

УДК 811.111:811(043.3)

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ УБЕЖДЕНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Сажина Елена Владимировна, Зав. кафедрой английского языка, Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины, г. Гомель, Республика Беларусь, kisalru@tut.by

Коноплева Анастасия Андреевна, студентка группы А-51, факультет иностранных языков, Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины, г. Гомель, Республика Беларусь, anastasija-konopljova@rambler.ru

Аннотация. Настоящая статья посвящена выявлению наиболее часто употребляемых языковых средств реализации такой стратегии, как стратегия убеждения в англоязычном политическом дискурсе. Дается определение политическому дискурсу, определяются его особенности и отличия от других типов дискурса. Рассматриваются понятия «стратегия» и «тактика» в работах ведущих лингвистов, определяются их отличия друг от друга, особенности и свойства.

Использование таких методов как контекстуально-ситуативный и количественный анализ, метод функционально-прагматической интерпретации позволяет установить репертуар языковых средств реализации стратегии убеждения и ее тактик в англоязычном политическом дискурсе.

Ключевые слова: дискурс; политический дискурс; стратегия; тактика; тактика апелляции к качествам партнёра, тактика апелляции к чувствам слушателей; тактика апелляции к разуму.

LANGUAGE MEANS OF REALIZATION OF THE STRATEGY OF PERSUASION IN THE

ENGLISH-SPOKEN POLITICAL DISCOURSE

Sazhyna Elena Vladimirovna

Head of Department

The English language department

Gomel State University named after Francisk Skorina

Gomel, the Republic of Belarus

kisalru@tut.by

Konopleva Anastasiya Andreevna

Student of group A-51

Faculty of foreign languages

Gomel State University named after Francisk Skorina

Gomel, the Republic of Belarus

anastasija-konopljova@rambler.ru

Annotation. The present article deals with the detection of the most widely used language means of realization of such a strategy as the strategy of persuasion in the English-spoken political discourse. The definition of the political discourse is given, the features of the political discourse and its difference from other types of discourse are found out. The notion of the strategy and the tactics in the works of leading linguists has been studied, their differences from each other, their features and characteristics have been found out.

The use of such methods as contextual-situational and quantitative analyses, the method of functional-pragmatic interpretation allows singling out the repertoire of language means of realization of the strategy of persuasion and its tactics in the English-spoken political discourse.

Key words: discourse; political discourse; strategy; tactics; tactics of appeal to qualities of a partner, tactics of appeal to feelings of listeners; tactics of appeal to reason.

Введение. В современном мире сознание человека, его мышление и миропонимание формируются под влиянием дискурсов, которые окружают его в повседневной жизни. Дискурс имеет отношение ко всем сферам деятельности индивида и может быть представлен любыми высказываниями в письменной или устной форме, такими как: научные публикации и учебные материалы, лекции, очерки в периодических изданиях и выступления по каналам СМИ журналистов, политиков и деятелей культуры, деловая переписка, медицинские рекомендации; словом, всем, что предназначено для целенаправленного воздействия одних людей на других. Характеризуясь способностью

реализовывать воздействующую функцию, одним из дискурсов, привлекающих внимание большого количества лингвистов, является политический дискурс, представляющий собой сложный объект исследования, поскольку он лежит на пересечении разных дисциплин – политологии, социальной психологии, лингвистики и связан с анализом формы, задач и содержания дискурса, употребляемого в определенных («политических») ситуациях.

В лингвистической литературе политический дискурс представлен как многоаспектное и многоплановое явление. В отношении данного термина сформировались две основных трактовки его содержания.

Более узкое понимание предполагает, что критерием включения некоего текста в поле «политического дискурса» должна выступать идентичность интенциональной природы этого текста с целью дискурса, то есть завоевание, сохранение и осуществление политической власти, и который ограничен сферой политики [1]. В широком смысле политический дискурс включает такие формы общения, в которых к сфере политики относится хотя бы одна из составляющих: субъект, адресат, либо содержание сообщения. В настоящей работе мы придерживаемся определения политического дискурса, представленного в работе Е.И. Шейгал «Семиотика политического дискурса», которая в широком смысле под этим термином понимает любые речевые образования субъекта, адресата, содержание которых относится к сфере политики. Целью политического дискурса является захват, удержание или перераспределение власти. Для этого вида общения характерна высокая степень манипулирования [2]. Язык в политическом дискурсе является в первую очередь инструментом воздействия (убеждения и контроля). И это воздействие успешно может быть реализовано благодаря использованию различных коммуникативных стратегий, представляющих собой когнитивный план общения, посредством которого контролируется оптимальное решение коммуникативных задач говорящего в условиях недостатка информации о действиях партнера, и тактик, представляющих собой одно или несколько действий, способствующих реализации стратегии [3].

Цель работы. Целью данной статьи является рассмотрение такой стратегии как стратегия убеждения и тактик, ее реализующих, в англоязычном политическом дискурсе и анализ языковых средств, используемых для реализации последних.

Материалы и методы исследования. Благодаря использованию таких методов исследования как контекстуально-ситуативный и количественный анализ, метод функционально-прагматической интерпретации были сделаны ряд выводов,

позволившие установить репертуар языковых средств, участвующих в реализации стратегии убеждения.

Результаты исследования и их обсуждение. Приступая к рассмотрению такой коммуникативной стратегии, как убеждение, необходимо, прежде всего, попытаться дать разграничение таких понятий, как «убеждать» и «уговаривать». Несмотря на то, что в «Словаре русского языка С.И. Ожегова» оба понятия толкуются примерно одинаково (глагол «уговорить» трактуется как «убеждая, склонить к чему-либо, заставить согласиться с чем-либо», а убедить – «уговаривая, склонить к чему-либо, заставить сделать что-либо» [4]), полностью отождествлять данные глаголы было бы неправильно. Несмотря на то, что в обоих случаях реализуется одна задача (побудить человека к некоторым действиям), пути ее достижения различны, и, следовательно, эти различия лежат в основе разграничения соответствующих тактик.

Как подчёркивают исследователи М.Ю. Федосюк и М.Я. Гловинская, различия здесь имеют не столько понятийную, сколько психологическую основу. Уговаривание воздействует не на разум и логику, а на чувства и эмоциональный мир адресата, в то время как убеждение направлено именно на разум человека [5, 6]. Разумеется, убеждение может быть весьма эмоциональным, но этот фактор в данном случае является второстепенным. При уговаривании мы также можем использовать логические доводы, но они выступают как вспомогательное средство. Линию разграничения между тактикой уговоров и тактикой убеждения следует искать в особенностях взаимодействия коммуникантов. Уговоры – это в какой-то степени давление на адресата, «заманивание» его – то есть манипуляция, насильственно осуществляемая власть над адресатом [Там же].

Исходя из вышеизложенного, мы приходим к выводу о том, что понятия «убеждать» и «уговаривать» не имеют строгого разграничения. Однако, на наш взгляд, в рамках настоящего исследования правильнее было бы использовать понятие «убеждение», а не «уговоры». Было бы неверно утверждать, что политики уговаривают своих собеседников либо слушателей по тому или иному вопросу. Они приводят веские доводы, аргументы в поддержку той или иной мысли. Поэтому, в рамках нашего исследования, мы подробно рассмотрим реализацию стратегии убеждения.

Прежде, чем приступить к непосредственному рассмотрению использования стратегии убеждения на конкретных примерах, необходимо заметить, что данные стратегии чаще всего реализовываются посредством *тактик апелляции к качествам партнера, к разуму и чувствам слушателей*

Исходя из специфики политического дискурса, наиболее ярким примером использования стратегии убеждения может являться предвыборная либо агитационная речь. Рассмотрим пример агитационной речи во Флориде бывшего президента США Билла Клинтона, призывавшего голосовать за переизбрание Б. Обамы: «*I stick to the argument of Obama's re-election. He inherited seriously damaged economy, but began a long period of its recovery. He didn't let the economy collapse more than it had already been, laid the foundation on which more balanced and smart economy will be based, which will give millions of new vacant positions and workable enterprises*».

Политик говорит о том, как много уже сделал действующий президент для благосостояния страны и чем в будущем обернутся его действия для экономики страны. Как видно из примера, политик выстраивает стратегию убеждения, делая упор на конкретные факты и достижения действующего президента в сфере экономики и благосостояния населения, тем самым, оказывая влияние на разум избирателей (

He inherited seriously damaged economy, but began a long period of its

recovery

.

He

didn't

,

t

let

the

economy

collapse

more

than

it

had

already

been

,

laid

the

foundation

on

which

more

balanced

and

smart

economy

will

be

based

.

—

Он унаследовал экономику в плохом состоянии, но предпринял действия, направленные на её восстановление. Он не позволил экономике достичь ещё более плачевного состояния, а заложил основу, на которой сможет базироваться более сбалансированная и современная экономика

). Кроме того, на наш взгляд, в данном примере Б. Клинтон использует тактику апелляции к качествам партнера, косвенно намекая и на положительные качества Б. Обамы как дальновидного политика, который точно знает, на какие конкретные цели направлены его действия (говоря о будущих перспективах развития экономики и сферы трудоустройства граждан). При этом политик использует метафоры(

inherited

economy

— *унаследовал экономику;*

laid

the

foundation

– *заложил основу*

) , эмоционально-оценочную лексику (

seriously

damaged

– *сильно повреждённая*

) и сравнительную степень прилагательных (

more

balanced

and

smart

– *более сбалансированная и современная*

) для наиболее успешного достижения своих целей

С нашей точки зрения, использование названных языковых средств и приёмов сглаживает официальный характер политической речи, придаёт ей наибольшую образность, делает речь наиболее понятной и доступной для слушателей.

Анализ фрагмента послания к Республиканскому национальному собранию кандидата в президенты США М. Ромни «*By my side, I have chosen a man with a big heart from a small town.*

He represents the best of America, a man who will always make us proud

– *my friend and America's next Vice President, Paul Ryan. In the days ahead, you will get to know Paul better. But last night America got to see what I saw in Paul Ryan –*

a strong and caring leader

who is down to earth and confident in the challenge this moment demands

. I love the way he lights up around his

kids

and how he's not embarrassed to show the world how much he loves his

mom

»

показал, что политик говорит о достоинствах своего соратника и, как говорит сам М.

Ромни, будущего вице-президента страны П. Райана. При этом М. Ромни подчёркивает как профессиональные заслуги и качества своего партнёра (...)

a

strong

and

caring

leader

who

is

down

to

earth

and

*confident
in
the
challenge
this
moment
demands*

—
*... сильный и заботливый лидер, который не строит иллюзий и точно знает, что требуется
сделать в настоящий момент*

), так и его личностные качества как человека (...

*a
man
with
a
big
heart*

...

—

... человек с большим сердцем ...;

*He
represents
the
best
of
America*

*,
a
man
who
will
always
make
us
proud*

*. – Он воплощает в себе всё самое лучшее, что есть в Америке, человек, которым мы
всегда будем гордиться*

)

.

На наш взгляд, применяя тактику апелляции к качествам партнера и представляя своего политического партнёра с наилучшей стороны, политик косвенным образом даёт понять своим избирателям, что, в случае своей победы на выборах, намерен окружить себя сильными и толковыми людьми, которые знают, в каком направлении двигаться и как привести страну к экономической и политической стабильности. При этом М. Ромни предпочитает использовать такие прилагательные, как *strong*

(
сильный

),
caring

(
заботливый

),
confident

(
уверенный

),
proud

(
гордый

), которые в данном контексте приобретают эмоционально-оценочную окраску и делают речь политика более яркой и убедительной. Использование данной лексики заставляет избирателей ясно осознать, что, проголосовав за данного кандидата, они сделают правильный выбор, который предопределит дальнейший ход развития истории страны. Обратим внимание, что политик в данном отрывке своей речи обращается к семейным ценностям, употребляя такие несущие в себе эмоционально-оценочную окраску существительные и глаголы, как

kids

(
дети

),
mom

(мама),

to

love

(
любить

). Обращаясь к близкой каждому избирателю теме семьи, М. Ромни представляет своего кандидата заботливым семьянином (

I

love

the

way

he

lights

up

around

his

kids

and

how

he

,
s
not
embarrassed
to
show
the
world
how
much
he
loves
his
mom

—
Мне нравится, как он оживляется в окружении своих детей и то, что он не стыдится
показать миру, как сильно любит свою маму

), что значительно повышает в глазах избирателей как потенциального
вице-президента, так и самого кандидата. Необходимо отметить, что, проанализировав
данный пример, мы склонны сделать вывод о том, что, употребляя разнообразную
эмоционально-оценочную лексику (относящуюся как к личностным качествам
политического партнёра, так и к близкой народу теме семейных ценностей), в данном
отрывке своего политического выступления кандидат использует одновременно и
тактику апелляции к качествам партнёра, и тактику апелляции к чувствам слушателей (о
которой пойдёт речь далее).

Рассмотрим ещё один фрагмент агитационной речи Б. Клинтона в поддержку Б. Обамы:
«*The main question we face now is the following:*

in what country would we prefer to live?

If you'd rather live in the country where one stands for oneself and the winner gets everything, you should vote for the candidates from Republican Party.

But if you'd rather live in the country where the citizens share equally both prosperity and
the burden of responsibility

, if you'd rather live in the society where people act as a one whole, you should vote for Barack Obama».

Политик говорит о том, какие преимущества имеет курс действующего президента над курсом претендентов от партии республиканцев и к каким последствиям может привести избрание того или иного кандидата. В данном отрывке своей агитационной речи Б. Клинтон реализует тактику апелляции к разуму слушателей. Помимо использования метафорических оборотов (

*the
burden
of*

responsibility

– *бремя ответственности*

), придающих политической речи эмоциональный характер, политик также в качестве языкового средства выражения тактики апелляции использует вопросительное высказывание (

in

what

country

would

we

prefer

to

live

?

–

в какой стране вы предпочитаете проживать?

). С нашей точки зрения, таким образом политик призывает слушателей критически оценить ситуацию и самим проанализировать, с каким президентом стране удастся достигнуть наилучших успехов. Б. Клинтон также косвенно проводит сопоставление действующего президента и кандидата от партии республиканцев, говоря о негативных последствиях выбора последнего (

If

you

,

d

rather

live

in

the

country

where

one

stands

for

oneself

and

the

winner

gets

everything

,

you

should

vote

for

the

*candidates
from
Republican
Party*

. – Если вы предпочитаете жить в стране, где каждый сам за себя и победитель получает всё, голосуйте за кандидата от Республиканской партии).

Обратимся к фрагменту речи Б. Обамы, обращённой против войны в Ираке: «*Those are the battles that we need to fight*

.
Those are the battles that we willingly join. The battles against ignorance and intolerance

.
Corruption and greed

.
Poverty and despair

»
]. Обращаясь к слушателям, политик говорит о том, что необходимо бороться с необразованностью, нетерпимостью, коррупцией, бедностью и отчаянием в стране. В данном примере политик реализует тактику апелляции к разуму слушателей, заставляя их задуматься о том, что, прежде всего, необходимо решать проблемы внутри государства, а не втягивать страну в войну. Используя такие эмоционально-оценочные существительные, как

ignorance
(
необразованность, невежество
)

,
intolerance
(
нетерпимость

)
, с
corruption
(
коррупция
)
,
greed
(
жадность
)

.
poverty
(
бедность
)
,
despair
(
отчаяние

), Б. Обама старается, на наш взгляд, заставить слушателей проанализировать ситуацию в стране и сделать вывод самим, с чем необходимо бороться в первую очередь. При этом потенциальные действия, направленные на борьбу с вышеизложенными проблемами, политик сравнивает с

battles
(
битвы

). Тем самым, с нашей точки зрения, политик даёт понять, что это не просто трудности либо препятствия, а настоящие серьёзные проблемы, решение которых потребует больших усилий. Таким образом, Б. Обама заостряет внимание слушателей на насущных проблемах и как бы даёт им возможности решить самим, что для них важнее – направить усилия на войну в Ираке, либо на решение проблем внутри страны.

Рассмотрим фрагмент речи Б. Обамы к избирателям в Чикаго после избрания его президентом в 2008 году: «*I would not be standing here tonight without the **unyielding** support of*

my best friend

for the last sixteen years,

the rock of our family

and the

love

of my life, our nations next First Lady, Michelle Obama.

Sasha and Malia, I love you both so much

....□

And while she's no longer with us, I know my grandmother is watching, along with the family that made me who I am.

I miss them tonight, and know that my debt to them is beyond measure»

. В данной части своего выступления политик говорит о той поддержке, которую на протяжении избирательной компании ему оказывали его близкие, в частности, его жена, дети и бабушке. Применяя тактику апелляции к чувствам слушателей, политик затрагивает наиболее важную и трогательную тему в жизни каждого человека – тему семьи и семейных ценностей. Говоря о той поддержке, которую ему оказывала жена, он употребляет прилагательное

unyielding

(

твёрдый, прочный

), тем самым, указывая, насколько значительной была её поддержка. Также, говоря о своей жене, Б. Обама употребляет такое сравнения, как

the

rock

of

our

family

(в данном случае

оплот нашей семьи

), указывая, какую особую роль играет жена в его жизни и каким гарантом прочности и сплочённости семьи она является. Политик подчёркивает, как сильно он любит своих

детей (

Sasha

and

Malia

,

I

love

you

both

so

much

. – *Саша и Малия, я так сильно люблю вас обоих*

). Помимо это, он упоминает и свою бабушку, которой уже нет в живых (

And

while

she

,

s

no

longer

with

us

,

I

know

my
grandmother
is
watching

,
along
with
the
family
that
made
me
who
I
am

. – И, несмотря на то, что её уже нет с нами, я знаю, что она наблюдает за мной, как и остальные члены моей семьи, благодаря которым я стал тем, кем я являюсь

). Тем самым, Б. Обама вызывает у слушателей глубокие и тёплые чувства, так как тема семьи близка каждому избирателю. Политик несколько раз повторяет неотъемлемое от понятия семьи слово

love

(
любовь, любить

), которое приобретает в данной ситуации эмоционально-оценочный оттенок. Таким образом, воздействуя на чувства слушателей, затрагивая такую близкую и значимую для каждого избирателя тему, как семья, политик уже с самого начала своего политического пути в роли президента увеличивает шансы на повышения своего рейтинга и своей популярности. Он находит точки соприкосновения со слушателями, что не может не сказываться на их отношении к нему.

В другой части этой же победной речи в Чикаго Б. Обама обращается напрямую к избирателям: «*You have **enriched** my life, you have moved me again and again. **You have inspired me. Sometimes when I have been down you have lifted me up. You filled me with new hope for our future and you have reminded me about what makes America so special***».

Президент говорит о том, какую сильную поддержку оказали ему его избирателями и как они его вдохновляли на победу (

You
have
inspired
me

.
Sometimes when I have been down you have lifted me up. You filled me with new hope for our future and you have reminded me about what makes America so special. –

Вы
вдохновляли
меня

Иногда, когда я падал духом, вы воодушевляли меня. Вы вселили в меня надежду на наше будущее, и вы напомнили мне о том, что делает Америку уникальной). Политик умело воздействует на чувства людей (тактика апелляции к чувствам), заставляя их убедиться в том, что именно они сыграли решающую роль в его победе и, как следствие, в дальнейшем благополучии страны. При этом, на наш взгляд, политик надевает маску скромности, оставаясь как бы в стороне, все заслуги он приписывает своим избирателям. Тем самым, с нашей точки зрения, политик ещё раз пытается подчеркнуть, что именно простые граждане определяют судьбу своей страны, а он, как президент, выступает лишь в качестве проводника стремлений народа, гарантом соблюдения их права на жизнь в развитом и благополучном государстве. При этом политик употребляет такую эмоционально-оценочную лексику (в данном контексте), как глаголы

to
inspire

(
вдохновлять

)

to
lift

up

(в данном случае больше подходит
воодушевлять

)

to
enrich

(
обогащать

).

Рассмотрим теперь отрывок речи кандидата в президенты от республиканской партии М. Ромни на Республиканском национальном собрании: «*Whenever new **wave of immigra***
ts *looked u*

p
and
saw
the
Statue
of
Liberty

,

or
knelt
down
and
kissed
the
shores
of
freedom
just
ninety
miles
from
Castro
,
s
tyranny
,
these
new
Americans
surely
had
many
questions

.
But none doubted that here in America they could
build a better life
, that in America their children would be more blessed than they
»

. Политик говорит о том, что все люди, приезжающие жить в США, ищут, прежде всего, свободу и ответы на многие свои вопросы, и никто из них не сомневается, что в Америке у них есть шанс изменить свою жизнь и жизнь своих детей в лучшую сторону. Данный отрывок речи очень богат на метафорические обороты, которые политик использует для реализации тактики апелляции к чувствам слушателей, такие, как

wave
of
immigrants
(
волна эмигрантов
)
the
shores
of
freedom
(

берега свободы

)

build

a

better

life

(

построить лучшую жизнь

). На наш взгляд, столь высокопарный (даже литературный) стиль, хотя и не является типичным для официальной речи политиков, но позволяет сгладить официальность и сухость речи. Использование метафор делает её более возвышенной, эмоциональной и убедительной, позволяя оратору оказывать наибольшее влияние на слушателей и склонить их на свою сторону.

В другом отрывке той же политической речи – «*The **strength and power and goodness of America has always been based on the strength and power and goodness of our communities , our families, our faiths***

»

– М. Ромни говорит о силе и добродетели страны. Применяя тактику апелляции к разуму и обращаясь к таким близким каждому человеку темам, как

families

(

семьи

)

,

faith

(

вероисповедание

), кандидат становится ближе к слушателям, находит с ними общий язык и устанавливает контакт. В то же время М. Ромни употребляет и такие эмоционально-оценочные слова, как

strength

(

сила

)

power

(

мощь

) (существительные). С нашей точки зрения, политик не зря ставит понятия

families

(

семьи

)и

faith

(
вероисповедание
) рядом с такими словами, как
strength

(
сила
)и
power

(
мощь
) . М. Ромни соотносит понятия семьи и веры с понятиями силы и мощи, делая упор на то, что именно общечеловеческие ценности являются основной силой любого государства (в том числе и США), что позволяет ему оказать наиболее сильное влияние на чувства слушателей.

Заключение. Таким образом, исходя из выше сказанного о специфике стратегии убеждения и тактик ее реализующих, а также из анализа политических речей, в рамках нашего исследования мы можем сделать вывод о том, что изучаемая стратегия (реализующаяся в тактиках апелляции к чувствам и разуму слушателей) является эффективным средством достижения политических целей в таких видах политического дискурса, как агитационная и предвыборная речь. Основными языковыми средствами реализации данной стратегии являются стилистические средства (такие, как метафоры, постановка вопроса) и лексические единицы (существительные, глаголы), приобретающие в данном политическом контексте эмоционально-оценочный оттенок. Но эмоционально-оценочная лексика является наиболее часто употребляемым средством (76,3% от всех языковых средств), используемым для реализации стратегии убеждения.

Литература

1. Дейк, ван Т. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Пер. с англ. Е.А. Кожемякина, Е.В. Переверзева, А.М. Аmatoва. – М. : Книжный дом «Либроком», 2013. – 344 с.

2. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса : дис. ... док. филол. наук: 10.02.01; 10.02.19 / Е.И. Шейгал; Волгоград. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2000. – 440 с.

3. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – М. : URSS / УРСС; ЛКИ, 2008. – 288 с.

4. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – М., 2005. – Режим доступа : <http://www.ozhegov.org/words/36938.shtml>. – Дата доступа : 20.05.2014.

5. Федосюк, М.Ю. Комплексные жанры разговорной речи: «утешение», «убеждение», и «уговоры» // Русская разговорная речь как явление городской культуры / М.Ю. Федосюк. – Екатеринбург, 1996. – С. 73–93.

6. Гловинская, М.Я. Русские речевые акты со значением ментального воздействия // Логический анализ языка: Ментальные действия / М.Я. Головинская. – М., 1993. – С. 82–88.