

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка  
и методики его преподавания

**«Языковые средства репрезентации категории «персуазивность»  
в политическом дискурсе  
(на материале предвыборных теледебатов)»**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ**

Студентки 4 курса 412 группы  
направления (специальности) 44.03.01 «Педагогическое образование»,  
профиль – «Иностранный (английский) язык»  
факультета иностранных языков и лингводидактики

Шамаевой Алины Сергеевны

Научный руководитель  
заведующий кафедрой  
доцент каф.англ. языка и  
метод.его преподавания  
канд. филол. наук, доцент

\_\_\_\_\_  
дата, подпись

Т.А.Спиридонова

Заведующий кафедрой  
доцент каф.англ. языка и  
метод.его преподавания  
канд. филол. наук, доцент

\_\_\_\_\_  
дата, подпись

Т.А.Спиридонова

Саратов 2016 год

## ВВЕДЕНИЕ

Большая значимость политической речи не только для политической сферы, но и для жизни общества в целом, несомненна. Цель политической речи, в первую очередь, заключается в убеждении оппонента, а не в простой констатации «положения дел». Она рассматривается как целенаправленное взаимодействие между оратором и его аудиторией. Коммуникативное намерение выступающего заключается в манипулировании аудиторией с целью принятия точки зрения говорящего и поддержки его взглядов. Для того чтобы достичь коммуникативной цели, политик использует стратегии дискурса и различные сопутствующие лингвистические средства, направленные на создание достоверного представления о себе, а также на утверждение единства со зрителями, регулируя отношения власти и общества и направление действий. В данной работе анализируется категория «персуазивность» как одна из основных модусных категорий, а также языковые средства её реализации в политическом дискурсе.

*Актуальность* данного исследования связана с необходимостью изучения категории «персуазивность», с потребностью выявления её специфики в политическом дискурсе в связи с её особой значимостью для процесса коммуникации. В предвыборной борьбе 2016 года за пост президента США большой интерес для научного исследования представляют средства репрезентации данной категории в речи американских политиков Дональда Трампа и Хилари Клинтон.

*Объектом исследования* является категория «персуазивность» в политическом дискурсе.

*Предметом исследования* являются языковые способы реализации категории «персуазивность», используемые в выступлениях Дональда Трампа и Хилари Клинтон.

*Целью* исследования является комплексное рассмотрение и изучение модусной категории «персуазивность», её языковой реализации в предвыборных выступлениях, а также выявление наиболее характерных

тактик и стратегий аргументации, с помощью которых политик воздействует на аудиторию.

**Основные задачи** проводимого исследования:

- 1) выявить отличительные признаки категории «персуазивность»;
- 2) определить способы ее реализации в речи политиков на материале предвыборных дебатов;
- 3) проанализировать использование конкретных тактик и стратегий политического дискурса на материале конкретных политических выступлений Хилари Клинтон и Дональда Трампа;
- 4) выявить особенности, специфику и тенденции использования языковых средств персуазивности в предвыборных выступлениях Хилари Клинтон и Дональда Трампа.

В ходе работы были использованы следующие **методы исследования**: дискурсивный анализ, сравнительный и сопоставительный анализы предвыборных речей, интерпретация, классификация и обобщение полученных результатов.

**Методологической и теоретической базой исследования** послужили основные положения работ по исследованию проблем категоризации таких учёных как Н.Н. Болдырев, В.З. Панфилов, Т.В. Шмелева, Н.И. Большакова и других.

**Материалом исследования** послужили выступления политических лидеров республиканца Дональда Трампа и демократа Хилари Клинтон на теледебатах, транслируемых каналом CNN.

**Научная новизна** дипломной работы заключается в комплексном анализе языковых средств категории «персуазивность» на примере президентских теледебатов, а также выявлении специфических особенностей реализации данной категории в речи политиков Дональда Трампа и Хилари Клинтон.

**Теоретическая значимость работы** определяется тем, что комплексный анализ языковых средств категории «персуазивность» вносит определённый вклад в развитие теории политического дискурса, а также в решение проблемы языковой репрезентации категорий.

**Практическая значимость** работы заключается в том, что положения и выводы, полученные в результате исследования, могут быть использованы в лекционных и семинарских занятиях по лексикологии, стилистике, политологии, культуре речи, а также при написании курсовых и дипломных работ.

Работа прошла **апробацию** на 68 (5)-ой научной студенческой конференции 15 апреля 2016 года в СГУ им. Н.Г. Чернышевского и была признана лучшим выступлением в секции.

**Структура** дипломной работы: работа содержит введение, две главы, заключение и список использованных источников.

**Во введении** формулируется актуальность выбранной проблемы, цели и задачи исследования, а также определяется объект, предмет, материал, теоретическая база и методы исследования, научная новизна и теоретическая и практическая ценность исследования.

**В первой главе** рассматривается категория «персуазивность» как одна из основных модусных категорий, её связь с другими модусными категориями и проявление в различных типах дискурса, а также определяются стратегии и тактики политического дискурса в выступлениях политиков.

**Во второй главе** анализируются основные языковые средства репрезентации категории «персуазивность» в выступлениях Д. Трампа и Х. Клинтон, проводится сопоставительный анализ их языковых особенностей.

**В заключении** делается общий вывод по поставленным задачам исследования.

**Список использованных источников** включает 50 наименований.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В теоретической части дипломной работы были рассмотрены модусные категории, в частности категория «персуазивность» и её отличительные свойства. В ходе анализа теоретических источников было выявлено, что категория «персуазивность» тесно связана с функцией интерпретации. Отсюда следует, что она структурирована, опирается на существующие коллективные схемы знаний и ориентирована на индивидуальное, субъективное понимание. Следовательно, в её содержании есть абстрактность, которая зависит от выбора слов общей оценки, а также от области их определения в виде языкового контекста.

Данная категория тесно связана с понятием «убеждение» и «оценка», которые помогают говорящему не только выразить свое отношение к действительности, но и воздействовать на адресата с целью убеждения в чем-либо, содержат призыв к совершению или уклонению от определенных действий. Этой цели служат языковые средства, которые смогут убедить оппонента в достоверности высказывания.

Анализ показал, что категория «персуазивность» взаимодействует с другими модусными категориями, такими как «авторизация» и «персонализация». Кроме этого, категория «персуазивность» может реализовываться в различных типах дискурса, таких как просветительский, публицистический, политический и др. Важно отметить, что главными признаками категории «персуазивность», общими для всех типов дискурса, являются убеждение, достоверность/недостоверность высказывания и выражение субъективного отношения к ситуации. Что касается политического дискурса, то в нем персуазивная коммуникация осуществляется с помощью определенных стратегий и тактик, форм и средств манипулятивного воздействия. В результате исследования было установлено, что в просветительском и публицистическом типах дискурса категория

«персуазивность» находит свое выражение в достоверности/недостоверности излагаемой информации и передается с помощью различных модальных модификаторов.

Более подробно была рассмотрена категория «персуазивность» в политическом дискурсе. В ходе работы были проанализированы стратегии на уменьшение, стратегии на увеличение и стратегии театральности, которые осуществляются посредством определенных тактик. Для их реализации политик использует языковые средства, которые могут быть представлены в виде стилистических фигур и тропов.

Важно отметить, что каждый политик эксплицитно реализует средства категории «персуазивность», поскольку его речь направлена на убеждение аудитории в достоверности и корректности его мнения, а также оценке той или иной проблемы. Большинство политиков используют в своей речи те тропы и фигуры, которые в наибольшей степени отвечают характеру самого оратора, запросам аудитории и требованиям условий публичного выступления. Данные приемы пользуются популярностью среди политиков, как в публичных выступлениях, так и в повседневной речи.

В практической части исследования на материале предвыборных теледебатов в США, которые транслировались телеканалом CNN, был проведен сопоставительный анализ стратегий, тактик, языковых средств, которые были реализованы в выступлениях американских политиков Дональда Трампа и Хилари Клинтон. Логика исследования диктовала предварительное выявление стратегий и тактик, использовавшихся каждым политиком для воздействия на аудиторию, а также языковых средства категории «персуазивность», которые помогают им достичь данной цели.

С целью наглядного представления результатов анализа, в ходе работы были составлены сопоставительные таблицы и построены диаграммы, демонстрирующие стратегии, тактики и языковые средства, которые используются в речи политиков.

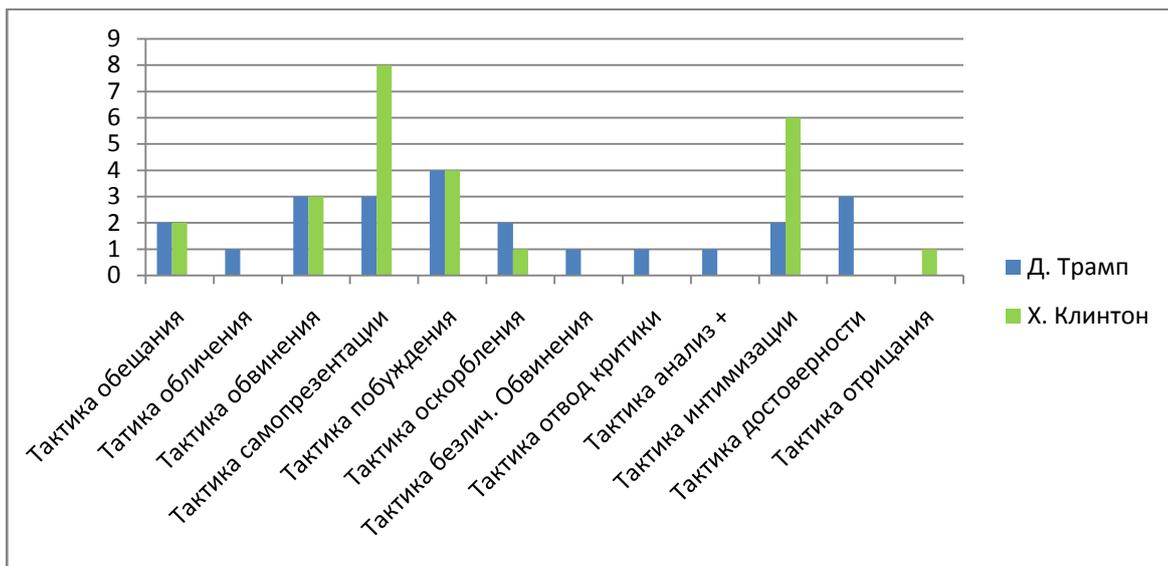


Диаграмма №1 Тактики в речи Д. Трампа и Х. Клинтон

Анализ показал, что в речи Д. Трампа реализуется намного больше тактик, чем у Х. Клинтон. Однако тактика *самопрезентации* у Х. Клинтон встречается чаще, чем у Д. Трампа. Кроме того, одной из самых популярных тактик у Х. Клинтон является тактика *интимизации*, тогда как в речи Д. Трампа является *побуждение* к действию. Было выявлено, что политики в равной степени используют такие тактики как *обещание, обвинение и побуждение*.

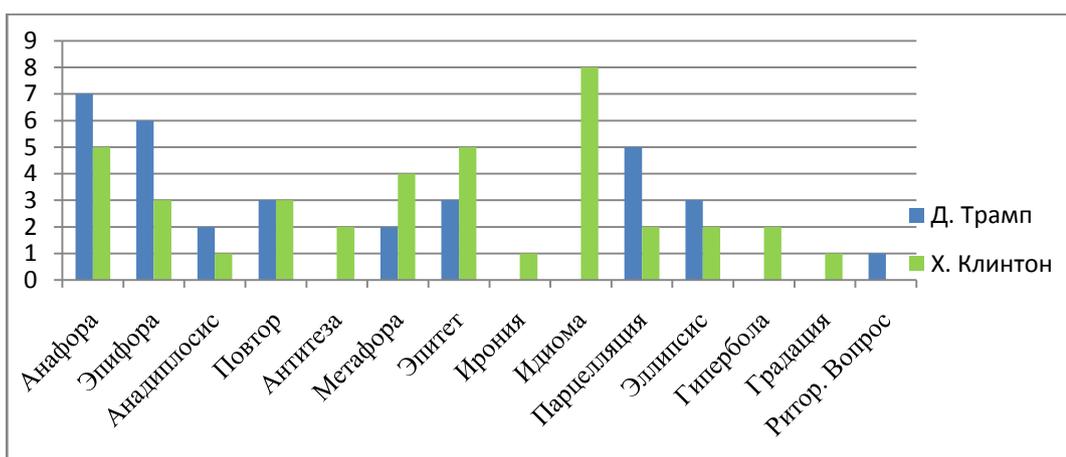


Диаграмма №2 Языковые средства в речи Д. Трампа и Х. Клинтон

В диаграмме №2 представлены результаты анализа, показывающие, что Д. Трамп чаще использует фонетические, лексические и синтаксические стилистические приемы, которые помогают ему добиваться желаемого результата в выступлениях. К основным языковым средствам, реализуемым в

речи Д. Трампа, относятся анафора, эпифора, эпитет, парцелляция, эллипсис и повтор. Анализ выступлений Х. Клинтон позволяет сделать вывод, что в её речи категория «персуазивность» в большей степени реализуется за счет фонетических и лексических стилистических средств, то есть эмоциональное воздействие достигается с помощью использования таких стилистических приемов, как анафора, метафоры, идиомы и эпитеты. Использование обоими политиками фонетических стилистических приемов определяется их действенностью для привлечения внимания аудитории и долгосрочного запоминания сообщаемой информации, а также придания ей ощущения достоверности за счет неоднократного повторения.

Кроме того, в речи политиков отмечены характерные именно для них языковые предпочтения. Так, у Х. Клинтон это использование идиом как обращение к этнокультурному национальному фонду с целью объединения аудитории на основе общих ценностных ориентиров и ирония как действенный способ дискредитации противника. Гипербола и градация в речи Х.Клинтон служит для акцентирования внимания аудитории на важных для политика положениях. Характерной особенностью выступлений Д.Трампа является использование риторических вопросов как способа привлечения и удержания внимания аудитории на ключевых моментах политических разногласий. Следовательно, можно утверждать, что, даже если политики используют одинаковые стратегии и тактики реализации категории «персуазивность», это не означает, что они используют одни и те же языковые средства.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что Д. Трамп чаще прибегает к более агрессивным тактикам, таким как обличение, обвинение, в то время как Х. Клинтон более полагается на тактики саморепрезентации и интимизации, что может быть объяснено не только индивидуальными особенностями политиков, но и гендерным фактором.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе был проведен комплексный анализ категории «персуазивность» и рассмотрено её место в пространстве модусных категорий. Данная категория предусматривает выражение отношения говорящего к высказыванию. Она тесно связана с интерпретирующей функцией языка. Необходимо отметить, что главными признаками категории «персуазивность», объединяющими все типы дискурса, являются убеждение, достоверность/недостоверность высказывания и выражение субъективного отношения к ситуации.

В реальной языковой ситуации категория «персуазивность» выражается различными языковыми средствами в зависимости от типа дискурса. Политическому дискурсу свойственны определенные стратегии и тактики, которые помогают политику в убеждении аудитории: стратегия на уменьшение, стратегия на повышение, стратегия театральности, в каждой из которых реализуются свои тактики. Главная цель политика – убедить свою аудиторию в том, что он представляет достоверную информацию. Кроме этого, важно отметить, что политик использует определенные языковые средства, которые представлены в виде стилистических фигур и тропов. Именно они помогают ему воздействовать на мнение окружающих и тем самым добиваться желаемого результата в своих выступлениях.

Задача практического исследования заключалась в анализе используемых политиками стратегий и тактик политического дискурса, а также языковых средств персуазивности, к которым они прибегали в ходе теледебатов. В ходе анализа теледебатов кандидатов как демократической, так и республиканской партии, которые транслировались каналом CNN, были выявлены наиболее частотные стилистические приемы у каждого политика и составлены диаграммы, наглядно демонстрирующие частотность их употребления. Кроме этого, в таблицах были отображены тактики и стратегии, которые применяют политики в своих выступлениях. Было выявлено, что реализация даже одинаковых стратегий и тактик

политического дискурса осуществляется посредством различных языковых ресурсов. Анализ показывает, что Дональд Трамп чаще использует фонетические и синтаксические стилистические примы, в то время как Хилари Клинтон прибегает к фонетическим и лексическим приемам, что свидетельствует о разных стилях политиков в ведении предвыборной борьбы.