

М. Ю. Куксова

Лексико-синтаксические средства воздействия в современной политической речи

В статье исследуется речевая коммуникация, в частности стратегии и тактики аргументации, применяемые в политическом дискурсе; предметом исследования является система лингвистических средств, характерная для построения политического текста с аргументативным потенциалом.

Ключевые слова: аргументация, стратегии и тактики аргументации, убеждение, политический дискурс, аргументативный дискурс, речевое воздействие, эффективность, языковые средства.

M. Ju. Kuksova

Lexico-Syntactic Levers in Modern Political Speech

In the article speech communication, in particular strategy and tactics of the argument applied in a political discourse are investigated; the object of the research is the system of linguistic means which is characteristic to construct a political text with an argument potential.

Keywords: an argument, a strategy and argument tactics, a belief, a political discourse, argument discourse, speech influence, efficiency, language means.

Анализ речи политических деятелей позволяет выявить **стратегии и тактики аргументации**, используемые с целью убеждения аудитории, а исследование выступлений известных политических персон позволяет, с одной стороны, прогнозировать дальнейшие действия и намерения политика, с другой – устанавливать наиболее эффективные способы воздействия на слушателей.

Вот почему представляется оправданным предложить в качестве объекта исследования речевую коммуникацию, в частности, стратегии и тактики аргументации, применяемые в политическом дискурсе, а более подробно остановиться на системе лингвистических средств, характерных для построения политического текста с аргументативным потенциалом.

Материалом для статьи послужили стенограммы пресс-конференций экс-президента В. В. Путина в 2006–2008 г. и традиционная «прямая линия», проходившая 2 раза за время пребывания на посту премьер-министра в 2009–2010 гг. Для анализа были взяты ответы В. В. Путина на вопросы журналистов российских и иностранных СМИ, а также граждан РФ в ходе живого диалога.

Основное предназначение политического дискурса состоит в том, чтобы внушить адресатам необходимость «политически правильных» действий и/или оценок, то есть цель политического

дискурса – убедить, пробудив в адресате намерения, дать почву для рассуждения и, в конечном итоге, побудить к действию. Таким образом, эффективность политического дискурса можно определить относительно этой цели.

Деятельность политиков имеет определенную задачу – завоевать поддержку населения, распространяя в массах убеждения, соответствующие собственным интересам, однако, реализуя это таким образом, чтобы массы воспринимали эти убеждения как соответствующие интересам народа [4].

Поскольку данная задача не всегда может быть решена с помощью рационального убеждения, основанного на логическом доказательстве, заинтересованные лица используют стратегии и средства речевого воздействия на эмоциональную сторону психики реципиента [4].

В убеждающей речи первостепенной задачей является влияние на мысли или поведение слушателей. Политик представляет комбинацию логических и экстралогических аргументов с целью убеждения аудитории в том, что ей следует верить или действовать так, как этого хочет говорящий. Отличительным аспектом убеждающей речи является сознательное намерение говорящего спровоцировать изменение мнения слушающего, что и является конечной целью этого вида коммуникации [4].

Среди важных элементов дискурса можно выделить такие его категории, как тема, речевая стратегия, языковые средства. Исследование речевых стратегий происходит в рамках речевой коммуникации [5, с. 420].

В коммуникации стратегия рассматривается как осознание целей и определение средств их достижения. Среди стратегий аргументативного дискурса, включенного в политический дискурс, в теории и практике коммуникации выделяются следующие: атака, защита, продажа (аргументы выглядят нейтральными по отношению к своей позиции и позиции оппонента), игнорирование, перехват инициативы. Сочетая несколько стратегий, возможно интенсифицировать или ослабить эмоциональный отклик и степень убеждения [5, с. 418].

Основные стратегии аргументации, выработанные еще Аристотелем, включают убеждение через логико-причинные аргументы, аргументы, связанные с характером и репутацией убеждающего, и эмоциональные аргументы. Учитывается также, что убеждающие аргументы могут быть двух типов: прямые и косвенные. И те, и другие виды аргументов В. В. Путин активно использует в своих высказываниях. Прямые аргументы включают эксплицитный модальный компонент долженствования или императива (побуждающую формулу) и аргументы, побуждающие к определенному мнению или действию через давление [1].

«Конечно, мы должны усиливать и будем усиливать различные инструменты контроля, преследования, уголовного в том числе преследования, за противоправные действия. Но этого всегда будет недостаточно, если мы с вами не пойдем, не направим на борьбу с этим злом само общество. Вот в этом смысле, конечно, очень многое зависит от вас» (Пресс-конференция 2007 г.)

Косвенные аргументы – имплицитно выраженное через весомость фактов (фактологическое) убеждение, по сути, экзистенциальный тип аргумента, утверждающий наличие, существование чего-либо [1]:

«Россия продолжит финансирование нацпроектов из федерального бюджета после смены руководства страны. В России реализуются нацпроекты в сфере сельского хозяйства, здравоохранения, жилья и образования. Проекты останутся, часть может быть трансформирована, может быть передана в регионы, но с федеральным финансированием. Федерация не бро-

сит эти направления» (пресс-конференция 2007 г.)

Проанализировав речь российского политического деятеля Путина, мы проследили использование в его выступлениях различных стратегий аргументации и убеждения.

Известно, что сила убедительности сообщения возрастает, если оно затрагивает темы или содержит в себе проблемы, вызывающие у людей личную заинтересованность.

Основными темами, затрагиваемыми политиком, стали, в первую очередь, итоги лет, указанных в материале к статье, итоги 8-летнего пребывания на посту главы государства, и, конечно, были намечены дальнейшие перспективы развития страны на новом этапе ее истории. Помимо этого, оратор обращается к основным общечеловеческим проблемам и ценностям, к вопросам повседневного существования, которые наиболее актуальны.

В системе аргументации наибольший интерес представляют следующие стратегии:

а) апелляции к авторитетам, ссылки на исследователей, что имеет скорее психологическую основу;

б) опора на заведомо истинные суждения: законы, документы, нормативные акты, аксиомы, пословицы, поговорки, крылатые выражения и т. д.;

в) приведение статистических данных как одного из логических аргументов.

В выступлениях Путин часто демонстрирует именно эту стратегию.

«Прошлый год (2007) у нас был удачным. Достаточно сказать, что рост экономики составил 8,1 процента, это один из самых больших результатов за последние годы. Мы, если считать по паритету покупательной способности, обошли такие страны “восьмерки”, как Италия, Франция, и Россия, по объему экономики теперь занимает седьмое место в мире. <...>

Успешно реализуется и демографический проект. Рост динамики рождаемости был самым большим в 2007 г. за 25 лет, и детей родилось так много, как не рождалось за последние 15 лет. И, что особенно важно и особенно мне приятно отметить, мы достигаем прямо той цели, которую перед собой ставили: значительно увеличилось количество вторых и третьих детей в семьях, на 10 процентов (с 33 процентов примерно до 42 процентов). При этом мы индекси-

руем, как и обещали, все пособия в этой сфере, включая и материнский капитал».

Политик в своей речи довольно часто прибегает к количественному учету данных, говоря о росте экономики, численном составе, процентных соотношениях, что относится к фактам и действует как сильный аргумент. Апеллирование к цифрам является действующим механизмом при восприятии слушателями информации. Но при этом, как мы можем заметить, на небольшом фрагменте текста используется такое обилие цифр, касаемых временных, величинных, числовых характеристик, что сопоставить их трудно. Также не совсем ясно, по сравнению с чем приводятся такие данные, хотя и даются отсылки. Помимо этого, стоит обратить внимание, что показатели могут расходиться.

Из итогов 2007 г.: *Реальные доходы граждан выросли на 10,4 процента. Реальная заработная плата – на 16,2 процента. Реальная пенсия – на 3,8. <...>*

Пример из «Разговора с Владимиром Путиным. Продолжение» 2010 г.

«Главный показатель – ВВП – показал рост в 3,8 %, что свидетельствует о положительной динамике. А рост производства по итогам 2010 года составит 8,5–8,6 %. Реальные доходы россиян в 2010 году выросли на 2 с небольшим процента, реальная же зарплата – на 4,2 %, пенсии – на 44,9 %. В уходящем году создано 1 млн 200 тыс новых рабочих мест, экономика выйдет на докризисный уровень в первой половине 2012 года».

г) употребление риторических вопросов, реализующих контактоустанавливающую функцию, а также функцию персонализации. Посредством риторических вопросов оратор может активизировать внимание аудитории и акцентировать важные положения:

«Газпром» не может ничего отпустить, в том числе и цены, без соответствующих решений Правительства Российской Федерации. Правительство Российской Федерации приняло, на мой взгляд, достаточно взвешенные решения в сфере развития энергетики. Это касается не только цен на газ, это касается электроэнергетики, атомной энергетики, гидроэнергетики, это касается регулирования и дерегулирования на рынках. В чем, собственно говоря, дело, если оттолкнуться от первичного ресурса, от газа?»

д) использование нарративов – практически каждый ответ на вопрос представляет собой не-

большое законченное сообщение, удобное для устного восприятия, поскольку имеет четкую структуру;

е) создание эффекта очевидности и общеизвестности фактов.

Е. РОЖКОВ (телеканал «Россия», программа «Вести»): Добрый день! Владимир Владимирович, меня интересует Ваше мнение по поводу одной проблемы, которая дает о себе знать довольно часто. Как Вы думаете, почему в нашей стране, которая в свое время победила и даже разгромила фашизм, до сих пор остается почва для различных националистических настроений, расовой неприязни, ксенофобии и так далее?»

В. ПУТИН: Это всех тревожит: и органы власти тревожит, и общественность тревожит. Думаю, что это имеет много причин, в том числе это связано с определенной растерянностью, с определенным идеологическим вакуумом, который возник после развала Советского Союза, с чувством ущемленности основных национальных групп, наиболее многочисленных национальных групп.

ж) обещания предложения готового решения

Часто политики в своих выступлениях, говоря о той или иной проблеме, обещают представить пути ее решения либо пытаются предложить готовое решение.

«Нам все время навязывают тезис о том, что Россия использует имеющиеся и появляющиеся у нее экономические рычаги для достижения внешнеполитических целей. Это не так. Российская Федерация полностью и в полном объеме всегда исполняла и намерена исполнять в будущем все свои обязательства. Но мы не обязаны субсидировать экономики других стран в огромных размерах, сопоставимых с их бюджетами. Ведь этого никто не делает». Демонстрируется обещание исполнять свои обязательства, но, как это будет происходить, не указывается.

Стратегия убеждения и обоснования часто предполагает использование антонимических оппозиций: слушающему предлагается оппозиция, из которой видны преимущества или недостатки обсуждаемого явления или предмета. Благодаря оценочному компоненту антонимическая оппозиция приобретает воздействующую силу. Данный прием обеспечивает рассмотрение проблемы с разных сторон и способствует более эффективному ее решению.

Также можно выделить следующие стратегии на уровне стилистики:

1) повторы:

Мы, что, не имели возможности сказать о том, что мы делали и о том, что мы будем делать? По сути – все сказано. Те люди, которые с ним соревнуются – им предоставлены все возможности заявить о себе и рассказать о своей программе так ярко, как они смогут это сделать.

2) оценочная лексика:

Избирательная кампания идет нормально. То, что она проходит спокойно, без вот этих дебатов, без раскачки внутри страны, это говорит не о том, что у нас существует дефицит демократических процедур, а о том, что в подавляющем большинстве граждане России поддерживают избранный и проводимый в последние годы курс.

На уровне локальной семантики стратегии реализуются посредством:

1. Отрицания. Во-первых, отрицания каких-либо положений реальной действительности, во-вторых, отрицания мыслительных операций, выражающихся в собственном несогласии.

У ОБСЕ нет оснований предъявлять ультиматумы России в связи с проблемой участия международных наблюдателей на выборах президента РФ. Я не думаю, что у кого-то есть соблазн сегодня предъявлять какие-то ультиматумы России. Тем более у организации с такой неблагозвучной для русского уха аббревиатурой, как «БДИПЧ» (Бюро по демократическим институтам и правам человека. – «РГ»). ОБСЕ давно созрела для реформ.

2. Уступки. Стратегия может выражаться в представлении компромиссных решений для последующего успешного взаимодействия и процветания экономик обеих стран.

«С Беларусью в этом году были известные сложности, но мы все-таки подписали соглашение и о транзите, и об изменении цен на энергоносители в перспективе – со стопроцентным выходом на рынок. И это, в конечном итоге, самое главное. Даже неважно, сколько платят сегодня, важно, что мы зафиксировали в документах этапы перехода к рынку, но сделали это мягко – в течение четырех лет – абсолютно в дружеском контексте. <...> Мы с Беларусью намерены все-таки продолжать строительство Союзного государства, мы очень рады и приветствуем те изменения, которые белорусское руководство сделало в плане приведения к общему знаменателю наших тарифов на нефть сырую и

на нефтепродукты, и это реальный шаг к созданию полноценного Таможенного союза. Я уверен, что наши белорусские партнеры в состоянии проанализировать реалии, в состоянии понять надежность российской экономики и российской национальной валюты, может быть, выйти на единую, на общую валюту, не на российский рубль и не на белорусский, или, как мы и первоначально планировали, мы же это планировали сделать, выйти сначала на российский рубль. Это все возможно».

Для расположения аудитории, ее активизации политик использует стратегию эмоционального давления, она реализована в следующем фрагменте:

Деноминация рубля не планируется ни в краткосрочной, ни в долгосрочной перспективе, в этом нет никакой целесообразности – нет и не будет. Врут они все, не верьте. Вы хотите, чтобы я ел землю из горшка с цветами и клялся на крови? Нет никакой экономической необходимости. Это ничего, кроме вреда, для экономики страны не принесет. Это глупо просто. Зачем? Таких мыслей даже в голове ни у кого нет, ни у Центробанка, ни у правительства, ни у президента». В целях усиления эмоциональности используется метафора, устойчивое словосочетание, парцелляция.

Для повышения степени доверия аудитории оратор достаточно часто использует афористические выражения. Прежде всего, в афоризмах В. В. Путина привлекает внимание экспрессивная лексика, особенно просторечная, к которой относят слова, выражающие отрицательную оценку. В собранном текстовом материале можно также отметить использование всех пластов лексики: высокая, книжная лексика (*алтарь, отечество, чаяния*), научная (*дискуссия, способы, контроль, развитие, проблема, синтезировать*), официально-деловая (*право, правление, национальные интересы, партнеры*), разговорная (*не легалы, должок, ну, не знаю; поиздержались, врут, кормушка*), жаргонизмы (*загнуть, оттащить, опускать ниже плинтуса*), окказиональные слова (*поураганить, описывая ситуацию 90-х гг.*), использование грубой лексики (*свинья, скотина*), цитирование (*вор должен сидеть в тюрьме – к/ф «Место встречи изменить нельзя» Глеб Жеглов (В. Высоцкий)*).

Оратор часто употребляет личные местоимения «мы» в различных сочетаниях, тем самым, реализуя тактику консолидации. Наряду с использованием личных местоимений «мы, наш»,

оратор часто употребляет личные местоимения «я, мне хотелось бы», тем самым идентифицируя свою собственную позицию.

Для создания необходимых ассоциаций в сознании аудитории, а также для усиления образности речи прибегает к многочисленным метафорам, сравнениям, гиперболам. Среди синтаксических средств выражения экспрессивности в речи В. В. Путина необходимо зафиксировать инверсию, эллипсис, синтаксический параллелизм, градацию, эпифору.

Таким образом, проанализированные нами тексты речей в большей степени насыщены логическими доводами, перечислениями, рассуждениями с опорой на фактически-статистическую информацию. Но не менее значимой в речевом воздействии оказывается и эмоционально-экспрессивная доминанта, поскольку тексты предназначены для публичных выступлений и призваны сразу овладеть вниманием слушателя, воздействовать на его чувства и эмоции.

Необходимо подчеркнуть, что, имея психологическую природу, стратегия убеждения является определяющим фактором для формирования семантического содержания речи, а также для композиционного и стилистического ее оформления. Мы пришли к выводу, что для эффективного воздействия на аудиторию политический деятель прибегает к различным средствам аргументации. Среди таковых можно выделить лексические (местоимения, ключевые слова, метафоры, сравнения, образные высказывания), стилистические (стратегии и тактики аргументации и убеждения), композиционные (речь имеет введение, основную часть и заключение).

Аргументация и убеждение может реализовываться посредством различных вербальных стратегий. Для эффективности убеждения политический деятель прибегает к различным стратегиям. В процессе исследования были выявлены следующие стратегии аргументации, присутствующие в политическом дискурсе:

1) *аргументативные* (апелляция к авторитетам, статистика, риторические вопросы, нарративы, создание эффекта очевидности и общеизвестности фактов, обещания, ссылка на традиционные ценности, оппозиция, положительная самопрезентация);

2) *семантические* (отрицание, уступка);

3) *стилистические* (повторы, оценочные слова).

В целом анализ аргументативной коммуникации позволяет определить позиции политического деятеля, установить способы воздействия на аудиторию и проследить структуру построения аргументов, чтобы определенным образом воздействовать на сознание слушателей.

Библиографический список

1. Алексеев, М. Н. Во всеоружии аргументов [Текст] / М. Н. Алексеев. – М. : Знание, 1986. – 64 с.
2. Алтунян, А. Г. От Булгарина до Жириновского. Идеино-стилистический анализ политических текстов [Текст] / А. Г. Алтунян. – М. : РГГУ, 1999. – 265 с.
3. Арутюнова, Н. Д. Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы / Н. Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1976. – 383 с.
4. Кунцевич, С. Е. Психологические аспекты политического дискурса [Текст] / С. Е. Кунцевич // Вестник Минского гос. лингвист. ун-та. Сер. 1, Филология. – 2005. – № 4 (20). – С. 37–50.
5. Маркович, А. А. Аргументативная коммуникация [Текст] / А. А. Маркович // Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов : сб. науч. трудов. – Вып. 1. – Минск, 1998. – С. 412–421.
6. Мигунов, А. И. Теория аргументации как логико-прагматическое исследование аргументативной коммуникации [Текст] / А. И. Мигунов // Коммуникация и образование / под ред. С. И. Дудника. – СПб., 2004.
7. Остин, Дж. Л. Слово как действие [Текст] / Дж. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. – М., 1986. – С. 22–131.
8. Назаретян, А. П. Политическая психология: предмет, концептуальные основания, задачи [Текст] / А. П. Назаретян // Прикладная психология. – 1999. – № 1. – С. 1–10.
9. Петренко, В. Ф. Исследование профессиональных стереотипов-типажей [Текст] / В. Ф. Петренко // Речевое воздействие: психологические и психолингвистические проблемы. – М., 1986.
10. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика [Текст] : учебное пособие / А. П. Чудинов. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 256 с.