

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.8.50>

Нейман Валентина Николаевна

Оппозиция "свой/чужой" в дискурсе дебатов кандидатов на пост президента Российской Федерации и Чешской Республики как средство построения стратегии убеждения

Целью исследования является описание использования стратегии убеждения в современном предвыборном дискурсе дебатов кандидатов на пост президента Российской Федерации и Чешской Республики. Научная новизна заключается в применении прагмалингвистического анализа в сравнении политического дискурса стран России и Чехии. Полученные результаты показали, что политические деятели указанных стран прибегают к моделированию речи с помощью бинарной оппозиции "свой/чужой" с целью манипулирования. Для обозначения своей позиции они используют инклюзивное местоимение множественного числа для укрепления концепции принадлежности к обществу и стремления к достижению общих с ним целей и эксклюзивное - для реализации манипулятивных стратегий в отношении оппозиционных групп.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2020/8/50.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 8. С. 266-270. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2020/8/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.8.50>

Дата поступления рукописи: 31.05.2020

Целью исследования является описание использования стратегии убеждения в современном предвыборном дискурсе дебатов кандидатов на пост президента Российской Федерации и Чешской Республики. *Научная новизна* заключается в применении прагмалингвистического анализа в сравнении политического дискурса стран России и Чехии. *Полученные результаты* показали, что политические деятели указанных стран прибегают к моделированию речи с помощью бинарной оппозиции «свой/чужой» с целью манипулирования. Для обозначения своей позиции они используют инклюзивное местоимение множественного числа для укрепления концепции принадлежности к обществу и стремления к достижению общих с ним целей и эксклюзивное – для реализации манипулятивных стратегий в отношении оппозиционных групп.

Ключевые слова и фразы: стратегия убеждения; дискурс предвыборных дебатов; бинарная оппозиция «свой/чужой»; русский язык; чешский язык; прагмалингвистический анализ.

Нейман Валентина Николаевна

Ханты-Мансийская государственная медицинская академия
Югорский государственный университет, г. Ханты-Мансийск
v-tiunova@list.ru

Оппозиция «свой/чужой» в дискурсе дебатов кандидатов на пост президента Российской Федерации и Чешской Республики как средство построения стратегии убеждения

В политической борьбе важную роль играет язык. Каждое политическое действие сопровождается языковыми действиями. Одна политическая речь может иметь больше одного автора, ее выстраивают с осторожностью и вниманием к деталям. Особенностью предвыборного дискурса является речевое воздействие на электорат. Такое воздействие имеет цель повлиять на действия адресата, определить его выбор, изменить его политические взгляды путем убеждения, внушения и принуждения.

Актуальность исследования заключается в необходимости накопления и систематизации данных о прагмалингвистических особенностях политического предвыборного дискурса, средствах и методах манипулятивного воздействия на общественное сознание.

Для достижения указанной цели исследования необходимо решить следующие *задачи*: во-первых, описать способы манипулирования в политической речи, во-вторых, выявить роль стратегии убеждения в предвыборной политической речи, в-третьих, проанализировать дискурс дебатов кандидатов на пост президента России и Чехии, в-четвертых, указать на использование стратегии убеждения в речах участников дебатов на примере бинарной оппозиции «свой/чужой» и раскрыть ее манипулятивный потенциал.

Для выполнения поставленных задач применены следующие *методы исследования*: метод наблюдения, метод компонентного анализа, метод классификации и систематизации, методы сопоставления и обобщения.

Теоретической базой служат труды В. Л. Бенуа [2], Н. И. Клушиной [4], О. Н. Паршиной [6], посвященные анализу политического дискурса, работы Дж. Остина [7; 8] и Дж. Серля [13], лежащие в основе теории речевых актов.

Практическая значимость заключается в раскрытии манипулятивного потенциала стратегии убеждения, результаты исследования могут быть использованы в формировании рекомендаций для успешного политического выступления.

Функциональная теория дискурса, описанная В. Л. Бенуа, определяет шесть аксиом, на которых основывается политическая кампания: 1) голосование – это акт сравнения; 2) кандидатуры должны выделяться среди оппонентов; 3) сообщения политических кампаний – важная движущая сила для различения кандидатов; 4) восхваление, нападение и защита – методы создания предпочтительного образа; 5) дискурс выборов разворачивается вокруг двух тем: политики и личности кандидатов; 6) кандидаты должны получить большинство голосов избирателей [2].

Согласно Г. П. Бакулеву, можно выделить четыре способа манипулирования в речи: персонификация, драматизация, фрагментация и нормализация [1]. Анализ коммуникативных стратегий и тактик в политическом дискурсе приводит к выводу о том, что в своей основе они опираются на бинарную оппозицию «свой/чужой», «добро/зло». Рассмотрим значение оппозиций «свой/чужой» и «добро/зло» с опорой на справочную литературу. Следуя за толковым словарем русского языка под ред. С. А. Кузнецовой, в понятие «свой» будем вкладывать «принадлежащий или свойственный себе» [3]. Прямо противоположное значение имеет лексема «чужой» – «являющийся собственностью другого (других); не имеющий непосредственного отношения к кому-л.; не свой» [Там же]. В понятие «добро» вкладываем «всё хорошее, положительное, направленное на благо», в понятие «зло» – «всё дурное, плохое, вредное» [Там же]. Но анализ словарных понятий не может представить в полном объеме семантическое содержание этих концептов, необходимо проанализировать групповой компонент содержания концептов, их ситуационную составляющую.

Н. И. Клушина выделяет образ врага как константу любого политического дискурса. Стратегии, на которые она указывает, представляют собой речевую агрессию, стратегию дискредитации и стратегию «навешивания ярлыка». Однако кроме упоминания внешнего и внутреннего врага появляется и третья составляющая, так называемое «мировое зло», противопоставляемое двум другим [4].

О. Н. Паршина отмечает две главные стратегии: нападения и защиты. К стратегии нападения относятся тактики обвинения, гиперболизации, утрирования, оскорбления, насмешки, компрометации, выведения оппонента из себя; к последней – тактики оправдания, оспаривания, критики, дистанцирования, упрека и угрозы [6].

О. Л. Михалёва в рамках своей системы стратегий в политическом дискурсе выделяет ряд тактик: стратегия на понижение – тактики обвинения, безличного обвинения, анализ-«минус», обличения, оскорбления, угрозы, стратегия на повышение – тактики презентации, неявной самопрезентации, анализ-«плюс», отвода критики, самооправдания, стратегия театральности – тактики побуждения, кооперации, размежевания, информирования, обещания, предупреждения, прогнозирования, иронизирования, провокации [5].

Данное исследование направлено на выявление стратегии убеждения в политических дебатах перед выборами на пост президента Российской Федерации и Чешской Республики в 2018 году. Этот способ можно рассматривать как вербальное аргументированное воздействие на адресата, часто используемое некоторыми кандидатами как метод психологического воздействия на сознание адресата посредством изменения его прежних суждений.

Язык политиков был проанализирован с точки зрения теории речевых актов Дж. Остина с целью проследить способы речевого воздействия. Были рассмотрены дебаты кандидатов на пост президента в эфире первого канала российского телевидения (выступления В. В. Жириновского, К. А. Собчак, Г. А. Явлинского, Б. Ю. Титова) и предвыборные дебаты в эфире канала ČT1 чешского телевидения (выступления Й. Драгоша, М. Горачека, М. Гилшера, М. Тополанека).

Согласно теории речевых актов Дж. Остина и Дж. Серля, локутивным актом является производство звуков, имеющих значение. Иллокутивный акт раскрывает намерение говорящего через высказывание, может быть представлен в виде обещания или приказа. При этом необходимо, чтобы участники исполняли определенные социальные роли в рамках общественного института, что позволяет их речевым актам вступать в силу. Перлокутивный акт имеет дело главным образом с воздействием на слушателя, например, производится с целью убеждения, угрозы, развлечения [7]. В данном исследовании убеждение является предполагаемым перлокутивным актом.

Понимание речевых актов было бы легче, если бы взаимосвязь между иллокутивным и перлокутивным актами всегда была прямой, но это не так. Только хорошее знание контекста высказывания может раскрыть предполагаемый иллокутивный акт, который является сущностью прагматики как изучения языка в контексте. Дж. Серль разделил иллокутивную силу на пять категорий в так называемой типологии речевых актов Серля: напористые, директивы, комиссивы, выразительные и декларативные выражения [13]. Напористые речевые акты представлены утверждениями говорящего о правдивости того, о чем говорится, например: заключения, жалобы, хвастовство или описание событий в мире. Директивные речевые акты – это попытка заставить слушателя произвести определенные действия, они характеризуются приказами, приглашениями или запросами. Активные речевые действия, такие как обещания, угрозы или предложения, выражают намерение говорящего предпринять определенные действия. Выразительный речевой акт выполняется всякий раз, когда производитель высказывания выражает психологическое состояние, например, извиняется и объявляет, что возникло новое положение дел, к примеру, объявление войны. Чтобы произвести эффект на аудиторию, они должны быть объявлены определенным человеком в определенном контексте [7].

Политические деятели могут выбрать дейктическую категорию для выражения степени личной вовлеченности. Так, использование местоимения первого лица множественного числа обозначает говорящего и одного или нескольких других лиц, указывая на то, кто принадлежит группе, а кто нет. Применение личного дейксиса в этом случае служит методом убеждения. Политики, как правило, подчеркивают различия между «своими» и «чужими» путем категоризации групп. Н. Фэйрклаф установил два реляционных значения местоимения «мы»: инклюзивное и эксклюзивное [9]. В первом случае местоимение «мы» включает говорящего и слушающих, во втором – включает говорящего (и его команду), но исключает слушающих.

Продемонстрируем оппозиции «свой/чужой» в дискурсе дебатов кандидатов на пост президента Российской Федерации и Чешской Республики на примере их высказываний. Рассмотрим, как оппозиции «свой/чужой» в речи кандидатов могут служить основой построения стратегии убеждения.

Примеры инклюзивного «мы» (актуального): *Нам нужно такое государство, которое поворачивается лицом к человеку. Государство, которое дает землю, которое строит дорогу, открывает накопительные счета. Государство, смысл которого – защита жизни каждого человека. Вот какое нам нужно государство* (Г. А. Явлинский) [11]; *Дорогие избиратели, один из самых опасных мифов, которые сумела внушить нам государственная пропаганда, это то, что у России есть какие-то особые ценности, не верьте в это* (К. А. Собчак) [Там же]; *Protože naše demokracie stojí na třech pilířích, které se vzájemně vyvažují: mocí exekutivní vykoná a právě soudní. Čím bude moc soudní nezávislejší tím lepší naše demokracie bude* (М. Горачек) [10]. / *Потому что наша демократия стоит на трех столпах, которые взаимно уравновешивают власть исполнительную и судебную. Чем более независимой будет судебная власть, тем лучше будет наша демократия* (здесь и далее перевод автора статьи. – В. Н.); *Co může prezident udělat pro to, abychom tu politickou kulturu u nás změnili a abychom navrátili alespoň trochu důvěry našich občanů ve své politické reprezentanty?* (М. Гилшер) [Ibidem]. /

Что может сделать президент, чтобы изменить нашу политическую культуру и восстановить хотя бы немного доверия наших граждан к их политическим представителям? В этом случае с помощью личного притяжательного местоимения первого лица «наш» реализуется концепт СВОЙ в значении «принадлежащий нам, собственный». Кандидат не отделяет себя от народа, вся страна в целом представляет большую семью – единство всех граждан, и государственные вопросы касаются каждого без исключений.

Рассмотрим также примеры эксклюзивного «мы» (коллегиального): *Мы работали над этим документом два года. Работало больше 800 экспертов, но это и предприниматели, работало 5 институтов академических* (Б. Ю. Титов) [11]; *Мы предложили стране, давайте примем акт исторического примирения. Что царская Россия, советская и нынешняя – это одна страна. Не хотят* (В. В. Жириновский) [Там же]; *Přesně tohle dělá Miloš Zeman a ne sjednocuje a programově rozděluje společnost. Prosím, já ted' nemíním vůbec to, že bychom měli mít na všechno stejný názor* (Й. Драгош) [10]. / *Именно то, что делает Милош Земан, не объединяет, а программно разделяет общество. Прошу Вас, я не говорю, что мы должны иметь одинаковое мнение обо всем; Já se zeptám Pavla Fischera, my jsme těch diskuzí vedle už asi 20 a už přesně ty svoje názory známe, ale já pořád ještě neznám úplně úplně úžasně* (М. Тополанек) [Ibidem]. / *Спрошу Павла Фишера, у нас уже было, наверно, 20 таких обсуждений, и мы уже знаем точки зрения друг друга, но я до сих пор не знаю абсолютно точно.*

В этом случае кандидаты говорят о работе своей команды, ограничивая словом «мы» только «своих» людей, тех, кто разделяет интересы кандидата (его партии), его взгляды на будущее политическое устройство страны. Концепт СВОЙ представлен в значении «относящийся к себе как члену какого-л. коллектива» [3], связующим звеном здесь являются социальное положение и политические взгляды.

В часовых дебатах кандидатов на пост президента на первом канале 14 марта 2018 года существовал строгий регламент, каждому из участников было выделено 2 минуты на вступительное слово, 2 минуты 5 секунд на ответ на вопрос ведущего и 2 минуты на заключительное слово. Результаты анализа использования личного местоимения множественного числа представлены следующим образом (Таблица 1).

Таблица 1

Участник	Количество употреблений личного местоимения мн. ч.	Инклюзивное	Эксклюзивное
В. В. Жириновский	9	8 (89%)	1 (11%)
К. А. Собчак	14	14 (100%)	0
Б. Ю. Титов	17	8 (47%)	9 (53%)
Г. А. Явлинский	19	19 (100%)	0

Преобладание инклюзивного местоимения можно объяснить тем, что политики объединяют свои личные стремления со стремлениями всех граждан России, у них могут возникнуть такие же проблемы, как и у любого жителя страны, их, как и всех граждан, беспокоит современное положение дел, и только в едином порыве можно преодолеть сложившуюся ситуацию. Использование эксклюзивного местоимения, в частности, в случае Б. Ю. Титова можно объяснить тем, что кандидат по сравнению с оппонентами не имеет богатого опыта в проведении предвыборной кампании. Главным лицом, представляющим его партию, становится выдвигаемая программа и команда, подготовившая ее.

Дебаты в эфире чешского телевидения имели двухчасовую продолжительность и состояли из 5 блоков: приветственное слово (30 секунд для каждого выступающего), дискуссионный блок “Doma v Česku” («Дома в Чехии»), дискуссионный блок “Česko ve světě” («Чехия в мире»), дискуссионный блок “Kancelář prezidenta republiky a její složení” («Канцелярия президента Республики и ее состав») и заключительное слово (30 секунд для каждого из кандидатов) [10]. Дискуссионные блоки не требовали четкого ограничения по времени на ответы. Результаты исследования использования личного местоимения первого лица множественного числа представлены в Таблице 2.

Таблица 2

Участник	Количество употреблений личного местоимения мн. ч.	Инклюзивное	Эксклюзивное
М. Тополанек	22	11 (50%)	11 (50%)
М. Горачек	12	10 (83%)	2 (17%)
М. Гилшер	22	15 (68%)	7 (32%)
Й. Драгош	7	6 (86%)	1 (14%)

Среди кандидатов использование эксклюзивного «мы» превалирует у М. Тополанека, это может быть связано с тем, что он имеет богатый опыт в политике: занимал пост премьер-министра Чешской Республики, возглавлял гражданско-демократическую партию. Это позволяет ему говорить о некоторых политических решениях, принятых в прошедшем десятилетии с использованием личного дейксиса в значении действующего тогда правительства. В концепт СВОЙ кандидат вкладывает значение «принадлежащий к определенной группе».

Как упоминалось ранее, использование «мы» в качестве действенного местоимения служит для разделения или интеграции в определенную группу. Инклюзивное местоимение используется для укрепления

концепции принадлежности к обществу и стремления к достижению общих с ним целей. В свою очередь, использование исключаящего «мы» способствует реализации манипулятивных стратегий в отношении оппозиционных групп. Изучение личного дейксиса позволило предположить, что использование местоимения было стратегическим шагом, предпринятым для обозначения команды единомышленников, подчеркивания уникальности своей предвыборной программы, а также обозначения оппозиционной команды.

Как было сказано выше, для образования бинарной оппозиции «свой/чужой» авторы используют личные местоимения «мы/они», что несет манипуляторный потенциал, обозначая оппонента: *Сегодня мы – слабые, сильны чиновники, которые сегодня в огромном количестве размножаются в нашей стране. Они диктуют правила игры в сегодняшней экономике и в обществе* (Б. Ю. Титов) [11]. Еще один пример из высказывания К. А. Собчак: *Жириновский участвует в этих выборах уже более двадцати лет, и это его роль – просто участвовать в этих выборах. Так же как и роль КППФ и любого кандидата от КППФ – просто протирать штаны в Думе и получать огромное финансирование от государства. Эти статисты существуют здесь только для того, чтобы оттягивать на себя недовольных в стране и показывать, что они якобы оппозиционные кандидаты. Они просто занимают на этой арене место и время настоящих оппозиционеров* [Там же].

Также можно отметить использование местоимения множественного числа третьего лица в значении народа, населения России. Но в этом случае речь идет о предполагаемом электорате, и использование местоимения «они» может иметь различные функции. Так, например, К. А. Собчак говорит о том, что действующая власть пытается навязать мысль о «несуществующих» россиянах, наделенных ложными, по мнению автора, чертами. Используя местоимение «они», политик делает акцент на том, что ее аудитория не имеет ничего общего с этим образом: *Эту власть нужно и можно менять. Нам рассказывают, что россияне консервативны, они хотят, чтобы ими управлял царь, мол, ничего не надо менять, но это неправда* [Там же]. В. В. Жириновский также использует личный дейксис в третьем лице, говоря о русском народе: *Они не могут жить в маленькой республике. Они привыкли – держава! «Империя» не подходит слово. СССР – нет! Держава, огромная держава* [Там же]! Г. А. Явлинский называет национальной идеей России уважение: *Но люди очень хотят, чтобы они могли уважать свое государство, они очень хотят, чтобы государство уважало их. Мы все хотим, чтобы уважали нашу историю, чтобы уважали наших предков, чтобы уважали наших детей, уважали наше будущее, уважали нашу культуру, наши интересы* [Там же]. Автор высказывания создает образ ответственного гражданина, требующего уважения к себе, сначала дистанцируя его от слушающих (электората), а затем – объединяя.

Главная особенность предвыборного дискурса состоит в том, что он содержит в основном те типы текста, которые имеют манипулятивное намерение в качестве преобладающего. У предвыборных агитационных выступлений есть одна отличительная черта: коллективный получатель речи полностью или частично осознает манипулятивный характер сообщения. Другими словами, получатели предполагают или понимают, какой перлокутивный эффект планируется достичь производителями предвыборных агитационных выступлений перед выборами. В этом дискурс политики имеет много общего с манипулятивным дискурсом рекламы, так как такой дискурс также располагает некоторыми инструментами для достижения конкретной цели получения информации, хранящейся в сознании получателей. Голосование за выступающего кандидата является заранее запланированным перлокутивным эффектом предвыборных агитационных выступлений. Для того чтобы коллективный получатель сообщения проголосовал за определенного кандидата на пост президента, выступающий должен достичь ряда контактных перлокутивных эффектов посредством реализации наиболее продуктивных целей манипулирования речью. Такими целями могут служить инстинкты коллективного реципиента, особенности человеческого ощущения и основные эмоции [8]. Именно эти цели манипулирования речью можно рассматривать как наиболее эффективные, поскольку они обладают такими важными свойствами, как универсальность (что делает реакцию получателей речи схожей) и коллективность (цели важны для всех представителей коллективного реципиента). Так, для того чтобы обозначить свои оппозицию и сторону оппонента, достаточно использовать личные местоимения. Аудитория, следящая за предвыборными программами, способна верно интерпретировать такие дейксисы, как «мы», «они» и «вы».

В выступлениях предвыборной кампании кандидаты отражают свои идеи и планы для реализации на президентском посту. Речи политиков России и Чехии можно объединить призывом к переменам. Действующие президенты этих стран, участвующие и в выборах 2018 года, не принимали активное участие в дебатах, но были лидерами в предвыборной гонке и представляли собой некий «старый» режим, с которым боролись другие претенденты на этот пост. Применение стратегии убеждения путем выстраивания оппозиции и обозначения сторон имело манипулятивный характер, способствовало положительному самопредставлению (стратегия на повышение) и отрицательному представлению своих противников (стратегия на понижение). Использование инклюзивного «мы» более характерно для российского дискурса, что можно объяснить традицией, связанной с идеологией единения. Подобный прием устанавливает контакт между говорящим и аудиторией, создавая образ «я такой же, как и вы». В чешском дискурсе, напротив, чаще используется местоимение «вы» в значении аудитории, что отделяет кандидата от электората и делает акцент на личности политика.

Чешские политики проявляли большую симпатию к своим оппонентам, нередко поддерживали их идеи или проявляли вербальные или невербальные знаки согласия и одобрения. Не было замечено использование местоимения «они», «их» в значении присутствующих на дебатах конкурентов, чего нельзя сказать о российских кандидатах. Личное местоимение третьего лица множественного числа скорее служило инструментом

для дистанцирования своей программы и своих взглядов (взглядов партии) от «неправильных» взглядов оппонентов, чем для обозначения «общего врага».

Таким образом, прагмалингвистический анализ в сравнении политического дискурса с использованием стратегии убеждения в современном предвыборном дискурсе дебатов кандидатов на пост президента Российской Федерации и Чешской Республики позволил прийти к следующим **выводам**.

1. Существуют четыре способа манипулирования в политической речи: персонификация, драматизация, фрагментация и нормализация. Для реализации манипулирования применяются различные стратегии.

2. Ролью стратегии убеждения является вербальное аргументированное воздействие на сознание адресата с помощью изменения его прежних суждений.

3. Анализ дискурса рассматриваемых кандидатов показал, что представители двух стран используют стратегию убеждения в своих речах, в частности путем создания бинарной оппозиции «свой/чужой» посредством личных и притяжательных местоимений множественного числа «мы (наш)» и «они (их)».

4. Политические деятели указанных стран прибегают к моделированию речи с помощью бинарной оппозиции «свой/чужой» с целью манипулирования. Для обозначения своей позиции они используют инклюзивное местоимение множественного числа для укрепления концепции принадлежности к обществу и стремления к достижению общих с ним целей, и эксклюзивное – для реализации манипулятивных стратегий в отношении оппозиционных групп.

Список источников

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М.: Аспект Пресс, 2005. 176 с.
2. Бенуа В. Л. Функциональная теория дискурса политической кампании // Политическая лингвистика. 2006. № 19. С. 18-43.
3. Большой толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова. Изд-е 2-е. СПб.: Норинт, 2000. 1536 с.
4. Клушина Н. И. Образ врага: о военной риторике в мирное время // Русская речь. 2006. № 5. С. 79-87.
5. Михалёва О. Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. М.: Кн. дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 256 с.
6. Паршина О. Н. Концепт «чужой» в реализации тактики дистанцирования (на материале политического дискурса) // Филологические науки. 2004. № 3. С. 85-94.
7. Austen J. L. How to Do Things with Words. Martino Fine Books, 2018. 178 p.
8. Austin J. L. Performative utterances // The Semantics-Pragmatics Boundary in Philosophy / ed. by Maite Ezcurdia; Robert J. Stainton. Broadview Press, 2013. P. 21-31.
9. Fairclough N. Language and power. L.: Routledge, 2015. 264 p.
10. <https://www.ceskatelevize.cz/> (дата обращения: 15.03.2018).
11. <https://www.1tv.ru/> (дата обращения: 21.01.2018).
12. Izard C. E. Human emotions. N. Y.: Plenum Press, 1977. 494 p.
13. Searle J. Speech acts: An essay in the philosophy of language. Cambridge: Cambridge University Press, 2007. 203 p.

Opposition “the Native – the Outsider” in the Russian and Czech Presidential Debate Discourse as Means to Develop Persuasive Strategy

Neiman Valentina Nikolayevna
Khanty-Mansiysk State Medical Academy
Ugra State University, Khanty-Mansiysk
v-tiunova@list.ru

The article considers the use of the persuasive strategy in the modern presidential debate discourse in Russia and Czechia. Scientific originality of the study involves application of a pragma-linguistic analysis to compare the Russian and Czech political discourse. The findings indicate that the political leaders of Russia and Czechia use the binary opposition “the native – the outsider” to exert manipulative influence on the audience. Inclusive “we” is used to emphasize the speaker does not separate himself from the society and shares aspirations of the people, and when the orator wants to distance himself from the “oppositional sector” he uses exclusive “we”.

Key words and phrases: persuasive strategy; presidential debate discourse; binary opposition “the native – the outsider”; Russian language; Czech language; pragma-linguistic analysis.