
Стратегия убеждения в политическом дискурсе

Гарельская Ольга Сергеевна
Магистрант УО "ГГУ им. Ф.Скорины",
Беларусь, г. Гомель
E-mail: olgarelskaya@mail.ru

Научный руководитель: **Сажина Елена Владимировна**
к.ф.н., доцент. Факультет иностранных языков,
Беларусь, г. Гомель.

В отечественной лингвистике отсутствует единое определение термина «дискурс», так как оно является многозначным понятием, которое используется в целом ряде гуманитарных наук.

Во французской лингвистической традиции слово «дискурс» обозначало речь в целом, любой текст. Анализируя ранние работы, можно сделать вывод, что дискурс не исследовался должным образом.

Одним из первых, кто придал этому слову следующее значение — «речь, присваиваемую говорящим», был Э. Бенвенист. Он противопоставлял дискурс объективному повествованию (*récit*). Также стоит отметить вклад таких учёных, как Т. А. ван Дейк [1], Р. Водак [2], благодаря которым дискурс, по мнению Е.С. Кубряковой, стали рассматривать как «сложное коммуникативное явление, не только включающее акт создания определенного текста, но и отражающее зависимость создаваемого речевого произведения от значительного количества экстралингвистических обстоятельств — знаний о мире, мнений, установок и конкретных целей говорящего» [3].

Среди всех дискурсов выделяют отдельный тип дискурса — политический дискурс. В последние годы этот термин приобрел широкую популярность, в связи с количеством исследований, проводимых на эту тему. В нашей статье мы будем придерживаться следующего определения: политический дискурс — это борьба за власть, цель которого состоит в привлечении и удержании поддержки масс. Для достижения этой цели политики используют ряд стратегий, следовательно, стратегия — это инструмент для достижения цели.

Размышляя о соотношении стратегий и тактик, А. П. Чудинов оба эти понятия относит к планированию речевой деятельности, указывая, однако, что стратегия предполагает планирование в наиболее общем виде [4, с. 61]. Под стратегией мы будем понимать «направленность речевого поведения в данной ситуации в интересах достижения цели коммуникации» [5, с. 28].

Под тактикой понимается использование приемов, способов достижения цели, «выбор и последовательность речевых действий, характеризующихся своей задачей в рамках реализуемой коммуникативной стратегии» [Там же].

Наиболее распространенным по употреблению в политическом дискурсе является стратегия убеждения, которая реализуется **тактикой аргументации, тактикой намека, тактикой прямого убеждения путем представления негативных последствий обратных действий.**

Целью стратегии убеждения является логически воздействовать на собеседника по средством аргументации, а под аргументацией в данной статье мы будем понимать речевые действия, которые могут повлиять на мнение, взгляды и на действия людей, которым они адресованы.

Для установления средств репрезентации стратегии убеждения в настоящей статье мы обратимся к анализу речи Барака Обамы, посвященной различным социальным, экономическим и политическим проблемам.

Тактика аргументации является очень важной и одновременно трудной тактикой, так как она требует определенных знаний. Эти знания, другими словами, аргументы, можно использовать для

того, чтобы ослабить влияние оппонента и тем самым повысить свое влияние. Высказывание «*No nation, however large or small, wealthy or poor, can escape the impact of climate change*» является хорошим примером аргумента, подразумевая, что проблема изменения климата касается абсолютно всех и с этим очень трудно поспорить. Еще один аргумент, который приводит политик в своих речах звучит так: «*We're making our government's largest ever investment in renewable energy <...>*» а дальше приводятся достижения страны, каких результатов она уже смогла добиться, тем самым заявляя, что эта проблема решаема и люди уже начали это делать. Это, конечно, в значительной мере мотивирует остальных людей стать частью того общества, которое действительно может повлиять на ход истории, стать обществом, которому не безразлично и постараться, если не полностью решить эту проблемы, то хотя бы минимизировать её ущерб.

Тактикой намека подразумевает под собой косвенное воздействие на аудиторию. Также эта тактика создаёт у людей иллюзию их выбора. Политики часто используют этот прием, когда хотят воздействовать на людей и навязать им свой вариант выхода их ситуации, но при этом никто не ощущает этого давления со стороны, а, даже наоборот, люди чувствуют ответственность за свой личный выбор.

«*We also cannot allow the old divisions to block our progress*» — данное высказывание несет в себе смысл, что очень многое уже было сделано на пути к решению проблемы, но нужно собраться с силами и продолжать работать в этом направлении, чтобы весь прогресс, который имеется на данный момент, не пропал зря. Очевидно, что никому не хочется, чтобы их достижения просто испарились, поэтому не стоит останавливаться на достигнутом. Высказывание «*and so many nations have already taken the first steps on the journey towards that goal*» можно расценивать как вызов, который заставляет нас задать себе вопрос: «Чем я хуже?» и поставить себе цель начать двигаться в этом направлении, чтобы про нас и нашу страну тоже говорили и ставили в пример.

Тактика прямого убеждения путем представления негативных последствий обратных действий является одной из самых действенных тактик, поскольку, показывая проблему такой, какой она действительно является, и обнародование всех возможных и уже существующих последствий может изменить мировоззрения окружающих. Именно это может стать тем самым первым шагом на пути к решению серьёзных задач. Используя эту тактику политик зарабатывает доверие аудитории, на которой, в последствии может применить другие тактики стратегии убеждения.

Хорошим примером этой тактики является речь Барака Обамы о проблеме изменения климата. Применение этой тактики позволяет задуматься над тем насколько серьёзная проблема стоит на пути человечества и дает понять, что это касается каждого в частности: «*Rising sea levels threaten every coastline. More powerful storms and floods threaten every continent. More frequent drought and crop failures breed hunger and conflict in places where hunger and conflict already thrive. On shrinking islands, families are already being forced to flee their homes as climate refugees*».

После того, как проблема была обнародована, нужно рассказать о путях ее решения и принятых действиях, именно тогда используется **тактика обещание**. Для этой тактики характерно использование глагола в будущем времени: «*It is a journey that will require each of us to persevere through setback, and fight for every inch of progress*»; «*we will achieve <...>*».

Таким образом, можно сделать вывод, что политики любят использовать в своих речах стратегию убеждения. Как показал анализ речи Барака Обамы, посвященной различным социальным, экономическим и политическим проблемам, наиболее используемыми тактиками являются: тактика аргументации, тактика намека, а также тактика прямого убеждения путем представления негативных последствий обратных действий. Именно эти тактики являются наиболее распространёнными, так как с их помощью можно быстрее и эффективнее добиться поставленных целей.

Библиографический список:

1. Дейк, Т. А. ван. К определению дискурса [Текст] / Т. А. ван Дейк. — Лондон, 1998. — С. 4.

-
2. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. — Волгоград, 1997
 3. Кубрякова Е. С. О понятии дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике: обзор // Дискурс, речь, речевая деятельность. Функциональные и структурные аспекты: сборник обзоров. М.: ИНИОН РАН, 2000. С. 7-25.
 4. Гетманцев С. М. К вопросу об особенностях лексической сочетаемости прилагательных с семантикой большого размера в английском и русском языках // Вопросы когнитивной лингвистики. 2015. Вып. 3 (44). С. 120-123.
 5. Ачаева М. С. Параметрические прилагательные широкий/узкий в русском и английском языках: семантический аспект [Электронный ресурс]. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=23660014> (дата обращения: 24.11.2019)