дамы и господа!

Нередко Ангела Меркель использует личный подход, например, приветствие на языке той страны, в которой она выступает с речью. Это свидетельство проявления уважения к стране пребывания, ее гражданам: *Frau Präsidentin, Anni modda lachem – sche-nittan li- le-dabber ellechem-kaan be-bait mechubad se* (Rede vor der Knesset in Jerusalem am 18. März 2008).

После обращения А. Меркель произносит приветственную речь, в которой часто употребляет выражений благодарности: *Ich bedanke mich für die Einladung! Ich bin heute sehr gerne dabei...* (Rede von 05.09.2008) – Я благодарна за приглашение! Мне очень приятно находиться сегодня здесь; *Ich freue mich sehr, heute hier zu sein* (Rede von 10.09.2008) – Я очень рада присутствовать сегодня тут; *Ich freue mich, heute das Goethe-Institut-besser gesagt- seine Zentrale – besuchen können* (Rede von 08.09.2008) – Я рада полученной возможности посетить Гете-институт, вернее, главный его корпус.

Благодарственные слова А. Меркель использует в качестве прощания: *Herzlichen Dank, dass ich Ihnen gratulieren durfte* – Я выражаю Вам мою искреннюю благодарность за то, что имела возможность поздравить Вас (Rede von Bundeskanzlerin Angela Merkel zum 50. Jubiläum VNG von 10.09.2008), а также пожелания самого различного характера адресатам: *Als Bundeskanzlerin wünsche ich Ihnen auch im Namen der ganzen Bundesregierung für Ihre Dienstzeit alles Gute, viel Glück und Gottes Segen!* (Rede Bundeskanzlerin zum feierlichen Gelöbnis der Bundeswehr von 20.07.2009) – От своего лица, а также от имени всего правительства я желаю Вам во время Вашей службы всего хорошего, успеха и удачи; *Herzlichen Dank! Ich wünsche Ihnen gutes Gelingen, viele Nutzer, viele erfreute Kunden und viele interessierte Bürgerinnen und Bürger, die mobil sein wollen und trotzdem etwas für die Umwelt tun wollen!* (Rede von A.M. bei der Veranstaltung der Daimler AG und der RWE AG anlässlich ihres Kooperationsprojekts Elektromobilität von 05.09.2008) – Огромное спасибо! Я желаю вам успеха, много пользователей, много довольных покупателей и много заинтересованных сограждан, которые хотят быть мобильными и, кроме того, хотят что-то делать для окружающей среды!

Совершенно очевиден тот факт, что одной из важнейших сторон любой профессиональной деятельности является повседневное общение с людьми (в нашем случае посредством доклада). Общение начинается с установления контакта, главной задачей которого является исключение моментов, которые могут вызвать напряжение, тревожность или создать психологический барьер. Немаловажно также оставить о себе хорошее впечатление в конце доклада, поэтому А. Меркель активно пользуется приемом напутственных речей или благодарственных слов.

Далее остановимся на коммуникативной тактике единения. Одной из первых и важнейших задач тактики единения в политическом дискурсе является объединить слушателей как народ. Говоря о том, что скоро будет 20 лет со дня падения Берлинской стены (это ассоциируется у слушателей с объединением народа), А. Меркель репрезентирует данную тактику на уровне сочетаемости таких лексем, как: *in einer wiedervereinigten Deutschland* – в снова объединенной Германии; *die Deutsche Einheit kam* – наступило единство немецкого народа (Rede von Bundeskanzlerin Merkel auf dem “Dürkheimer Wurstmarkt” von 13.09.2008).

Словосочетание “Deutsche Einheit” встречается очень часто в докладах А. Меркель, что связано с темой падения Берлинской стены, и свидетельствует о важности данного события для всего немецкого народа. Это событие объединило две части Германии, а значит, и народ объединился, сплотился.

Нередко А. Меркель использует в своей речи имя прилагательное “gemeinsam”, в частности, когда речь идет о будущих планах страны, ее народа: *Gemeinsam wollen wir dafür eintreten...* (Rede von Bundeskanzlerin Merkel von 04.09.2008). Канцлер призывает сограждан к совместным действиям: *...die Aufgabe, vor der wir heute alle gemeinsam stehen...* (Rede von Bundeskanzlerin Merkel auf dem “Dürkheimer Wurstmarkt” von 13.09.2008) – Задача, которую нужно решить сегодня всем вместе... Приведем

еще примеры: *unter unseren Völkern in Europa in Frieden zusammenzuleben* (Rede von Bundeskanzlerin Merkel auf dem “Dürkheimer Wurstmarkt” von 13.09.2008) – Жить в мире с другими народами Европы; *Das ist das Schöne, dass wir jetzt in Europa miteinander in Frieden und mit offenen Grenzen leben können* (Rede von Bundeskanzlerin Merkel auf dem “Dürkheimer Wurstmarkt” von 13.09.2008) – Прекрасно, что мы можем жить сегодня в Европе в мире и согласии друг с другом, не зная границ; *Die Existenz deutscher Volksgruppen in Osteuropa – bis hin zur Wolga und zum Kaukasus – ist Teil der europäischen Siedlungsgeschichte* (Rede von Bundeskanzlerin Merkel von 04.09.2008). Используя прилагательное “deutscher”, А. Меркель хочет подчеркнуть принадлежность к немецкому народу и тех, кто переселился в Германию, сказать о единстве немецкого народа. В продолжение этой темы рассмотрим еще один пример: *... die deutschen Minderheiten in Mittel- und Osteuropa vor allem während des Zweiten Weltkrieges und nach dem Zweiten Weltkrieg mit Beschwerden zu kämpfen hatten... ... die als Deutsche in diesen Gebieten unter den Folgewirkungen des Zweiten Weltkrieges gelitten haben – unabhängig davon, ob diese Menschen in ihrer Heimat bleiben oder nach Deutschland kommen wollen; da machen wir überhaupt keinen Unterschied. <...> ... die in Deutschland lebenden Minderheiten der Meinung sind, dass Deutschland ihr Land ist, in dem sie mit ihren Kulturen und Sprachen ihren Platz finden* (Rede von Bundeskanzlerin Merkel von 04.09.2008). Во всех этих примерах речь идет о переселенцах в Германию во время войны или после нее, и акцент А. Меркель делает на том, что сейчас нет разницы между коренными жителями и теми, кто мигрировал, и, более того, они многое сделали для обогащения страны. Живущие в Германии мигранты придерживаются мнения, что это их страна и что они со своей культурой и со своим языком нашли тут свое место.

Приведенные выше примеры отражают значимость для Германии национального единства, чем и обусловлена тональность выступлений А. Меркель.

Учет ценностных ориентиров адресата – важная коммуникативная тактика. Воздействующий потенциал политических выступлений тесно связан с тем, насколько реалистично политик может оценивать ценностную систему адресата и опираться на нее в своей речи [6, с. 95].

Ценность – положительная или отрицательная значимость объектов окружающего мира для человека, социальной группы, общества в целом, определяемая не их свойствами самими по себе, а их вовлеченностью в сферу человеческой жизнедеятельности, интересов и потребностей, социальных отношений. Критерии и способы оценки этой значимости, выраженные в нравственных принципах и нормах, идеалах, установках, целях. Различают материальные, общественно-политические, духовные, положительные и отрицательные ценности [7].

Ценности – социально одобряемые и разделяемые большинством людей представления о том, что такое добро, справедливость, патриотизм, романтическая любовь, дружба и т.п. Ценности не подвергаются сомнению, а служат эталоном и идеалом для всех людей [4, с. 5]. Различными учеными предпринималось много попыток создать классификацию ценностей, но единой так и не существует. Мы будем опираться на классификацию, предлагаемую О.Н. Паршиной [6, с. 96]. Она выделяет следующие ценностные группы: индивидуальные, групповые, государственные (национальные), общечеловеческие (универсальные).

Остановимся на их характеристике применительно к нашему материалу.

1. Индивидуальные ценности. *Jeder ist in seiner Heimat stolz auf das, was bei ihm angebaut wird, wächst, gebaut ist, auf alles, was in den Jahrhunderten vor uns dort passiert ist.* (Rede von Bundeskanzlerin Merkel auf dem “Dürkheimer Wurstmarkt” von 13.09.2008). – Каждый на своей родине гордится тем, что им было построено, выращено, а также всем тем, что произошло там за многие столетия до нас. Иными словами, для гражданина своей страны должно быть ценно все то, чем он сам занимается, чем занимались его предки. В следующем примере поднимается тема Берлинской стены и то, какой ценностью стало для каждого жителя Германии ее падение. А. Меркель говорит о себе: когда ей было семь лет, построили эту стену. Она разде-

лила ее семью. Она уже не верила, что, будучи на пенсии, сможет свободно путешествовать в западную часть Германии: *Ich war sieben Jahre alt, als die Mauer gebaut wurde. Sie teilte auch meine Familie. Ich glaube nicht, dass ich vor meinem Rentenalter frei in den Westen würden reisen können* (Rede der Bundeskanzlerin beim Festakt zur Feier des 50. Jahrestages der Unterzeichnung der "Römischen Verträge").

2. Групповые ценности. *<...> ein ganz natürliches Bedürfnis ist, die eigene Sprache zu sprechen und die eigenen Traditionen, Sitten und Bräuche zu leben und zu beleben* (Rede von Bundeskanzlerin Merkel von 04.09.2008). Вполне естественная потребность говорить на собственном языке, соблюдать и поддерживать собственные традиции, обычаи и нравы. Употребляя в данном примере слово «собственные» А. Меркель имеет в виду то, что ценности принадлежат одной группе людей, одному народу.

3. Государственные (национальные) ценности. *Das sage ich mit einem Stück Stolz auf die deutsche Wirtschaft, die ein gutes Know-how hat und die sich mit großer Erfahrung und hoher Wettbewerbsfähigkeit ausgezeichnet hat* (Rede von Bundeskanzlerin Merkel vor der Deutsch-Griechischen Industrie- und Handelskammer in Athen von 20.07.2007) – Я говорю с некоторой гордостью о немецкой экономике, которая владеет секретами производства, отличается большими успехами и высокой конкурентоспособностью.

4. Общечеловеческие (универсальные) ценности. *...wenn man Dinge durchsetzen will, die uns allen gleich wichtig sind: Freiheit, die individuelle Würde jedes Menschen, die Menschenrechte, der Schutz des geistigen Eigentums, das man nicht einfach Patente klaut, die Frage eines freien Handels, die Frage, dass nicht die einen auf der Welt die Kinder arbeiten lassen und die Umwelt ruinieren dürfen...* (Rede von Bundeskanzlerin Merkel auf dem "Dürkheimer Wurstmarkt" von 13.09.2008). В данном примере мы хотим обратить внимание на такие ценности, как свобода, индивидуальные достоинства каждого человека, права человека, защита духовных ценностей. *Toleranz und Teilhabe gelebte Normalität in Deutschland sind* (Rede von Bundeskanzlerin Merkel von 04.09.2008). Толерантность, терпимость и соучастие А. Меркель считает теми ценностями, которыми обладают немцы. Демократия, государственная справедливость, человеческие права – это, по мнению бундесканцлера, универсальные, общечеловеческие ценности, не только немецкие: *Wir wollen natürlich auch die Werte, nach denen wir leben – Demokratie, Rechtsstaatlichkeit, Menschenrechte-, vermitteln, weil wir glauben, dass diese Werte nicht typisch deutsch sind, sondern eine universelle Gültigkeit haben* (Rede von Angela Merkel von 08.09.2008 in München).

Без ценностей, как известно, не может обходиться ни одно цивилизованное общество, а его индивиды имеют право их выбора. Одни привержены ценностям коллективизма, другие – ценностям индивидуализма. Для одних высшей ценностью могут быть деньги, для других – моральная безупречность, для третьих – политическая карьера. Разные культуры могут отдавать предпочтение разным ценностям. Каждое общество само вправе устанавливать, что является ценностью, а что нет.

Основной отличительной чертой речи политиков, в том числе А. Меркель, является выраженная апелляция к ценностной системе, существующей в данном обществе. В каждом своем докладе А. Меркель использует данную тактику, непосредственно связанную с ценностными ориентациями в обществе. Чаще всего это общечеловеческие ценности, актуальные для современной действительности немецкого народа. В ходе анализа докладов было выявлено, что среди ценностных ориентиров преобладают такие понятия, как *Kunst, Kultur, Aussiedlerfragen, nationale Minderheiten, Frieden*. Какая ценность актуализируется, зависит от темы выступления А. Меркель, но в любом случае апелляция к какой-то из перечисленных нами ценностей есть в каждом ее докладе.

А. Меркель в полной мере владеет информацией о ценностной системе своего электората и грамотно использует это в своих докладах. Она ориентируется на ценности, взятые из различных сфер человеческой жизни, в первую очередь, это универсальные, то есть общечеловеческие и национальные, ценности.

Следующая коммуникативная тактика, которую мы рассмотрим, – это тактика эмоционального усиления значимости слов. Она реализуется путем подкрепления выразительными средствами важности сказанного. Для этого А. Меркель использует цитирование и девизы. Речь звучит не только эмоционально, но и весьма аргументированно.

Цитирование представляет собой включение в свой текст отрывков из произведений других авторов. Его называют способом аргументации: читателю показывают, что автор вступает в диалог с авторитетом в данной области знания (если цитата встраивается в ход обоснований автора). Цитируемая мысль подтверждает правомерность суждений автора, приводится как основание для принятия тезиса, иллюстрирует сказанное. Цитирование, по мнению И.А. Герасимовой, реализует цель аргументации – убедить другого человека, задействуя механизмы доверия: читатель больше доверяет авторитету, чем автору. Для читателя свидетельства авторитета более убедительны, чем слова автора [2, с. 239].

Приведем примеры: *Konrad Adenauer hat gesagt: Ich mache keine Deutsche Einheit, wenn sie nicht in Frieden und Freiheit möglich ist* (Rede von Bundeskanzlerin Merkel auf dem “Dürkheimer Wurstmarkt” von 13.09.2008) – Конрад Аденауэр сказал: Я не добьюсь немецкого единства (сплоченности), если оно невозможно в мире и свободе; *Helmut Kohl hat immer gesagt: Die Deutsche Einheit und die europäische Einigung sind zwei Seiten einer Medaille* (Rede von Bundeskanzlerin Merkel auf dem “Dürkheimer Wurstmarkt” von 13.09.2008) – Гельмут Коль всегда говорил: Немецкое единство и европейское единение – это две стороны одной медали. *Richard von Weizsäcker hat dazu einmal gesagt: “Der Mensch findet zu sich selbst in seiner Kultur. Kultur ist Geschichte nicht von Ideen, sondern vom konkreten, ja einmaligen Menschen”* (Rede von A. Merkel von 04.09.2008) – Рихард фон Вайцзекер об этом однажды сказал: человек находит себя самого в своей культуре. Культура – это история не идей, а конкретного единственного в своем роде человека.

Все цитаты, используемые А. Меркель, включены в тексты ее докладов по следующей схеме: сначала называется имя цитируемой личности, затем речевой оборот «он или она сказал (сказала)» и сама цитата, оформленная по стандартным правилам. В политической коммуникации чаще всего, разумеется, цитируются политики, имеющие определенный высокий статус, но нередки случаи цитирования известных писателей, а также просто известных людей из различных областей общественной деятельности. Цитаты служат в речи А. Меркель аргументативной базой, опирающейся на апелляцию к авторитету.

Далее остановимся на примерах девизов.

Общественный интерес к публичному слову, печатному и живому, определялся не только тем, что люди услышали то, о чем думали, но не могли высказаться, но и тем, что этот необходимый обществу смысл был облечен в яркую выразительную форму благодаря публицистическому и ораторскому искусству лучших писателей, журналистов и некоторых политических деятелей. Эти обстоятельства можно считать факторами, которые предопределили появление в политической речи высказываний и предложений афористического содержания и выражения, не принадлежащих профессиональным литераторам [9].

После продолжительной речи для подведения итога А. Меркель использует слово “Motto” (девиз), например: *Das Motto unserer Integrationspolitik heißt: Fordern und Fördern – nicht übereinander reden, sondern miteinander reden* (Rede von 16.10.2007) – Девиз нашей политики объединения звучит так: Требовать и содействовать – говорить не друг о друге, а друг с другом.

В толковом словаре Т.Ф. Ефремовой мы находим следующее определение термина «девиз»: краткое изречение, с предельной лаконичностью и точностью выражающее обобщенную и законченную мысль [8]. Можно сделать вывод, что это своего рода афоризмы. Толковый словарь С.И. Ожегова предлагает следующее определение: краткое выразительное изречение, содержащее обобщающее умозаключение [8].

В речи А. Меркель мы обнаруживаем следующие примеры афористических высказываний: *Sich einmischen, sich beteiligen – das ist die Devise* (Rede von 07.07.2009) –

Вмешиваться, участвовать – это девиз. Как видно из перевода, особого смысла это высказывание не несет, а имеет лишь характер подведения итога и лаконичного высказывания по поводу выше сказанного. Речь шла о том, чтобы правительство не оставалось в стороне от проблем граждан, а помогало им и участвовало в их жизни в самом прямом смысле этого слова. *Wir haben das Ganze damals unter das Motto "Sanieren – Reformieren – Investieren"* (Rede von 16.10.2007) – «Оздоровлять – преобразовывать – инвестировать». А Меркель в своем докладе долго перечисляла мероприятия, предпринятые правительством для улучшения положения народа, и в конце подвела итог, что же конкретно требуется от правительства.

Проведенный нами анализ 50 докладов позволил нам выявить базисные коммуникативные тактики А. Меркель, а также способы и средства их реализации. Это позволяет нам сделать выводы, что А. Меркель в полной мере владеет и эффективно использует тактики реализации стратегии формирования эмоционального настроения адресата.

Список литературы

1. Гак В. Г. Эмоции и оценки в структуре высказывания и текста / В. Г. Гак // Вестник Московского университета. – 1997. – № 3. – С. 87–95. – (Сер. 9. Филология).
2. Герасимова И. А. Введение в теорию и практику аргументации : учеб. пос. / И. А. Герасимова. – М. : Университетская книга : Логос, 2007. – 312 с.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 5-е изд. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
4. Кравченко А. И. Культурология : учеб. пос. для вузов / А. И. Кравченко. – 3-е изд. – М. : Академический проект, 2001.
5. Красавский Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах : монография / Н. А. Красавский. – Волгоград : Перемена, 2001. – 495 с.
6. Паршина О. Н. Российская политическая речь: Теория и практика / О. Н. Паршина / под ред. О. Б. Сиротининой. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 232 с.
7. Режим доступа: <http://www.dic.academic.ru>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
8. Режим доступа: <http://fixed.ru>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

КАТЕГОРИЯ «ТЕАТРАЛЬНОСТЬ» В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на примере выступлений кандидатов в президенты США)

У.А. Савельева

В статье рассматривается категория «театральность» в политическом дискурсе. Автор исследует предвыборные речи кандидатов в президенты США. Анализ показывает, что во всех проанализированных речах категория «театральность» прослеживается с помощью определенных тактик и стратегий, которые мало изменились с течением времени.

The article considers category "theatricality" within political discourse. The author researches election speeches of presidential nominees of the US. The survey shows that in all the analyzed speeches the category "theatricality" can be traced through a certain number of tactics and strategies which differ little with the course of time.

Ключевые слова: имплицитный эффект, категория «театральность», коммуникативное пространство, манипулятивные стратегии, политический дискурс, предвыборная речь, презентационные тактики, речевое поведение.

Key words: implicit effect, category of "theatricality", communicative space, manipulative strategies, political discourse, election speech, presentational tactics, communicative behavior.

Предметом настоящего исследования является категория «театральность» в политическом дискурсе, целью – изучение ее реализации в предвыборных речах кандидатов в президенты США. Под предвыборной речью мы предлагаем понимать жанр политического дискурса, оказывающий влияние на избирателей с целью завоевания наибольшего числа голосов на выборах. На наш взгляд, предвыборная речь обладает набором определенных характеристик, таких, как: определенная тематическая наполненность; особый набор разноуровневых стилистических средств и приемов (фонетических, лек-