

Ахмадеев Игорь Рамзесович
Башкирский государственный университет
УДК 81

**Лексико-стилистические средства актуализации
самопрезентации (на материале выступлений кандидата
в премьер-министры Великобритании Риши Сунака)**

*стратегия самопрезентации, политический предвыборный
дискурс, коммуникативная тактика*

Стратегия самопрезентации стала предметом изучения относительно недавно, но тем не менее привлекла внимание исследователей из разных научных направлений. На сегодняшний день существует значительное количество определений данного феномена.

По мнению А.М. Борис, самопрезентация представляет собой значимую с коммуникативной точки зрения стратегию, предполагающую речевое воздействие на адресата с целью произвести благоприятное впечатление и достичь поставленных адресантом целей [Борис 2018: 4].

Другие исследователи описывают самопрезентацию как самоподачу, навык управления впечатлением, признак социального поведения и презентация желаемого имиджа аудитории [Демешкина 2020, 24: 47].

Принимая во внимание все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что данное понятие не имеет единого и общепринятого определения.

Однако, ученые-лингвисты сходятся во мнении, что при помощи названной стратегии индивид стремится создать выгодный для себя образ в глазах аудитории, манипулировать ею, а также решить поставленные перед собой задачи. Наиболее активно данная стратегия применяется в политической сфере. По мнению И. Гофмана, в процессе коммуникации с аудиторией политический деятель, как и любая другая личность, стремится «мобилизовать свою активность» с целью демонстрации своего выгодного образа, расположения аудитории к себе и своим идеям и решить поставленные перед адресантом задачи [Гофман 2000: 203].

Изучая тексты политической проблематики, ученые выделяют так называемый политический дискурс. Важно отметить, что на сегодняшний день в отечественной науке отсутствует единое мнение относительно дефиниции этого понятия. По мнению некоторых ученых, данный вид дискурса представляет собой общепринятую категорию политической коммуникации, продиктованную общественно-историческими условиями и усиленную интерпретационными клише политических текстов [Суханов 2017: 147].

Политический дискурс является достаточно сложным и многогранным явлением. Ученые выделяют множество его подвидов: президентский дискурс, дискурс политического режима (монархии, тоталитаризма, демократии и т.д.), предвыборный дискурс и ряд других. В данной статье интерес для нас представляет реализация стратегии самопрезентации посредством коммуникативных тактик в предвыборном дискурсе, так как на наш взгляд, данный процесс остается недостаточно изученным.

Рассмотрим этот процесс на примере речи кандидата в премьер-министры Великобритании – Риши Сунака [Rishi], который в начале своего выступления произносит интересную с точки зрения самоподачи фразу: *Be in no doubt I am the underdog.* (Не сомневайтесь, я – аутсайдер) (здесь и далее перевод наш. – И.А.).

Кандидат на пост премьер-министра использует по отношению к себе существительное *underdog*. Longman Active Study Dictionary дает следующую дефиницию данному слову: «*the person or team in a game or competition that is not expected to win*» [Longman]. Исходя из этого определения можно сделать вывод, что человек, по отношению к которому употребляют данную лексическую единицу, не имеет шансов одержать верх над соперником. На наш взгляд, использование подобного слова следует воспринимать в контексте политической ситуации.

На момент произнесения речи большинство аналитиков склонялось к тому, что победу в борьбе за пост премьер-министра одержит конкурент Сунака – Лиз Трасс. Подчеркивая тот факт, что он начинает кампанию как неудачник, Сунак демонстрирует свою честность перед избирателями, что, по нашему мнению, можно считать проявлением тактики передачи объективной информации о себе. В следующих же высказываниях политик заявляет аудитории, что он не просто готов говорить о проблемах страны, но и предлагать те пути решения, благодаря которым население Великобритании сможет улучшить свой уровень благосостояния: ... *I don't just offer change. I don't just offer*

grip. I'm offering hope (... я не просто предлагаю перемены. Я не просто предлагаю проведение иной политики. Я предлагаю надежду).

По нашему мнению, данный элемент речи можно отнести к актуализации тактики обещания. Помимо этого, следует обратить внимание на использование такого стилистического средства как повтор, а именно анафоры: *I don't just offer ... I don't just offer*, которая играет значительную роль в повышении эмфатической выразительности высказывания [Таюпова 2019: 222]. Используя данный прием, Риши Сунак делает дополнительный акцент на своей предвыборной программе.

Далее кандидат останавливается на проблемах, которые на его взгляд являются наиболее серьезными – проблемы в сфере здравоохранения, нелегальная миграция и экономические трудности.

Говоря о сложностях, с которыми столкнулась система здравоохранения Великобритании, Риши Сунак использует тактику самовосхваления: *I'm the candidate in this contest who can say unequivocally the NHS will be safe in my hands* (Я являюсь тем кандидатом в этой гонке, который может однозначно сказать, что Национальная служба здравоохранения будет в безопасности в моих руках).

Также важно обратить внимание на то, что адресант употребляет метафору *NHS will be safe in my hands* (в моих руках), которая «способна не только вызвать у адресатов эмоциональные ассоциации, но и помочь им наглядно представить, а также глубже осознать сущность объективной ситуации» [Таюпова 2022: 92].

Помимо этого, при обсуждении проблем в сфере здравоохранения и миграции, адресант активно использует тактику интеграции, реализуемой в речи при помощи анафоры, а именно – повтора местоимения первого лица множественного числа *we* (мы): *We need a fundamentally different approach. We will take the best of our covered response and apply those lessons to clearing the massive backlog in the NHS.* (Нам нужен кардинально иной подход. Мы возьмем лучшее и применим это для преодоления большого отставания в сфере здравоохранения); *...we must be tougher, and we must be uncompromising...* (... мы должны быть жестче, и мы должны быть бескомпромиссны ...).

Затрагивая вопросы миграции, Риши Сунак использует метафору *product of immigration* (плод иммиграции) и тем самым, на наш взгляд, стремится вызвать симпатию и сочувствие аудитории: *and as someone who is the product of immigration and the warm and welcoming embrace of this country I know it can work but only legally* (и как тот, кто

сам является плодом иммиграции, и теплых объятий этой страны, я знаю, что данный процесс может работать только на основании закона).

Обращаясь к экономической ситуации, кандидат на пост премьер-министра снова использует тактику самовосхваления: *I've already made real progress as chancellor* (Будучи министром финансов, я уже добился видимого прогресса). Адресант использует эпитет *real progress* (видимый прогресс), который акцентирует внимание реципиентов на уже имеющихся у кандидата успехах и придает речи динамичность.

Таким образом, мы рассмотрели лексико-стилистические средства актуализации стратегии самопрезентации. Было установлено, что кандидат на пост премьер-министра использует с этой целью определенные лексические единицы и следующие стилистические приемы: анафору, метафору и эпитет.

Литература

Борис Е.М. Речевая стратегия самопрезентации в немецкоязычном имиджевом интернет-дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. – Архангельск, 2018. –199 с.

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с. англ. – М.: Канон-пресс-Ц: Кучково поле, 2000. – 302 с.

Демешкина Т.А., Толстова М.А. Коммуникативная стратегия самопрезентации в женском диалектном дискурсе (на материале автобиографических рассказов) // Текст. Книга. Книгоиздание. – 2020. – № 24. – С. 47–67. – DOI: 10.17223/23062061/24/3.

Суханов Ю.Ю. Политический дискурс как объект лингвистического анализа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2018. – Т. 9. – № 1. – С. 200–212. – DOI: 10.22363/2313-2299-2018-9-1-200-212.

Таюпова О. И. Концептуальная метафора и метонимия в немецком экологическом интернет-дискурсе // Немецкий язык в Башкортостане: проблемы и перспективы: мат-лы XV Всероссийской научно-практич. конф. с международным участием (г. Уфа, 29 апреля 2022 г.). –Уфа: РИЦ БашГУ, 2022. – С. 91–95. – DOI: 10.33184/NYVB - 2022-04-29.15

Таюпова О. И. Повторы и их роль в текстах различных дискурсов // Вестник Башкирского университета, 2019. – Т. 24. – № 1. – С. 220–224.

Longman Study Active Dictionary. – 5th edition. – Person Education Limited. –1040 pages.

Rishi Sunak delivers campaign speech. – URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=CvdqjyYTFel> (дата обращения: 01.10.2022).