

RU

Языковая реализация персуазивности в политическом дискурсе (на примере парламентских дебатов германского бундестага)

Принципалова О. В.

Аннотация. В рамках политического дискурса язык выступает в качестве одного из инструментов борьбы за власть, а его функционирование возможно благодаря реализации определенных стратегий и тактик. Целью настоящего исследования является выявление и описание коммуникативных инструментов, используемых политиками в парламентской коммуникации для манипулирования сознанием реципиентов и для реализации имиджеподдерживающих или имидженарушающих интенций. Научная новизна исследования состоит в том, что в нем впервые рассматривается тактика персуазивности как способ моделирования имиджа партий в двух направлениях, а именно фокусирование положительных сторон имиджа своей партии и недостатков партии-оппонента или дефокусирование своих имиджевых недостатков и достоинств конкурента. В результате проведенного исследования удалось выделить набор языковых средств (грамматических, лексических и стилистических), которые служат реализации персуазивности в институциональных дебатах с целью фокусирования и дефокусирования достоинств и недостатков как базовых когнитивных операций поддержания и нарушения имиджа политиков и представляемых ими политических партий.

EN

Language implementation of persuasiveness in political discourse (by the example of parliamentary debates in the German Bundestag)

Printsipalova O. V.

Abstract. Within the framework of political discourse, language acts as one of the tools of the struggle for power and its functioning is possible due to the implementation of certain strategies and tactics. The aim of the study is to identify and describe the communication tools used by politicians in parliamentary communication to manipulate the consciousness of recipients and to implement image-supporting or image-breaking intentions. The study is novel in that it is the first to consider the tactics of persuasion as a way of modelling the image of parties in two directions, namely, the focusing of the positive aspects of the image of one's own party and the shortcomings of the opponent's party or the defocusing of one's own image shortcomings and the advantages of the competitor. As a result of the study, it was possible to identify a set of linguistic means (grammatical, lexical and stylistic) that serve to implement persuasiveness in institutional debates in order to focus and defocus advantages and disadvantages as basic cognitive operations to maintain and disrupt the image of politicians and the political parties they represent.

Введение

Политическая коммуникация – это искусство создавать видимость, обладающее определенным периодом полураспада, то есть способностью воздействовать на умы избирателей в течение определенного времени. Речь идет о манипуляциях общественным мнением посредством сознательного и скрытого влияния, которые всегда связаны с извлечением личной выгоды (Bäumel, 2014, S. 169). Являясь коммуникативно-когнитивным (над)пространством, в основе которого лежит аксиологический аспект, политический дискурс вербализует «предзаданные ценностные представления» (Молодыхенко, 2015, с. 9) и представляет собой арену для борьбы, некую «зону боевых действий», где преобладает конфликтное противостояние нескольких сторон (Ионин, 2010, с. 9). Мотив конфликта базируется на соответствии или несоответствии акторов представлениям об идеальном порядке вещей, о ценностных моделях. В политическом медиадискурсе акторы не только представляют конкретные социальные институты, но и репрезентируют себя как носителей определенного мировоззрения и идеологических ценностей (Быкова, 2018, с. 148).

Актуальность настоящего исследования обусловлена интересом к лингвистическим приемам и средствам, используемым политиками для манипулирования сознанием реципиента, так как политическая коммуникация носит прежде всего убеждающий характер, т. е. нацелена в первую очередь на убеждение адресата в правильности выражаемого политиками мнения.

Политические выступления обычно являются собой заранее подготовленные устные сообщения, адресованные (часто публичной) аудитории, посредством которых оратор представляет свои собственные политические идеи. Участвуя в парламентских дебатах, члены парламента представляют все политическое сообщество. Необходимость такого представительства вытекает из того факта, что интересы членов парламента не являются идентичными. Личность политика отражает совокупность интересов представляемой им партии, что не всегда может отражать общий интерес гражданского сообщества (Ungern-Sternberg, Funke, 2023, S. 285). Качество, присущее языку и обладающее решающим потенциалом власти в лингвистике, – политичность – лежит в основе специфической самореферентности языковых понятий (Glauninger, 2019, S. 30). Поступающая в ходе дебатов к электорату информация является первичным источником знаний для формирования социально-политических предпочтений (Грошев, Горбенко, Антоненко и др., 2019, с. 180). Знания и представления о кандидатах при этом выступают переменным фактором.

Ни одни политические дебаты не могут обойтись без использования политиками тактики убеждения, персуазивности. Для выявления языковых средств и инструментов, используемых ораторами для реализации персуазивности в институциональных дебатах, необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать выступления депутатов бундестага ФРГ и выявить языковые средства, реализующие тактику персуазивности;
- определить функции языковых средств персуазивности в каждом случае, соотнеся их с дихотомией «имиджеподдерживающие – имидженарушающие интенции».

Ключевым исследовательским методом стал лингвистический анализ, который сочетает процедуры лингвистического моделирования и традиционного для языкознания описательного метода. Комплексное применение прагмалингвистического, контекстуального, интерпретационного и стилистического методов позволяет описать маркируемые различными языковыми средствами интенции, актуализирующие те или иные стороны имиджа политических партий.

Материалом исследования послужили стенограммы заседаний бундестага, опубликованные на официальном сайте немецкого парламента (Deutscher Bundestag. URL: <https://www.bundestag.de/>): стенографический отчет (далее – СО) германского бундестага № 19/36 от 7 июня 2018 г.; № 19/68 от 29 ноября 2018 г.; № 19/118 от 17 октября 2019 г.; № 19/120 от 23 октября 2019 г.; № 19/146 от 13 февраля 2020 г.; № 19/175 от 16 сентября 2020 г.; № 19/239 от 7 сентября 2021 г.; СО германского бундестага № 20/19 от 27 февраля 2022 г.; № 20/25 от 24 марта 2022 г.; № 20/50 от 7 сентября 2022 г.; № 20/51 от 8 сентября 2022 г.; № 20/53 от 21 сентября 2022 г.; № 20/58 от 30 сентября 2022 г.; № 20/76 от 15 декабря 2022 г.; № 20/77 от 16 декабря 2022 г.

Теоретической базой исследования послужили труды российских исследователей (Ионин, 2010; Молодыхенко, 2015; Быкова, 2018; Грошев, Горбенко, Антоненко и др., 2019), посвященные механизмам реализации стратегий идентификации и отчуждения в политическом дискурсе. Кроме того, исследование опиралось на работы по изучению когнитивно-дискурсивных закономерностей моделирования личностей политиков (Шейгал, 1998; Чудинов, 2013; Шапочкин, 2018). Важным аспектом являлся ряд работ зарубежных ученых (Bäumel, 2014; Glauninger, 2019; Göhring, 2023; Girnth, Burggraf, 2019), которые исследовали тактики речевого воздействия на аудиторию для достижения поставленных оратором целей.

Практическая значимость видится в возможности использования результатов исследования в лекционных курсах по межкультурной коммуникации, а также на практических занятиях по немецкому языку со студентами-международниками, успешность будущей профессиональной деятельности которых напрямую зависит от их умения применять различные манипулятивные тактики, в том числе тактику персуазивности, в ходе деловых встреч и переговоров на высшем уровне.

Обсуждение и результаты

В парламенте как социальном институте существует ряд правил, согласно которым происходит взаимодействие его участников. Одним из признаков парламентских дебатов является их агональность, т. е. состязательность. Агонами назывались спортивные, а также музыкальные состязания в Древней Греции, которые были частью программы празднеств. Агональность заключалась в мирном соревновании, как правило спортивного, музыкального или поэтического характера. Позднее этот термин был перенесен из некоммуникативного поля в плоскость коммуникативного конфликта, где оппоненты рассматривают друг друга как противников в споре равных с целью одержать победу, а не потерпеть поражение (Göhring, 2023, S. 25). Элементы политического содержания рассматриваются с точки зрения многих политических акторов, следовательно, интерпретируются и оцениваются по-разному.

Формирование отношения электората к той или иной политической партии обусловлено прежде всего целевой установкой говорящего, так как «речевое воздействие не может осуществляться без вычисления мотивов» (Иссерс, 2009, с. 6). В политическом дискурсе политические акторы ставят своей целью внушение адресатам – гражданам сообщества – необходимости «политически правильных» действий и/или оценок (Шапочкин, 2018, с. 58). Характер аргументации при выделении достоинств своей партии и недостатков партий-

оппонентов должен обеспечить эмоциональное давление на участников дискурса. Экспрессивный накал, который нередко граничит с агрессивностью, достигается умением ораторов сочетать различные вербальные средства. Агональность политических дебатов предполагает, что политик не просто подчеркивает свою приверженность ценностям или, наоборот, несоответствие оппонентов ценностной системе, а выражает прежде всего оценочное отношение к этим фактам. Так как слова и предложения по своей природе лишены экспрессии, то они могут одинаково хорошо употребляться для любых оценок, часто противоположных (Бахтин, 1986, с. 281). Выбор языковых средств, эмоциональное оформление высказываний не является основополагающей задачей, а служит оболочкой при изложении фактов, так как тема уже стала предметом дискуссии в обществе и перекрестком разных направлений, точек зрения, мировоззрения.

В контексте политической коммуникации как коллективного коммуникативного акта дебатов в парламенте характеризуются особым взаимодействием адресанта и адресатов. Фокус этого взаимодействия сосредоточен на триалогичности коммуникации. Участники дебатов, обращаясь друг к другу (2 коммуниканта), одновременно обращаются и к зрителям, то есть к избирателям (3 коллективный коммуникант). Таким образом, ораторы апеллируют к двум адресатам, и непосредственный собеседник выступает в роли посредника, через которого говорящий воздействует на широкую публику. Истинный адресат – избиратель – полагает, что сообщение направлено не ему, не замечая при этом, что такая постановочная коммуникативная ситуация нацелена именно на него. Дебаты приобретают форму постановочного диалога, когда через полемику оказывается опосредованное воздействие на реципиентов. Благодаря этой триалогичности политические акторы достигают специфического прагматического эффекта.

Эмоционально-оценочные высказывания позволяют манипулировать восприятием реципиентов, вербуя их на свою сторону и маскируя вероятные промахи. Поскольку, обращаясь к своим оппонентам, политики одновременно обращаются к широкой аудитории, эмоциональное воздействие и оценочные высказывания в политическом дискурсе не только неизбежны, но и необходимы. В своей речи говорящий намеренно или ненамеренно предоставляет большое количество информации о себе, своем мировоззрении, своем отношении или своих ценностях. Такие чувства, как возмущение, гнев, гордость или восхищение, направлены на определенную оценку явлений или поступков в свете соответствия или несоответствия партий идеалу, сформированному в представлениях избирателей. Параллельно с развитием общества происходит постоянная адаптация взглядов и нормы, что находит свое отражение в речевых действиях политиков с целью моделирования политического контекста, выгодного говорящему.

Составляющим элементом политического дискурса, манипуляцией мнением избирателей является персуазивность, т. е. убеждение. Убеждение как характерная черта политической риторики представляет собой не только попытку повлиять на мнение и установки реципиентов, но и создать уверенность в правильности сказанного (Girnth, Burggraf, 2019, S. 108). С одной стороны, достаточно трудно отделить убеждение от манипуляции, а с другой стороны, необходимо понимать, что избиратели хотя бы рассчитывают на лучшее будущее. При этом такое будущее не всегда самоочевидно, и оно должно быть просто кем-то обещано, поэтому политики не могут обойтись без средств убеждения в тактиках поддержания собственного имиджа и имиджа своей партии и в тактиках умаления достоинств конкурентов.

Когда политики апеллируют к эмоциям своей аудитории, добиваются ее одобрения и продвигают свои убеждения, они делают это в первую очередь с помощью языка, поэтому язык и политика неразрывно связаны. Язык используется политиками как актерами на политической сцене в различных ситуациях (Aha, 2020, S. 3). При лингвистическом подходе к использованию языка в политике в центре внимания оказываются языковые действия представителей политических сил. Рассматривая политику как искусство создания готовности к согласию в общественной среде, необходимо отметить, что политически активный человек должен обладать навыками убеждения. Так как парламентские дебаты связаны с институтом публичной сферы, то язык политиков является внешним институциональным языком. В политической коммуникации аргументация присутствует на всех лингвистических структурных уровнях – от слов до предложений. Выступающие с трибуны политические деятели исходят из того, что многие потенциальные реципиенты, на которых ориентировано убеждающее сообщение, либо не имеют окончательного мнения по определенной теме, либо имеют мнение, отличное от мнения оратора. Чтобы убеждение было успешным, необходимо создать уверенность в правильности слов говорящего, для чего оратор часто меняет перспективу: фокусирует достоинства своей партии и недостатки оппонентов или же дефокусирует достижения конкурентов и свои промахи.

В парламентских дебатах реализуется одно из ключевых противостояний политического дискурса – оппозиция «свой – чужой», которая является ядром политической коммуникации (Girnth, Spieß, 2006, S. 9). Депутаты излагают высокие мотивы своих поступков и одновременно критикуют значимость партий или умаляют авторитет политических противников с целью привлечения в «свой лагерь» наибольшего числа избирателей.

Интенции говорящего выражаются противопоставлением местоимений *wir* – *Sie*, где *wir* указывает на принадлежность к положительной стороне конфликтного диалога, а *Sie* позволяет дистанцироваться от оппонентов.

Чтобы подчеркнуть умение правительства соответствовать вызовам современности и представить его как прогрессивное, федеральный министр в своей речи использует номинацию *Fortschrittskoalition*, в которой правый компонент сложного слова указывает на принадлежность к правительству, а левый – на успешность проводимых действий, например:

Nancy Faeser, Bundesministerin des Innern und für Heimat: *Wir wollen Sicherheit im Wandel gewährleisten und bringen das voran, was wir uns als Fortschrittskoalition vorgenommen haben* (CO № 20/25, с. 2094). / Нэнси

Фезер, федеральный министр внутренних дел: *Мы хотим гарантировать безопасность во времена перемен и выполняем то, что запланировали в качестве прогрессивной коалиции* (здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – О. П.).

Представитель оппозиционной партии, критикуя действия правительства, причисляет себя к органам власти, но параллельно дистанцируется от правящей коалиции:

Dr. Michael Meister (CDU/CSU): *Wir sind ein schlechtes Vorbild für Europa; deshalb brauchen wir in dieser Debatte dringend Orientierung, und Sie als Bundesregierung und als Koalitionsfraktionen haben bisher diese Orientierung vermissen lassen* (CO № 20/58, с. 6474). / **Д-р Михаэль Майстер (ХДС/ХСС):** *Мы являемся плохим примером для Европы, вот почему в этих дебатах нам срочно нужны установки, а вы как федеральное правительство и как коалиционные фракции до сих пор не смогли дать нам верное направление.*

Парламентарий из правящей коалиции, отвечая на нападки оппонентов, обвиняет их в агрессивном поведении и в разжигании конфликта. При этом в речи высказывание усиливается эмфатическим выделением личного местоимения *Sie*:

Sebastian Fiedler (SPD): *Sie sind doch hier der Brandstifter!* „Nomen est omen“, kann ich nur sagen. Ohne Ihre rechte Grundlage hätten wir diese ganzen Verschwörungsextremisten wahrscheinlich gar nicht so (CO № 20/77, с. 9207). / **Себастьян Фидлер (СДПГ):** *Вы здесь поджигатель! “Nomen est omen”, – вот все, что я могу сказать. Без Вашей правой идеологии у нас, возможно, не было бы всех этих экстремистов-конспирологов.*

Подчеркивая соответствие своей партии идеальному имиджу, представитель партии «Альтернатива для Германии» (далее – АдГ), усиливает свою речь предложениями «за» и «против», чтобы еще более четко выделить ценности, за которые ратует представляемая им партия:

Eugen Schmidt (AfD): *Wir sind die Alternative für Freiheit, gegen Gängelung, für Diplomatie und gegen Gewalt und vor allem und stets an erster Stelle für Deutschland. AfD – die Friedenspartei!* (CO № 20/76, с. 9015) / **Евгений Шмидт (АдГ):** *Мы являемся альтернативой за свободу, против принуждения, за дипломатию и против насилия, и прежде всего и всегда в первую очередь за Германию. АдГ – партия мира!*

В контексте использования языковых средств риторика убеждения сама по себе уже лежит в области косвенного языкового воздействия. Убеждающая коммуникация – это не прямая, а именно лингвистически опосредованная и аргументированная форма реализации цели. Политическая речь имеет несколько составляющих элементов: оратор, содержание, речевая ситуация (контекст) и аудитория. Если оратор хочет достичь своей цели, он должен уметь хорошо сочетать все эти элементы. Речь – это не что иное, как стратегический инструмент, поэтому во время выступления политики прилагают усилия, чтобы их речь была связной и последовательной.

Политическая речь характеризуется сильным убеждающим аспектом. Согласно классическим критериям, в центре внимания политической речи находится общее благо, что неизбежно влечет за собой языковое воплощение соответствующих доминирующих идеологий. Однако речь также служит для представления и продвижения партийных интересов и лейтмотивов. Речь в парламенте произносится не для того, чтобы изложить истину, а для того, чтобы подчеркнуть выгоды, которые могут быть получены в будущем от того или иного решения. Цель выступления – как можно яснее и четче представить аудитории собственные взгляды и побудить ее к желаемому действию, а именно к избранию этой партии в парламент. Для достижения желаемого эффекта оратор использует аргументацию и определенные стилистические приемы.

Интенции, которые находят выражение в речах парламентариев, характеризуются наличием маркированных единиц, отражающих степень наличия или отсутствия у политических акторов положительных или отрицательных качеств. К таким средствам относятся лексические, словообразовательные, морфологические или синтаксические средства с экспрессивно-оценочным оттенком (Колесникова, 2018, с. 29).

Для того, чтобы подчеркнуть исключительность своей партии, ораторы часто используют в своей речи прилагательное *einzig* (единственный), фокусируя положительную сторону деятельности своей политической силы, например:

Nadine Schön (CDU/CSU): *Wir sind die einzige Fraktion und die einzige Partei, die bis ins Detail in ihrem Wahlprogramm und in den Papieren unserer Fraktion beschrieben hat, wie wir den Staat modernisieren, digitalisieren, schneller, flexibler und leistungsfähiger machen wollen* (CO № 19/239, с. 31159). / **Надин Шён (ХДС/ХСС):** *Мы – единственная фракция и единственная партия, которая детально описала в своей предвыборной программе и в документах нашей фракции, каким образом мы хотим модернизировать государство, перевести его в цифровой формат, сделать его более быстрым, гибким и эффективным.*

С другой стороны, это же прилагательное говорящие используют с целью нападок в адрес оппонентов и фокусирования их неспособности проводить политику в интересах общества, например:

Jens Spahn (CDU/CSU): *Aber erwarten Sie dann nicht, dass wir da in Mithaftung gehen; denn die einzige Bremse, die seit Monaten wirklich wirkt, ist leider die Ampel selbst* (CO № 20/76, с. 8997). / **Йенс Шпан (ХДС/ХСС):** *Но не надейтесь, что и мы будем нести солидарную ответственность, потому что единственным тормозом, который действительно работал в течение нескольких месяцев, к сожалению, является именно правящая коалиция «Светофор».*

Композиты также являются экспрессивным средством, позволяющим реализовывать имиджеподдерживающие или имидженарушающие тактики в высказываниях. В следующем примере говорящий использует композит с отрицательной коннотацией (*Ausfall* – неудачник) и усиливает его градуатором с повышенной степенью наличия признака (*total* – полный):

Stephan Brandner (AfD): *Sie sind auch ein Totalausfall, Herr Bergt!* (CO № 20/76, с. 9068) / **Стефан Бранднер (АдГ):** *Вы также полный неудачник, господин Бергт!*

Композит с подчинительным элементом с семантикой непрерывности и последовательности служит поддержанию имиджа своей политической силы и отражает соответствие политической партии идеальному имиджу:

Kai Whittaker (CDU/CSU): *Wir als Union sind die Nachhaltigkeitspartei mit unseren sozialen, konservativen und liberalen Wurzeln* (CO № 19/175, с. 21992). / **Кай Уиттакер (ХДС/ХСС):** *Мы, блок ХДС/ХСС, являемся партией устойчивого развития с нашими социальными, консервативными и либеральными корнями.*

Для наглядного описания сложных вещей политики часто прибегают к метафорам. Мы рассматриваем метафору не просто как стилистическую фигуру, а как прагматическое явление, то есть с точки зрения использования языка. С такой прагматической перспективой, несомненно, связаны и когнитивные механизмы, лежащие в основе использования метафорического языка. В своей работе «Метафоры, которыми мы живем» Джордж Лакофф и Марк Джонсон представили когнитивную теорию метафоры. Ученые (Лакофф, Джонсон, 2017, с. 128) изучают метафору как средство понимания одного явления через термины другого. Согласно Дж. Лакоффу и М. Джонсону (2017, с. 27), метафора должна рассматриваться как когнитивное явление, связанное с концептуальной системой человека. Только через метафорическое мышление возможно производить и понимать лингвистические высказывания. Так как одной из значимых характеристик жанра парламентских дебатов является агональность (сопоставительность), то в своих выступлениях политики прибегают к метафорам из сфер источников СПОРТ или ВОЙНА.

Для дискредитации конкурирующей партии и фокусировки внимания на ее некомпетентности депутат употребляет с сарказмом спортивную метафору *Profis* и усиливает ее градуатором *wirklich*, например:

Dr. Jan-Marco Luczak (CDU/CSU): *Meine Damen und Herren, die Abgeordneten der AfD sind wirklich Profis in Sachen Haushaltsuntreue und Profis in Sachen Steuerverschwendung* (CO № 19/36, с. 3358). / **Доктор Ян-Марко Лучак (ХДС/ХСС):** *Этим законопроектом вы из АдГ, на мой взгляд, в очередной раз оправдали свою репутацию популистов. Дамы и господа, депутаты от АдГ действительно являются профессионалами в растрате бюджетных средств и профессионалами в растрате налогов.*

Dr. Alice Weidel (AfD): *Sicherheitspolitisch ist Deutschland ebenfalls ein Leichtgewicht geworden* (CO № 20/19, с. 1361). / **Д-р Алиса Вайдель (АдГ):** *С точки зрения политики безопасности Германия также стала легковесной.*

Wolfgang Wiehle (AfD): *Sie von der Ampel, aber auch Ihre schwarzen Sekundanten riskieren den Industriestandort Deutschland, Millionen von Arbeitsplätzen und den letzten Rest noch verbliebener Solidität der Staatsfinanzen* (CO № 20/25, с. 2032). / **Вольфганг Виле (АдГ):** *Вы из коалиции «Светофор», а также ваши пособники рискуете Германией как промышленным центром, рискуете миллионами рабочих мест и последними оставшимися солидными государственными финансами.*

Политическая конфронтация находит свое отражение и в военной метафоре. Военная метафора присутствует и в выкрике депутата от партии АдГ в процессе объяснения правящей коалицией военной помощи Украине. Депутат также завуалировано обвиняет правительство в пособничестве фашистскому режиму, упоминая нацистскую символику *SS-Runen*:

Karsten Hilse (AfD): *Mit SS-Runen auf den Uniformen! Dass die eure Freunde sind, ist mir klar!* (CO № 20/53, с. 5749) / **Карстен Хильзе (АдГ):** *С рунами СС на униформе! Я знаю, что они ваши друзья!*

Другой парламентарий, обвиняя оппонентов в действиях, не соответствующих принципам демократии, характеризует оппонентов как врагов, наносящих урон обществу, например:

Martin Reichardt (AfD): *Sie sind der Beweis, dass Demokratiefeinde auch leise reden können!* (CO № 19/120, с. 14839) / **Мартин Райхардт (АдГ):** *Вы и есть доказательство того, что враги демократии тоже могут говорить тихо!*

Ораторы часто не пытаются сдерживать чувств, как в следующем примере, когда говорящий сначала употребляет фразеологизм *Trojanisches Pferd*, чтобы подчеркнуть коварство оппонентов, а затем уже следует прямая номинация с отрицательной коннотацией:

Michel Brandt (Die Linke): *Ihr seid ein Trojanisches Pferd! Faschisten!* (CO № 19/68, с. 7736) / **Михель Брандт (Левая партия):** *Это вы – троянский конь! Фашисты!*

Для обвинения правительства в неправильных действиях представитель партии АдГ использует стилистически сниженное слово *Parasit*, подчеркивая биологический смысл этого организма в существовании за счет других. При этом депутат не снимает вины и со своей партии:

Leif-Erik Holm (AfD): *Das ist doch keine Solidarität. Das ist das Gegenteil. Wir sind die Energieparasiten dieses Europas, und das ist schlimm, peinlich* (CO № 20/51, с. 5426). / **Лейф-Эрик Хольм (АдГ):** *Это не солидарность. Наоборот. Мы – энергетические паразиты этой Европы, и это плохо, позорно.*

Обличая немецкое правительство в проведении политики, противоречащей интересам народа, Алис Вайдель сравнивает канцлера Олафа Шольца с капитаном «Титаника», отмечая игнорирование им очевидных фактов и обман доверия граждан:

Dr. Alice Weidel (AfD): *Und auf der Brücke des Staatsschiffs steht der Kapitän der „Titanic“, will von Eisbergen nichts wissen und beschwichtigt die Leute mit hohlen Durchsagen; wir haben es gerade gehört* (CO № 20/50, с. 5321). / **Д-р Алиса Вайдель (АдГ):** *А на мостике государственного корабля стоит капитан «Титаника», он ничего не хочет знать об айсбергах и успокаивает народ пустыми заявлениями; мы только что слышали это.*

Парламентарий из блока ХДС/ХСС обвиняет правящую коалицию в нарушении обещаний и подрыве доверия избирателей властям:

Sepp Müller (CDU/CSU): *Und ich sage Ihnen: Die Vertrauensbrüche der Ampel treiben die Bürgerinnen und Bürger nach rechts und links außen. Sie zerstören das Vertrauen vor Ort, Sie stellen die Honigtöpfe hin, damit die rechts und links außen Nektar saugen können. Sie sind die Brandbeschleuniger* (CO № 20/76, с. 9053). / **Зепп Мюллер (ХДС/ХСС):**

И я говорю вам: Нарушение доверия со стороны правящей коалиции толкает граждан направо или налево. Вы разрушаете доверие населения, вы ставите горшки с медом, чтобы те, кто справа и слева, могли сосать нектар. Вы являетесь зажигательной смесью.

Критикуя оппонентов и используя метод нападения, политики определяют слабые стороны конкурирующих партий и стараются сформировать предубеждение у избирателей по отношению к этим партиям (Нейман, 2022, с. 6). В политическом дискурсе для дискредитации конкурирующих партий парламентарии пользуются таким инструментом, как инвективная лексика. Применяя в речи инвективы, то есть слова с низкооценочной семантикой, говорящий стремится негативно оценить действия оппонентов. Называя оппонентов «полезными идиотами», оратор подчеркивает неспособность партии самостоятельно мыслить, способность поддаваться манипуляциям:

Karsten Hilse (AfD): *Sie sind nützliche Idioten der grünen Politik der Bundesregierung* (CO № 19/118, с. 14423). / **Карстен Хильзе (АдГ):** *Вы – полезные идиоты «зеленой» политики федерального правительства.*

Чтобы умалить достоинства оппонентов, обличить партию-конкурента, оратор использует иллокутивное оскорбление:

Markus Frohmaier (AfD): *Die Minen, Fabriken und Kraftwerke, das Engagement der deutschen und europäischen Unternehmer – nur das bringt Brot auf den Tisch der afrikanischen Familie. Deshalb mein Appell an Entwicklungsminister Müller: Hören Sie nicht auf diese grüne Gauklertruppe!* (CO № 19/146, с. 18320) / **Маркус Фронмайер (АдГ):** *Шахты, заводы и электростанции, обязательства немецких и европейских предпринимателей – только это кладет хлеб на стол африканской семьи. Поэтому мой призыв к министру развития Мюллеру: не слушайте эту зеленую труппу скоморохов!*

Выступления политиков нацелены в первую очередь на убеждение адресата в правильности выражаемого ими мнения, поэтому можно говорить о постановочности такой формы коммуникации (Никонова, Соловьева, 2019, с. 86). Поскольку для реализации политических намерений необходимо убедить, уговорить или успокоить адресатов, политическая коммуникация в первую очередь носит персуазивный (убеждающий) характер. Убеждение охватывает все речевые акты, успех которых выражается в реакции адресатов. В случае с политическими противниками персуазивность состоит в намерении нарушить их имидж, показать их слабые стороны. Применительно к публичным дебатам, связанным с принятием решений, персуазивная риторика не является самоцелью, а подчинена мотиву получить голоса избирателей, то есть приобрести власть или остаться у власти. Таким образом, политическая риторика может быть описана как убеждающая риторика.

Заключение

Проведенное исследование выступлений политиков в бундестаге ФРГ позволяет прийти к следующим выводам:

1. В результате анализа выступлений депутатов германского бундестага были выявлены следующие языковые средства, реализующие тактики персуазивности:

- противопоставления (местоимения wir – Sie, предлоги für – gegen, антонимы Freund – Feind);
- градуаторы (einzig, total);
- использование лексических единиц с положительной (Fortschritt) или отрицательной (Ausfall) семантикой;
- фразеологизмы (Trojanisches Pferd);
- метафоры: спортивные (Profi), исторические (Faschisten);
- инвективы (Idiot).

2. Выстраивая оппозицию «свой – чужой», политики прибегают к фокусированию и дефокусированию достоинств и недостатков политических акторов. Имиджеподдерживающие интенции служат цели поддержать позитивный имидж и нивелировать критику своей партии, что достигается в первую очередь использованием лексических и словообразовательных средств с положительной коннотацией. В свою очередь, имидженарушающие интенции служат цели нанести урон имиджу и умалить достоинства конкурирующих партий. Таким образом, инвективы и лексические слова с отрицательной семантикой реализуют практически исключительно имидженарушающие интенции, в то время как использование противопоставлений, градуаторов, фразеологизмов и метафор может осуществляться в рамках тактики персуазивности как с целью разрушить имидж партий-конкурентов, так и улучшить имидж своей партии.

Перспективы дальнейших исследований видятся в рассмотрении имиджеобразующего речевого поведения политиков в диахроническом аспекте, в частности начиная с периода разделения Германии после Второй мировой войны и по настоящее время.

Источники | References

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / сост. С. Г. Бочаров; примеч. С. С. Аверинцев, С. Г. Бочаров. М.: Искусство, 1986.
2. Быкова Е. В. Политический дискурс «до» и «после»: антиномия номинаций субъекта в массмедиа // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 1.
3. Грошев И. В., Горбенко А. В., Антоненко И. В., Воронин В. Н. Особенности влияния электоральных свойств кандидатов на голосовательное поведение избирателей // Вестник университета. 2019. № 3.

4. Ионин Л. Г. Общество меньшинств: политкорректность в современном мире. М.: Издательский дом Государственного университета – Высшей школы экономики, 2010.
5. Иссерс О. С. Речевое воздействие: учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2009.
6. Колесникова С. М. Градуальность в системе русского языка. М.: Флинта, 2018.
7. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: ЛКИ, 2017.
8. Молодыхенко Е. Н. Аксиологические основания политического дискурса // Terra Linguistica. 2015. № 3 (215).
9. Нейман В. Н. Стратегии убеждения в предвыборном дискурсе политиков Российской Федерации и Чешской Республики // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 8 (122).
10. Никонова Ж. В., Соловьева Е. В. Лингвокультурная специфика современного немецкого политического дискурса (на примере текстов дебатов в бундестаге) // Политическая лингвистика. 2019. № 2.
11. Чудинов А. П. Очерки по современной политической метафорологии: монография. Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного педагогического университета, 2013.
12. Шапочкин Д. В. Политический дискурс: когнитивный аспект: монография. Тюмень: Изд-во Тюменского государственного университета, 2018.
13. Шейгал Е. И. Структура и границы политического дискурса // Филология: сб. ст. Краснодар, 1998. Вып. 14.
14. Aha S. Persuasive Strategien in politischen Reden. Eine Analyse der Fernsehansprache von Angela Merkel zur Corona-Pandemie. München: GRIN Verlag, 2020.
15. Bäumel J. Politische Kommunikation – Die Kunst des Scheins und seine Halbwertszeit // Information – Wissenschaft & Praxis. 2014. Bd. 65 (3). <https://doi.org/10.1515/iwp-2014-0032>
16. Girth H., Burggraf S. Narration und Persuasion in der politischen Rede // Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik. 2019. Bd. 49 (3). <https://doi.org/10.1007/s41244-019-00124-4>
17. Girth H., Spieß C. Strategien politischer Kommunikation. Pragmatische Analysen. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2006.
18. Glauninger M. M. Zur Politizität von Sprache als Zeichen. Eine (meta-) semiotische Perspektivierung // Sprachgebrauch in der Politik. Grammatische, lexikalische, pragmatische, kulturelle und dialektologische Perspektiven / hrsg. von A. Fábíán, I. Trost. Berlin – Boston: De Gruyter, 2019. <https://doi.org/10.1515/9783110640731-002>
19. Göhring T. Diskursive Kämpfe: Agonalität im politischen Sprachgebrauch am Beispiel des französischen Präsidentschaftswahlkampfes 2017. Berlin – Boston: De Gruyter, 2023. <https://doi.org/10.1515/9783110981537>
20. Ungern-Sternberg A. von, Funke A. Zugehörigkeit und Partizipation // Verfasste Freiheit / bearb. von F. Schorkopf. Berlin – Boston: De Gruyter, 2023. <https://doi.org/10.1515/9783110779615>

Информация об авторах | Author information

RU**Принципалова Ольга Вячеславовна¹**, к. филол. н.¹ Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации**EN****Printsipalova Olga Vyatcheslavovna¹**, PhD¹ Moscow State Institute of International Relations (University)¹ o.printsipalova@my.mgimo.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 23.06.2023; опубликовано online (published online): 22.08.2023.

Ключевые слова (keywords): политический дискурс; коммуникативные инструменты; политическая коммуникация; тактика персуазивности; моделирование имиджа партии; political discourse; communication tools; political communication; tactics of persuasion; modelling party image.