

**Д. В. Шрубок**

**СРАВНЕНИЕ В РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ  
В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ  
(на материале выступлений политиков ФРГ)**

В последнее время в отечественной и зарубежной лингвистике наблюдается тенденция к изучению языковых явлений с учетом семантико-синтаксического и функционально-семантического подходов. С их помощью анализ изучаемого языкового явления ведется преимущественно от функций данного явления к средствам его воплощения в языке.

Сравнение представляет собой многоаспектное понятие. С одной стороны, это логическая категория, играющая значительную роль в познании человеком предметов и явлений окружающей действительности; с другой стороны, это явление языка, базирующееся на сопоставлении по сходству и различию разнообразных свойств, качеств и признаков отдельных предметов и явлений внешнего мира. Сравнение реализуется в том либо ином виде во всех типах дискурса, выполняя конкретизирующую, оценивающую, образную и экспрессивную функции.

Целью настоящего исследования является выявление коммуникативных стратегий в высказываниях, в которых имеется сравнение.

Главная цель, которую преследует политическая коммуникация, – это борьба за власть, изменение политических взглядов адресата, преобразование его отношения к тем или иным теориям, событиям, людям. Инструментом для данной цели (как основным, так и дополнительным) может быть сравнение.

В качестве материала исследования были использованы публичные выступления представителей ХДС: федерального канцлера Германии Ангелы Меркель, Штеффена Зайберта, Йенса Шпана, Хельге Брауна за 2020 гг., опубликованные на официальном сайте [www.bundesregierung.de](http://www.bundesregierung.de).

Рассмотрим влияние данных политиков на аудиторию, которое осуществляется на лексико-семантическом и морфосинтаксическом уровнях. Для анализа были намеренно отобраны реплики, в состав которых входят конститuentы ФСП сравнения, т. к. исследование направлено на изучение функционирования сравнения как ФСП с точки зрения прагмалингвистического подхода.

Существует несколько способов классификации речевой стратегии осуществления политического дискурса. А. С. Сухановой, Е. И. Шейгал, О. Н. Паршина приводят следующие речевые стратегии взаимодействия:

1) самопрезентация, т. е. стремление сформировать у целевой аудитории – потенциальных избирателей, политиков – положительное отношение к себе. Стратегия самопрезентации реализуется при помощи следующих тактик: тактики отождествления, тактики солидаризации и тактики оппозиционирования;

2) дискредитация оппонента – нацелена исключительно на подрыв доверия аудитории к политическому сопернику. Исходя из преследуемой цели, в речевом плане дискредитация реализуется за счет использования обвинений, негативных комментариев, указания на некомпетентность, «навешивания ярлыков», с употреблением разнообразных лингвостилистических средств: лексических единиц с негативной оценочной коннотацией, метафор, образных сравнений и т. д.;

3) манипуляция массовым сознанием. Манипулятивная стратегия реализуется в речи за счет использования таких тактик и приемов, как сдвиг (подмена понятий), оперирование ничем не подтвержденных цифр и фактов, употребления гиперболы;

4) информационно-интерпретационная стратегия, основными целями которой являются объективная подача информации и демонстрация собственной позиции по отношению к приведенным фактам;

5) стратегия кооперации и формирования эмоционального настроения адресата, предполагающая создание определенных ценностных ориентиров, положительного имиджа партии и единства целевых установок правящих сил и народа в целом;

6) стратегия убеждения, направленная на отстаивание собственной политической позиции и убеждение адресата в правомерности своих политических взглядов;

7) агитационная стратегия.

Для решения указанных коммуникативно-прагматических задач политики прибегают к различным языковым средствам. Немаловажную роль играют и сравнительные конструкции, которые помогают ораторам осуществлять положительную самопрезентацию, путем сравнения себя или своей программы с оппонентом, дискредитировать оппонента путем указания на негативные моменты, а также манипулировать общественным сознанием, представляя целевой аудитории предположения в виде конституента сравнения на синтаксическом уровне.

В репликах политиков, содержащих конституенты ФСП сравнения на морфологическом уровне, использовалась информационно-интерпретационная стратегия, а также стратегия кооперации. Данные реплики реализованы в форме утверждений.

Политики в своих выступлениях обращаются к определённому аспекту жизнедеятельности, их предложения должны изменить текущее состояние. Для осуществления задуманного используется компаратив:

*Wir wollen ihnen durch Bildung **größere** Berufschancen eröffnen und sie so wirtschaftlich **selbständiger** machen* ‘Мы хотим через образование открыть [девушкам] больше возможностей для карьерного роста и сделать их экономически более независимыми’.

*Solange es keinen Impfstoff und kein Medikament gegen das Virus gibt, ist die Einhaltung des Abstandes der **wirksamste** Schutz* ‘Пока нет вакцины или лекарства от вируса, соблюдение дистанции является **наиболее эффектив-**

ной защитой'. В данном высказывании, используя компаратив, оратор подчеркивает ведущую роль соблюдения дистанции как наиболее эффективной защиты от распространения вируса.

*Gerade in Zeiten der Corona-Pandemie wissen wir, dass alle Mitgliedsstaaten der Europäischen Union betroffen sind – und **viel schwerer als wir*** 'Особенно во время пандемии мы понимаем, что все страны-содружества Европейского Союза пострадали намного сильнее, чем мы'. Политик акцентирует внимание на текущем положении ФРГ в сравнении с другими странами ЕС.

Ораторы используют компаратив в своих выступлениях также для того, чтобы сделать предположение:

*Ich bin übrigens sicher, dass wir von diesen Mitteln nach dieser Corona-Krise **viel mehr** Gebrauch machen werden **als früher*** 'Я уверена, что мы будем использовать эти средства после кризиса, вызванного коронавирусом, даже больше, чем ранее'.

а также для призывов к определенным действиям:

*In anderen Bereichen müssen wir allerdings **noch besser** werden* 'В других областях мы должны стать, разумеется, еще лучше'.

Таким образом, коммуникация в политической сфере – это прежде всего средство борьбы за власть и способ осуществления политической власти. Безусловно, речь политиков не может обойтись без средств внушения. Обращение к эмоциям адресата – закономерный, естественный элемент речевого воздействия. Именно достижение данной цели обуславливает использование в речах политических деятелей, в том числе с помощью грамматических средств вербализации сравнения, вышперечисленных стратегий манипуляции и агитации, которые сопровождают основную – информационно-интерпретационную.