

УДК 811

## **ОСОБЕННОСТИ ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ АМЕРИКАНСКИХ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕДАЧИ TUCKER CARLSON MONOLOGUES (2018-2021))**

**© Советкин Л.А, Копшукова Е.В.**

*Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: lyal63@yandex.ru

В настоящее время изучение особенностей газетно-публицистического стиля вновь приобретает большую важность, так как он нацелен на массового адресата и его функциями являются информирование, реклама, воздействие и комментирование [1–4]. Цели, которые ставятся в газетно-публицистическом стиле, следующие – влиять на получателя информации и рекламировать услуги, товары. Данные цели могут быть достигнуты при помощи намеренного искажения фактов или умалчивания определенной информации.

С лексической точки зрения, газетно-публицистический стиль богат средствами речевой выразительности, которые также называют косвенными номинациями, среди них: риторический вопрос, ирония, сарказм, метафоры, окказионализмы, аллюзии (чаще всего на библейские сюжеты или произведения классической литературы), персонификация и оксюморон. Вышеперечисленные косвенные номинации могут использоваться для повышения эмоциональности высказывания и непрямого речевого воздействия; иначе говоря, суггестии, которая служит для ликвидации неверных для автора интерпретаций и, соответственно, для установки верных. Способов влияния в данном случае несколько: суггестия, аргументация и манипуляция.

Манипуляция, или убеждение, примечательна тем, что для нее используются не только логические факты, но и яркие эмоции, экспрессивность речи. В аргументации, или доказывании, эмоции преимущественно отсутствуют. Помимо этого, считается, что убеждение способно влиять на большее количество сторон человека – на сознание, эмоции и волю. Также стоит отметить, что умелое использование аргументации предполагает логичные высказывания, при помощи которых получатели будут убеждены в верности суждений автора. Однако успех такого подхода напрямую зависит от желания реципиентов разделить точку зрения автора. Суггестия или внушение, базируется на бессознательном восприятии информации – автор задействует семантическую сторону языкового знака или коннотацию. Внушение имеет особый эффект при нежелании или невозможности адресата критически анализировать преподносимую ему информацию. Суггестия реализуется через образность, ассоциативность, то есть через гротеск, иронию, сарказм, метафору.

В одном из своих монологов Такер Карлсон использует слово “flack” по отношению к представителю Демократического сообщества Джиму Акосте, то есть своему оппоненту, которое может быть правильно интерпретировано только американцами – «лицемер», так как другой перевод лишь обозначает профессию Акосты.

Также Карлсон часто использует гиперболу, например, говоря, что целью демократов является упразднение таможенной и иммиграционной полиции США. Таким образом, он стремится предупредить проблему с нелегальными иммигрантами, в чем, по его мнению, демократы не заинтересованы.

Для того чтобы показать лицемерие демократической власти, ведущий использует сарказм, говоря о том, что демократы обращают внимание только на преступления против нелегальных иммигрантов, ведь «они святые, направляющиеся на паломничество».

Термин “the third world” подчеркивает политическую направленность передачи, а слово “blowhard”, с одной стороны, дает представление о том, что ведущий ориентируется на американскую аудиторию, и, с другой стороны, служит для повышения экспрессивности речи, ввиду своей неформальности.

Кроме того, Такер Карлсон использует иронию, отмечая лицемерие демократов, считающих, что стены не работают не только на границе с Мексикой, «но и в тюрьмах, в Ватикане и снаружи дома Барака Обамы в Вашингтоне».

Ведущий также иронизирует над одним из представителей демократического сообщества – Лорен Лидер, которая говорит, что иммигранты не бросали камни в ограду и об осторожности их действий – по этой причине, Такер показывает видео, где видно, что иммигранты действительно бросают камни, но ведущий говорит, что они делали это вполне мирно, подшучивая над Лорен Лидер [5; 6].

Итак, можно сделать вывод, что Такер Карлсон использует такие лингвостилистические средства, как ирония, сарказм, гиперболы и сленг, чтобы влиять на мнение своей аудитории.

### Библиографический список

1. Shpetny K.I. Discourse of public speech // Риторические традиции и коммуникативные процессы в эпоху цифровизации: материалы XXIII Международной научной конференции, Москва, 06–08 февраля 2020 года / под общ. ред. Ч.Б. Далецкого, А.Ю. Платко. М.: Московский государственный лингвистический университет, 2020. Р. 583–597. EDN: JXGCUH.

2. Филатова Е.А. Косвенные побудительные речевые акты и минимальные схемы простого предложения проф. В.А. Белошапковой // Слово. Грамматика. Речь: сборник научно-методических статей по преподаванию РКИ. Вып. XVIII. М.: ООО «МАКС Пресс», 2017. С. 32–44. EDN: ZFXTQV.

3. Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2012. 881 с. EDN: RMUYZV.

4. Антонова А.В. Речевая манипуляция в предвыборном агитационном дискурсе Великобритании. М.: ООО ИПЦ «Маска», 2011. 368 с.

5. Косицкая, Ф.Л. Речевой жанр как единица контрастивного анализа // Вестник ТГПУ. 2006. № 4.

6. Шпетный К.И. Стилистические характеристики ораторского дискурса в диахронии. Часть I // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2015. № 6 (717).