ПОНЯТИЕ ПЕРСУАЗИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

THE CONCEPT OF PERSUASIVE COMMUNICATION IN THE POLITICAL-MILITARY DISCOURSE

**L. Ismayilova
M. Driga
N. Vladimov**

Summary: The article is devoted to the analysis of persuasive communication inherent in military-political discourse. The concepts of persuasive communication and military-political discourse are revealed in detail. The author comes to the conclusion that it is advisable to consider persuasiveness as a set of argumentative and manipulative strategies and tactics that are closely related to each other and implemented within the framework of military-political communication.

Keywords: persuasive, communication, military, political, discourse, strategy, tactics.

Исмаилова Лейлаханум Гусейн кызы

К.филол.н., доцент, Военный университет МО РФ (Москва)

Leylaxanum@mail.ru

Дрига Марина Владимировна

Старший преподаватель, Военный университет МО РФ

(Москва)

Dr_mari@mail.ru

Владимов Николай Владимирович

К.филол.н., Военный Университет МО РФ

vladimov@mail.ru

Аннотация: Статья посвящена анализу персуазивной коммуникации, характерной для военно-политического дискурса. Подробно раскрываются понятия персуазивной коммуникации и военно-политического дискурса. Автор приходит к выводу, что целесообразно рассматривать персуазивность как совокупность аргументативных и манипулятивных стратегий и тактик, которые тесно связаны между собой и реализуются в рамках военно-политической коммуникации.

Ключевые слова: персуазивный, коммуникация, военный, политический, дискурс, стратегия, тактика.

Военно-политический дискурс (ВПД) широко представлен в современном мире, это объясняется прежде всего значительной политизацией общества, а также огромным количеством вооруженных конфликтов, в которые вовлечены ведущие государства мира. На сегодняшний день армия является одним из важнейших социальных институтов, имеющих огромное значение для политической жизни страны.

В исследовании Киселевой С.А. ВПД определен как разновидность мультимедийного дискурса, включающего публичные выступления, опубликованные в журналах, газетах, материалы военно-политической тематики с использованием военной и политической терминологии, а также эвфемистические замены с целью оправдания политических и военных действий и оказания влияния на широкую публику.

«Военно-политический дискурс – это разновидность массового информационного дискурса – когда военные предстают перед прессой с отчетом о военных действиях и вынужденно увязывают свои ответы на вопросы представителей средств массовой информации с политическими интересами власти, распорядившейся применять военную силу по отношению к субъекту государственности (другой стороне)» [Олянич, 2003-2004: 121].

Природа военно-политического дискурса тройственна. Он, как и политический дискурс, может рассматри-

ваться с трех точек зрения: – «филологической – как любой другой текст, при этом исследователь вынужден учитывать экстралингвистические факторы, которые включают в себя политические и идеологические концепции, значимые для интерпретатора; – социопсихолингвистической – для оценки эффективности достижения скрытых или явных целей говорящего; – индивидуально-герменевтической – для выявления личностных смыслов автора и/или интерпретатора дискурса в определенных обстоятельствах» [Демьянков, 2002: 32].

«Говоря о функциях военно-политического дискурса, можно выделить три основные разновидности:

- информативно-мировоззренческая – формирует у читателя/слушателя/зрителя отношение к участникам происходящего и ситуации в целом;
- воспитательная – направлена на военно-патриотическое воспитание армии и общества в целом;
- манипулятивно-пропагандистская – манипуляция массовым сознанием, которая является ключевым элементом психологических операций и информационной войны» [Серебренников, 1973: 274].

«Основной задачей дискурса является воздействие. Поставленные задачи достигаются такими методами, как ретуширование нежелательной информации, сокрытие истины, сознательное введение в заблуждение, анонимность, деперсонализация, как «прием снятия ответственности». Так, Е.И. Шейгал уделяет особое внимание со-

прикосновению политического дискурса с различными типами дискурсов, в том числе – с военным дискурсом. Отмечая тот факт, что «война, как известно, есть продолжение политики другими средствами». [Шейгал, 2000: 96-97].

Проанализировав природу военно-политического дискурса, его функции и задачи, можно сказать, что основная его цель – сокрытие правды и манипулирование аудиторией. «Манипуляция людьми – это, прежде всего, манипуляция сознанием людей – убеждениями, знаниями, мнениями, идеологиями, которые контролируют их поведение» [Дейк 2015: 261].

Что касается стратегий, то ВПД во многом прибегает к инструментарию политического дискурса, реализуясь благодаря стратегиям на понижение/повышение и стратегии театральности. Так, используя стратегию на повышение, говорящий стремится возвысить себя над противником и увеличить значимость собственного статуса, в свою очередь, стратегия на понижение реализуется за счет умаления противника и желания дискредитировать его. Это требуется для того, чтобы обосновать необходимость военных действий и обвинить противоборствующую сторону в провоцировании их инициации. Значимая роль в ВПД также отводится стратегии театральности, именно она обладает высокой эмоциональностью и именно ей отводится роль убеждения аудитории в правильности выбранного курса. Как и в политическом дискурсе, стратегия театральности используется в связи с тем, что одна из сторон население – во многом играет роль пассивного наблюдателя, то есть зрителя, не принимающего каких-либо значимых решений и воспринимающего военные и политические события как театральное действие.

Под «персуазивной коммуникацией» рассматривается комплексная речевое действие с целью изменения или формирования конкретного отношения у адресата, которое должно способствовать выполнению или невыполнению коммуникативных действий. Многие ученые понимают под персуазивностью «тип ментального речевого взаимодействия коммуникантов, при котором адресантом осуществляется попытка преимущественно вербального воздействия на ментальную сферу реципиента с целью изменения его поведения». Они фактически отождествляют это понятие с персуазивной коммуникацией.

Сегодня политические тексты анализируются преимущественно с практической перспективы как действительность тех форм проявления речевого поведения, которые являются стратегическими и ориентированы на успех адресанта в коммуникативном процессе, с целью намеренно и без принуждения воздействовать на адресата. Таким образом, отправитель в политической сфере пытается привлечь на свою сторону получателя

с помощью языковых или лингвистических средств. Соответственно такие типы текстов можно рассматривать как носители определённых коммуникативных функций, которые рассматриваются как способ передачи персуазивных пропозиций. Наличие таких коммуникативных функций предполагает осуществление определённого рода коммуникации – а именно, персуазивную. Стоит отметить, что персуазивная коммуникация также представляет собой манипулятивную специфику, которая, в свою очередь, вносит когнитивные изменения в картину мира адресата через речевое воздействие на него – все это влечет за собой регуляцию диспозиций и деятельности адресата в пользу адресанта. При осуществлении персуазивной коммуникации отправитель сознательно продуцирует высказывания, которые направлены на то, чтобы вызвать определенную реакцию у реципиента.

Наиболее глубокое и комплексно разработанное определение персуазивности, ее основных характеристик и способов языковой репрезентации представлены в исследованиях А.В. Голоднова, именно на работы этого исследователя ссылается большинство российских ученых, интересующихся вопросом персуазивности. А.В. Голоднов определяет персуазивную коммуникацию как исторически сложившуюся, закреплённую в общественной и коммуникативной практике особую форму ментально-речевого взаимодействия индивидов, осуществляемую на базе определенных типов текста и реализующую попытку речевого воздействия одного из коммуникантов (адресанта) на установку своего коммуникативного партнера / партнеров (реципиента / аудитории) с целью ненасильственным путем (посредством коммуникативных стратегий убеждения и «обольщения») добиться от него принятия решения о необходимости, желательности либо возможности совершения / отказа от совершения определенного посткоммуникативного действия в интересах адресанта.

Голоднов выделяет несколько групп иницируемых адресантом действий адресата: ментальные (принятие точки зрения), эмоционально-чувственные (сочувствие), конкретно-практические (совершение конкретного посткоммуникативного действия).

Персуазивная коммуникация также имеет ряд особенностей:

- существование реального или предполагаемого конфликта между адресантом и адресатом коммуникации на предмет желания или нежелания реципиентом совершить определенное посткоммуникативное действие, в интересах говорящего;
- взаимодействие убеждения, предполагающего принятие реципиентом рациональных аргументов адресанта, и обольщения, которое усиливает рациональную аргументацию и, кроме того, обращается к переживаниям, стереотипным установ-

кам, предрассудкам реципиента.

Риторическая аргументация включает наряду с рациональными аргументами преувеличения, объяснения, истолкования, наглядные примеры, лесть, воздействие на чувства. По Кобелеву рациональная аргументация соотносится с убеждением (изменение прежних суждений реципиента) и переубеждением (изменение или трансформация сформированного убеждения под воздействием дополнительной информации), а обольщение – с уговорами (закрепление позиций адресанта). Рациональная и эмоционально-оценочная аргументация взаимодействуют между собой, обеспечивая отправителю желаемый посткоммуникативный эффект;

- адресат самостоятельное решает необходимо / желательно / возможно ли с его стороны совершение определенного посткоммуникативного действия в интересах адресанта. Свобода выбора является определяющим условием персуазивной коммуникации, в противном случае она будет сводиться к другому виду коммуникации, например, приказу. Голоднов говорит не о тождестве этих понятий «аргументация», «манипуляция» и «персуазивность», а о необходимости рационального и эмоционально-оценочного начала в рамках персуазивной коммуникации. Логически выстроенная, информативная цепочка доводов вместе со скрытым воздействием на когнитивную деятельность призваны обеспечить эффективность персуазивной коммуникации в рамках персуазивных тактик и стратегий (положительная самопрезентация, дискредитация оппонента, создание общеизвестности некоторых событий действительности и др.).

Текст военно-политического характера, который по функционально-интенциональным характеристикам является убеждающим (вне зависимости от использующихся в нем риторических и стилистических приемов), должен рассматриваться с точки зрения прагматической теории текста как персуазивное речевое действие, в основе которого находятся коммуникативные персуазивные стратегии.

Так как персуазивная коммуникация является основой политической коммуникации, но может также реализовываться и в других типах дискурса, например в военном дискурсе, то персуазивную и политическую коммуникацию можно рассматривать соответственно как инвариант и вариант. Отсюда следует, что политический текст, ровно как и военно-политический, должен рассматриваться с точки зрения прагматической теории текста как персуазивное речевое действие, в основе которого находятся коммуникативные персуазивные стратегии. Наиболее полной и четко структурированной является классификация стратегий и тактик О.Н. Парши-

ной. В основу классификации была положена цель, которую оратор хочет достигнуть по отношению к результату. Таким образом, исследователь выделяет следующие стратегии и тактики политического дискурса:

Стратегия самопрезентации (построение имиджа политика):

- тактика отождествления (демонстрации символической принадлежности к определённой социальной, статусной или политической группе);
- тактика солидаризации (стремление создать впечатление общности взглядов, интересов говорящего и аудитории);
- тактика оппозиционирования (разграничение «своих» и «чужих»).

Стратегии убеждения включают следующие виды:

Аргументативная стратегия (убеждение адресата при помощи аргументов):

- тактика обоснованных оценок (суждения, при помощи которых оратор стремится объективно оценить предмет и обосновать свою оценку);
- тактика контрастивного анализа (сопоставление фактов, событий, результатов);
- тактика указания на перспективу (прогнозирование политиками развития событий, выражение стратегических целей, позиций и намерений говорящего);
- тактика иллюстрирования (проявляется в использовании фактов и примеров).

Агитационная стратегия (воздействие на поступки слушателей, чтобы побудить их к совершению определенного поступка):

- тактика обещания;
- тактика призыва.

Стратегии борьбы за власть включают:

Стратегия дискредитации и нападения (подрывание авторитета, унижение, опорочивание оппонента в глазах избирателей):

- тактика обвинения;
- тактика оскорбления.

Манипулятивная стратегия (различного рода уловки, имеющие целью обманом путем убедить адресата встать на позиции отправителя речи):

- демагогические приемы (высокопарные рассуждения, использование пустых обещаний, недоказанных фактов, гиперболизация своих достоинств);
- манипулятивные тактики (тактика вежливости, тактика утрирования, тактика отвлечения внимания от основной проблемы).

Стратегия самозащиты (убеждение в необоснованности разного рода обвинений):

- тактика оправдания (объяснения поступка говорящего);
- тактика оспаривания (несогласие с предъявляемыми обвинениями и обозначение своей позиции);
- тактика критики.

Стратегии удержания власти представлены такими видами, как:

Информационно-интерпретационная стратегия (информирование граждан о важнейших событиях социальной, экономической и политической жизни):

- тактика признания существования проблемы;
- тактика акцентирования положительной информации;
- тактика разъяснения;
- тактика комментирования;
- тактика рассмотрения проблемы под новым углом зрения;
- тактика указания пути решения проблемы.

Стратегия формирования эмоционального настроения адресата:

- тактика единения (объединение слушателей как «единого народа»);
- тактика обращения к эмоциям адресата;
- тактика учета ценностных ориентиров адресата (апелляция к ценностной системе адресата).

К общим (неспециализированным) тактикам (являются общими для нескольких стратегий) относят:

- тактика акцентирования (намерение говорящего подчеркнуть, выделить определенный момент своей речи);
- тактика дистанцирования (противопоставление «свои» и «чужие»).

Необходимо обратить особое внимание на то, что в научной литературе отсутствуют четкие основания выделения типов стратегий и их соотношения с тактиками. В связи с этим тактики, относящиеся к одной стратегии или группе стратегий, могут способствовать реализации другой стратегии. Также в отдельно взятом политическом дискурсе могут вырабатываться собственные тактики и стратегии на слиянии уже известных, что говорит об активном использовании данного явления в рамках профессиональной политической деятельности.

На основе вышеизложенного материала можно сделать вывод, что речевые стратегии являются наиболее общим определением того, с какой целью и какими средствами автор сообщения хочет повлиять на своего адресата.

Таким образом, средства языковой выразительности в составе логически выстроенных аргументов являются теми «инструментами», с помощью которых осуществляются действия, то есть тактики состоят из набора персуазивных языковых средств и логических связей между собой, которые и оказывают непосредственное воздействие на аудиторию. Как пример можно привести знаменитую речь-призыв известного военного и политического турецкого деятеля Мустафы Кемала Ататюрка перед решающим сражением, исход которого повлиял на дальнейший ход боевых действий - «*Ben size taarruzu emretmiyorum, ölmeyi emrediyorum. Biz ölünceye kadar geçecek zaman zarfında yerimize başka kuvvetler gelir, başka komutanlar hâkim olabilir.*» – тур. «Я не приказываю вам атаковать — я приказываю вам умереть. Но за то время, пока мы будем умирать, другие войска и командиры придут на наше место!». Эту же историческую фразу использовал в своем обращении Президент Турции Реджеп Тайип Эрдоган, выступая перед своими сторонниками на митинге 2 марта в Анкаре, проводя параллель между битвой при Чанаккале и операцией «Весенний щит» в сирийской провинции Идлиб. Эрдоган, обращаясь к лидеру оппозиционной Республиканской народной партии Кемалю Кылычдароглу, критикующего военную операцию Турции в Сирии, обвинил его в незнании истории собственной партии. «*Что говорил Мустафа Кемаль Ататюрк в Чанаккале? Он говорил: «Я приказываю вам умереть». Кемаль бей (Кылычдароглу), ты не знаешь даже историю своей партии. Мы отдавали шейхов в битвах при Бадре, Ухуде, Хунейне, Хандаке, Сельджуклу, Османлы, будем отдавать и впредь, Кемаль бей*», — заявил Эрдоган.

Итак, ВПД можно определить как один из наиболее персуазивных дискурсов, так как главной целью политика, как и военачальника, являются завоевание и удержание власти и авторитета, а также воздействие на аудиторию (электорат или личный состав) с целью формирования у нее взглядов, идей и поступков, необходимых оратору.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса. Волгоград: Перемена, 2000. — 368 с.
2. Чернявская, В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учебное пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. — 128 с.
3. Олянич, А.В. Презентационные стратегии в военно-политическом дискурсе. Языкознание. — 2003. — № 3. — С. 119–126.
4. Демьянков, В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии. М.: РАН ИНИОН, 2002. — С. 32–43.

5. Дейк, Т.А. ван Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. — М.: Прогресс, 1989. — 312 с.
6. Бачурин, В.Д. Манипулятивные технологии, применяемые СМИ в современном военно-политическом дискурсе / В.Д. Бачурин // Политическая лингвистика. — 2014. — № 4. — С. 99–104.
7. Голоднов А.В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (На примере современной немецкоязычной рекламы) : Дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 : Санкт-Петербург, 2003
8. Хомутова, Т.Н. Военно-политический дискурс как особый тип дискурса / Т.Н. Хомутова, К.А. Наумова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». — 2017. — Т. 14, № 3. — С. 49–53.
9. Киселева С.А. Функционирование эвфемизмов в современном английском военно-политическом дискурсе : структурно-семантический и прагматический аспекты : диссертация ... кандидата филологических наук : - Москва, 2015. - 240 с.
10. Ататюрк, Мустафа Кемаль. Избранные речи и выступления: Пер. с тур. [Москва] [Прогресс], [1966]. - 439 с.
11. Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : Астрахань : Изд-во АГТУ, 2004 - 195 с.

© Исмаилова Лейлаханум Гусейн кызы (Leylaxanum@mail.ru), Дрига Марина Владимировна (Dr_mari@mail.ru),
Владимов Николай Владимирович (vladimov@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»

Военный университет МО РФ