

АРГУМЕНТАЦИЯ И МАНИПУЛЯЦИЯ КАК СРЕДСТВА УБЕЖДЕНИЯ В ИСПАНСКОМ ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ

М. А. Тарасик, И. И. Василевская

*Белорусский государственный экономический университет
Минск, Республика Беларусь*

Политический дискурс – это, главным образом, предвыборный дискурс. Во время предвыборной кампании политические партии прибегают к использованию в своих программах разнообразных лингвистических стратегий и тактик с целью увеличения количества своих избирателей. В статье рассматриваются способы аргументации и манипуляции в испанском предвыборном дискурсе.

Political discourse is mainly electoral discourse. During the election campaign, political parties resort to using a variety of linguistic strategies and tactics in their programs to increase the number of their voters. The article discusses the ways of argumentation and manipulation in the Spanish election discourse.

Ключевые слова: политический дискурс; предвыборный дискурс; убеждение; аргументация; манипуляция.

Key words: political discourse; election discourse; conviction; argumentation; manipulation.

Исследование различных видов дискурса на сегодняшний день относится к одному из самых перспективных научных направлений лингвистической науки. При этом политическому дискурсу уделяется особое внимание в связи с тем, что политическая жизнь всегда играла важнейшую роль в жизни общества.

Являясь разновидностью политического дискурса, предвыборный дискурс характеризуется более активной борьбой за власть в период, который строго определен законодательством того или иного государства. Обращаясь к гражданам своей страны, политики используют эмоциональное и интеллектуальное воздействие на сознание граждан. Речевое поведение политиков во время предвыборной кампании представляет интересный материал для лингвистического исследования на предмет выявления эффективных стратегий и тактик манипулирования общественным сознанием.

Для всякой избирательной кампании характерна высокая степень влияния, убеждения. Для воздействия на аудиторию политики прибегают к различным средствам убеждающего воздействия.

Для того, чтобы убедить слушающих в справедливости своего мнения, говорящий концентрирует внимание не только на доказательной стороне высказывания, но и на яркости, эмоциональной окрашенности речи.

Природа политической коммуникации уникальна. Ввиду своей особой цели – захвата и удержания власти – политический дискурс ориентирован скорее на одностороннее воздействие, а не на полноценный равноправный контакт между коммуникантами. Но, с другой стороны, политик в своей речи постоянно ведет полемику с соперниками и пытается переубедить несогласных с его позицией. Убедить и переубедить политикам помогает знание риторики.

Риторические признаки предвыборного дискурса связаны с аргументативными и манипулятивными особенностями предвыборного выступления как политического текста, созданного с целью оказания давления на электорат.

В данной статье рассмотрены стратегии аргументации и манипуляции на материале предвыборных программ Народной партии Испании и Испанской социалистической рабочей партии.

Аргументация представляет собой коммуникативную деятельность субъекта, цель которой – убедить адресата через обоснование правильности своей позиции. Аргументация – это сознательный процесс, который реализуется преднамеренно с целью склонить адресата на свою сторону. При этом адресат обладает определенной свободой выбора.

Аргументация направлена не только на логическое доказательство, но и на эмоциональное убеждение адресата в необходимости принять или не принять точку зрения адресанта, для чего используется ряд утверждений (аргументов), предназначенных для оправдания или опровержения этого мнения.

Для придания особой эмоциональности аргументации используются многочисленные лингвостилистические приёмы разных уровней.

Приведем несколько примеров:

Hemos adoptado un gran número de medidas de apoyo al emprendimiento, especialmente a pymes y trabajadores autónomos, como factor clave para la recuperación económica y la generación de empleo. Un ejemplo destacado es la Ley de apoyo a los emprendedores y su internacionalización [3, с. 25].

Los logros alcanzados en los últimos años para dar la vuelta a la situación del empleo en nuestro país han sido posibles porque las reformas afrontadas

por el gobierno del Partido Popular han sido oportunas, profundas, equilibradas y ambiciosas [3, с. 14].

Часто используемый в предвыборном дискурсе фактический и статистический материал, конкретные данные, содержащие числовые показатели, являются лучшим аргументом для того, чтобы убедить аудиторию.

Например:

Antes de la llegada al gobierno del Partido Popular, se destruyeron más de 600.000 empleos por cuenta propia y la tendencia mostraba incluso signos de empeorar, porque en 2011 el número de autónomos y empresarios caía a una tasa muy próxima al 4% [3, с. 25].

Hoy tenemos casi 5 millones de personas en nuestro país que quieren trabajar y no pueden. De ellas, más de 2,1 millones llevan más de 2 años en situación de desempleo, 1 millón de las cuales tienen más de 45 años [5, с. 175].

По мнению большинства исследователей, манипуляция представляет собой, во-первых, вид психологического воздействия; во-вторых, производится чаще всего скрыто для объекта манипуляции, в-третьих, требует определенных навыков и мастерства.

При переходе от аргументации к манипуляции адресат лишается свободы выбора в своих действиях. По мнению нидерландского лингвиста Ван Дейка, манипуляция заключается в том, чтобы сломить сопротивляемость адресата, которому отводится роль жертвы. Аргументация подразумевает стремление убедить аудиторию, не пытаясь при этом господствовать над ней. Манипуляция вступает в игру тогда, когда начинается использование стратегий, лишаящих возможности выбора тех, на кого они направлены.

Один из механизмов манипуляции – это демагогия. Политические партии используют этот прием для того, чтобы убедить свою аудиторию в том, что они разделяют их взгляды и ценности, и таким образом стремятся получить наибольшее количество избирателей.

Например:

Trabajando juntos y sumando esfuerzos lograremos salir adelante. Este es nuestro compromiso [2, с. 5].

Nuestros problemas, nuestros retos son los que hoy se plantea todo el mundo desarrollado [5, с. 14].

Следующий механизм – это апелляция к очевидности. Манипуляция имеет место, когда очевидность изложенного в дискурсе подменяет собой приводимые аргументы.

Например:

Libertad y seguridad son un binomio clave para el buen funcionamiento de una sociedad democrática avanzada. La seguridad ha sido una política prioritaria para el Gobierno del Partido Popular, también en los años más duros de la crisis económica [3, c. 161].

Еще одним механизмом манипуляции является стратегия страха, призванная запугать электорат действиями нынешней власти, создавая атмосферу опасности и нестабильности.

Los intentos del pasado de lograr la prosperidad sobre la base de mayor gasto público, mayor déficit y endeudamiento siempre han acabado en fracaso: así quedó patente con la situación económica y social en la que dejaron hundida España hace apenas cuatro años [3, c. 13].

La política de recortes ha reducido de forma alarmante los medios humanos y materiales en todo el sistema de educación pública, poniendo en grave peligro el nivel de calidad alcanzado con el esfuerzo de toda la sociedad española en los últimos 30 años [5, c. 27].

Для манипуляции сознанием электората нередко прибегают к тактике обвинений. Это типичный прием политических партий, которые находятся в оппозиции, и обычно он используется для того, чтобы дискредитировать своих политических соперников.

Например:

La llegada de la crisis impidió la consolidación de las medidas que habían sido adoptadas por los gobiernos socialistas en los años anteriores, y las políticas aplicadas por el Partido Popular en los últimos años han supuesto un grave retroceso en los programas de protección social, empeorando la situación de muchas familias [5, c. 256].

Con el gobierno del PP España ha perdido peso y presencia internacional y ha retrocedido hasta la irrelevancia [5, c. 338].

Нередко политики манипулируют эмоциями, опираясь на такие приоритетные для испанского электората понятия, как *свобода, достоинство, гордость, престиж, наследие, традиции, культура, тавромахия*. Посредством использования подобных лексических единиц удастся придать сообщению особый пафос: адресант стремится воздействовать на чувства и эмоции адресата, что также выступает элементом манипуляции в предвыборном дискурсе.

Например:

Heredamos una España sin presencia ni reconocimiento internacional. Tras dejar atrás la crisis, España ha recuperado su prestigio en el mundo. [3, c. 208]

Hoy somos un país creíble y fiable, con una política exterior que refleja los principios y valores de libertad, justicia, democracia y defensa de los Derechos Humanos en todos los foros multilaterales como la Unión Europea,

Naciones Unidas o G-20, así como en nuestras relaciones bilaterales [3, с. 214].

España es Historia, Cultura y Arte. Nuestro ingente y variado patrimonio artístico, cultural e histórico es uno de nuestros principales activos y el mejor legado de nuestra Nación. [3, с. 193].

Fomentaremos la protección de todas las manifestaciones artísticas tradicionales que sean parte de nuestra cultura, como la tauromaquia [2, с. 130].

Одним из наиболее эффективных приемов для манипулирования электоратом является тактика обещаний. Высказывания подобного рода вызывают положительные эмоции у адресата, веру в возможность осуществления сказанного.

Например:

El Partido Popular defiende a las familias, por eso nos comprometemos a seguir avanzando en su protección social, jurídica y económica. Reivindicamos su papel esencial como elemento de cohesión social y red de solidaridad. [3, с. 90]

El PSOE va a ofrecer respuestas a las necesidades de todas las familias. Promoveremos medidas para mejorar la conciliación de la vida laboral, familiar y personal [5, с. 306].

Таким образом, в предвыборном дискурсе манипулятивное воздействие на аудиторию оказывается при помощи двух основных стратегий: стратегии дискредитации оппонента и стратегии саморекламы, которые реализуются через определенные тактики.

Тактика критики и обвинения оппонента является проявлением стратегии дискредитации политического соперника.

Тактики обещания, противопоставления себя противнику выступают в качестве составляющих стратегии саморекламы.

Итак, такая предвыборная программа как политический текст, созданный с целью оказания давления на электорат, обладает аргументативными и манипулятивными особенностями. Аргументация стремится убедить аудиторию, не пытаясь при этом господствовать над ней. Манипуляция использует стратегии, при которых адресату отводится роль жертвы. Для достижения того или иного эмоционального воздействия на избирателей политики используют наиболее эффективные стратегии и тактики манипулирования общественным сознанием.

Библиографические ссылки

1. Костюнина М. В. Сравнительный анализ риторической аргументации в предвыборном дискурсе Б. Обамы и Дж. Маккейна // Политическая

- лингвистика. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет. – 2011. – № 2. – С. 125–132.
2. Programa del PP Elecciones generales // “Lo que España necesita”, 2011. – 212 p.
 3. Programa del PP Elecciones generales // “España en serio”, 2015. – 226 p.
 4. PSOE: Programa electoral // (elecciones generales), 2008. – 314 p.
 5. PSOE Programa electoral // Elecciones generales, 2016. – 387 p.
 6. Reyes C. S. “La persuasión en el discurso político”. Revista Internacional de Comunicación Ámbitos. – 2015. – № 39. – 11 p.
 7. Van Dijk T. “Discurso y manipulación: discusión teórica y algunas aplicaciones” // Revista Signos. – 2006. – № 39. – С. 49–74.

УДК 811.133.1'342.9(045)

О КРИТЕРИЯХ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ГРАНИЦ ТЕМАТИЧЕСКОГО КОМПОНЕНТА В КОММУНИКАТИВНОЙ СТРУКТУРЕ ФРАНЦУЗСКИХ УСТНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ

В. В. Устинович

*Минский государственный лингвистический университет
Минск, Республика Беларусь*

Статья посвящена анализу тематического компонента коммуникативной структуры французских устных высказываний. В статье решается вопрос о взаимодействии элементов синтаксического и просодического уровней при выражении коммуникативного статуса элемента в роли подлежащего, о показателях локализации ядра темы и ее границ.

The article is aimed at the analysis of the thematic component of the communicative structure in French oral utterances. The article target is to bring solutions to the questions of communicative status for the subject, of nucleus localization and theme boundaries markers.

Ключевые слова: коммуникативная структура; тема; рема; ядро компонента.

Key words: communicative structure; theme; rheme; nucleus of the component.

В исследованиях коммуникативной структуры высказывания интерес ученых фокусируется главным образом на анализе тематического компонента. Теме же, как необлигаторному компоненту коммуникативной структуры (КС), или не-конституирующему компоненту (в терминологии Т. Е. Янко [1]), уделяется меньше внимания. Однако существует ряд вопросов, касающихся тематического компонента, которые требуют решения. В их