

О. А. Сыкало

ПЕРСУАЗИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
СИНТАКСИЧЕСКИХ СТИЛИСТИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЙ
В ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЯХ МЕДИАПЕРСОНЫ

В задачи **медиаперсоны** входит представление организации на всех публичных мероприятиях, площадках в Интернете и соцсетях. Именно к нему

обращаются с вопросами журналисты, его ассоциируют с брендом, и он ведет все переговоры от лица всего учреждения, организации или компании. Наличие такого человека позволяет выстроить наилучшую коммуникацию с целевой аудиторией.

Интернет-ресурс br-analytics.ru производит расчет рейтинга упоминаемости медиаперсон на основе анализа русскоязычных сообщений социальных медиа и материалов СМИ. Для его построения используется технология автоматизированного анализа текстов по «выявлению именованных сущностей» (англ. *Named Entity Recognition*). Согласно данным ресурса среди медиаперсон отмечены политики, журналисты, руководители частных компаний, представители королевских семей, артисты и т.д.

В Топ-30 персон 2020 г. вошли 20 политиков, 8 селебрити и 2 спортсмена. Как показывает анализ упоминаемости медиаперсон за последние несколько месяцев, в топ-3 лидеров роста в социальных медиа неизменно входит Дж. Байден. Скорее всего такой рост отмечается, не только в связи с американской предвыборной кампанией, инаугурацией президента, но также с его активным участием в различных сферах, освещаемых в мировых новостях. Таким образом, для анализа были выбраны публичные выступления Дж. Байдена, как одного из самых популярных медиаперсон последнего времени.

В публичном выступлении убеждение представляет собой процесс вербального воздействия на рациональные, эмоциональные, волевые и поведенческие компоненты человеческой психики. Результатом становится формирование или изменение убеждений – важнейшего компонента мировоззрения личности. Убеждающее воздействие теснейшим образом связано с прагматической функцией языка, предполагающей оказание влияния на другого человека или группу людей, а также их побуждение к действию.

Персуазивность, или воздействие автора сообщения на адресата, с целью убедить в чем-либо, призвать совершать или не совершать те или иные действия, предполагает достижение цели путем убеждения через рациональное обоснование той или иной идеи. Типичным средством реализации персуазивных стратегий в медийном дискурсе являются *синтаксические конструкции*.

При анализе публичных выступлений Дж. Байдена было выявлено большое количество *простых повторов*. В предложениях чаще повторяются местоимения (*you, we*) и существительные (например, *victory, politics*). Существительное «политика» несет в выступлении негативную коннотацию, употребляется с отрицанием, чтобы донести до слушателей основную информацию – демократы не «играют в политику» ради собственной выгоды, а работают для людей. Повтор выполняет функцию усиления значения высказывания, объединяя слушателей местоимением «мы», или неоднократного обращения за поддержкой (в значении «вы»).

В выступлениях данного оратора нередко употребление приема **анафора** – использование одних лексически тождественных членов предложения в начале двух или нескольких относительно законченных отрезков речи – предложений, целых строк, периодов текста, состоящих из нескольких пред-

ложений. Например, анафора, которая прослеживается на целом отрезке текста, что увеличивает его убедительность, позволяет запомнить ключевую мысль. Так, акцентируется словосочетание *a new economy* 'новая экономика': *We are here to build a new economy. A new economy safe from casino speculation. <...> A new economy where the lowest-paid get to keep the money they earn. <...> A new economy based on skills. A new economy that works for families. Where men and women can choose how to balance work and home <...>.*

Эпифора противоположна анафоре по расположению в высказывании, где одни и те же элементы повторяются в конце смежных отрезков выступления и подчеркивает логическую связь, тождество смежных отрезков речи, отражает эмоциональность высказывания *Yes, being here with the problems we inherited is hard. Explaining why we're having to make cuts is hard.*

В одном из примеров можно наблюдать сочетание анафоры и эпифоры: *If you want the President to work harder for your vote, vote yes. If you want politicians to listen to whole country, not just swing voters in marginal seats: vote yes. If you want an end to jobs for life in safe seats, vote yes. If you want a new politics, vote yes.*

Дж. Байден часто использует параллельные конструкции, когда отдельные части предложения или ряд предложений в целом построены однотипно: *Tell them that we are getting our economy moving. Tell them that we are getting the banks lending. Tell them that we are cutting income tax.* Структура трех предложений идентична; в дополнение, параллелизм здесь сочетается с анафорой.

Антитеза – фигура, состоящая в сопоставлении логически противоположных понятий или образов, подчиненных одной общей идее или единой точке зрения. (1) *But much more important is the positive power: not just stopping bad things but doing good things.* Противопоставляются *bad things* и *good things* ('плохие дела', 'хорошие дела'). (2) *The best of the country clearing up after the worst.* Противопоставление *the best, the worst*.

Намеренное повторение служебных элементов, чаще всего союза *and*, для связи между однородными членами предложения, или между следующими друг за другом предложениями, или между более крупными отрезками речи – **полисиндетон** (многосоюзиe). *These scandals are a disgrace and misconduct and lawbreaking that must now be punished.* В данном примере многократное употребление союза *and* не является грамматически необходимым, с его помощью акцентируется внимание на словах, стоящих за союзом.

Градация или указание на последовательное нагнетание или, наоборот, ослабление силы однородных выразительных средств также имеет место в проанализированных выступлениях. *I have spent the last few weeks crisscrossing the country, speaking to as many of you as possible, hearing your concerns and answering your questions. We did what Democrats do: discussed, debated, argued – honestly and respectfully.* Здесь проявляется нарастание качества глагола *discussed* 'обсуждали', который является менее экспрессивным, чем *argued* 'спорили'.

Обособление – способ смыслового выделения или уточнения, позволяющий представить информацию более детально и привлечь к ней внимание: *But we must also be honest about their shortcomings. Of equity. Of standards.*

Количественный анализ использования синтаксических стилистических средств в публичных выступлениях Дж. Байдена показывает, что самыми частотными являются повторы (23 %), параллельные синтаксические конструкции (21 %) и перечисления (20 %). Эти стилистические приемы способствуют запоминанию сказанного, помогают аргументировать точку зрения, оказывая убеждающее воздействие. За ними следуют вопросительные конструкции (11 %) и антитеза (9 %). Облачая утверждение в вопросительную форму, оратор избегает прямоты и резкости, смягчая высказывание.

Антитеза широко используется для контрастного сопоставления. Многосоюзиe было отмечено в 6 % случаев. В основном его использование сводится к постановке акцентов на значимых словах и выражениях. Градация была выявлена в 4 % случаев, где увеличивалась или ослаблялась смысловая значимость высказывания. Эллипсис и смещение синтаксических конструкций характерны для 2 % случаев каждый и помогают подчеркнуть ключевые моменты высказывания. Наряду с ними наименее частотными оказались ретардация и хиазм (2 %), что объясняется их приоритетным использованием в письменных текстах и в художественной литературе.

При сравнительном анализе применения синтаксических стилистических средств воздействия на слушателей в разных структурных частях публичного выступления было выявлено, что во вступительной части медиаперсона наиболее часто использует приемы параллелизма и перечисления. В основной части выступления обычно задействуются повторы, вопросительные конструкции, антитезы, многосоюзиe, градация. Для заключительной части характерно применение большого количества повторов.

Таким образом, оратор пользуется всем арсеналом синтаксических стилистических средств для придания своим выступлениям выразительности, эмоциональности, для добавления нужных акцентов, выделения важных моментов, поэтому его речи обладают большим убеждающим потенциалом.