

**Наталія ФРАСИНЮК,**

*orcid.org/0000-0002-3168-3591*

кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської мови

Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка  
(Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна) *frasynuk @ukr.net*

## МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ПЕРСУАЗИВНОСТІ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

У статті описуються мовні засоби вираження персуазивності в промовах британських і американських політиків. Проведений аналіз політичних промов та інтерв'ю дозволяє стверджувати, що в англомовному політичному дискурсі існує низка мовних засобів на всіх рівнях мови, які виконують функцію персуазивності в політичному дискурсі. Ці мовні засоби дозволяють політикам привернути увагу аудиторії, полегшити сприйняття політичної промови чи виступу, урізноманітнити мовлення політика засобами впливу, формувати політичну свідомість реципієнтів, а також спонукати їх до конкретних дій, що є вигідними для політика.

Політичний дискурс – явище когнітивне за своєю суттю, оскільки пов'язане з відтворенням і передачею знань. Головна ціль політичного дискурсу полягає не в описовій стратегії, а у стратегії персуазивності.

У сучасному суспільстві персуазивність є необхідним елементом удосконалення навичок міжособистісного й ділового спілкування, масової комунікації, ефективного менеджменту й ефективного політичного впливу. Персуазивність – це форма соціального впливу, яка дає можливість досить легко надсилати мовні повідомлення, метою яких є вплив на певну аудиторію.

Персуазивне мовлення використовує мовні стратегії та відповідні лінгвістичні засоби впливу на психіку реципієнта на різних рівнях мови.

На морфологічному рівні персуазивний ефект досягається за допомогою вживання займенників, дієслів та дієслівних конструкцій, прикметників тощо. На лексико-семантичному рівні англомовного політичного дискурсу основу становить загальноживана літературна та розмовна лексика, яка допомагає наблизити мовця до реципієнта і сприяє встановленню довірливих, товариських відносин між учасниками комунікації. На синтаксичному рівні політики віддають перевагу простим реченням.

Промови політичних діячів насичені модальними дієсловами, риторичними питаннями, паралельними конструкціями, порівняннями, метафорами, ідіомами тощо.

**Ключові слова:** політичний дискурс, персуазивність комунікативна поведінка.

**Natalia FRASYNIUK,**

*orcid.org/0000-0002-3168-3591*

Candidate of Philological Sciences,

Associate Professor at the Department of the English Language

Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University

(Kamianets-Podilsky, Khmelnytsky region, Ukraine) *frasynuk @ukr.net*

## LANGUAGE MEANS OF EXPRESSION PERSUASIVENESS IN POLITICAL DISCOURSE

The article discovers and reveals language means of expression persuasion in political discourse, examines the main verbal means of persuasiveness in political speeches of British and American politicians. The analysis of political speeches and interviews shows that there is quite a significant number of verbal means of persuasion in the English-language political discourse. They may occur at different levels of language, but mostly relate to the lexical and stylistic levels.

Political discourse is the set of all speech acts used in political discussions. Political speeches are a purposeful interaction between the speaker and the audience, in which the communicative intention of the former is to manipulate the latter so that it accepts his views and supports the proposals. In order to achieve the perlocutive goal, politicians have some linguistic communicative behavior. To convey information and influence the minds, politicians use different linguistic means of persuasiveness in political discourse. A political discourse contains some features that must be constant in them to be recognized and understood by the audience as such, but it must, at the same time, fulfill the purpose of persuading the addressees.

Persuasion is a necessary element of improving the navigator of interpersonal and business communication, mass communication, effective governance and effective political issues. It is an act convincing others, changing their views, shifting their ideal points along the imagined line.

*The research process found out the range of verbal expression meanings of persuasiveness. To the verbal meanings of persuasiveness, we can refer the usage of imperatives and imperative constructions, explicit performatives, constructions with modal verbs, short sentences, and slogans. The verbal meanings of persuasiveness include rhetorical questions, affirmative sentences, and famous people's citations. To the special language meanings, which encourage the influence on the addressee we also refer the usage of elliptical sentences, repetition. The mostly used lexical and stylistic meanings, that encourage the fulfillment of the main purposes of political discourse is the usage of metaphor, personification and periphrasis.*

**Key words:** *political discourse, persuasiveness, verbal means.*

**Постановка проблеми.** У сучасному суспільстві розвиток лінгвістичних наук набув чималого значення, оскільки саме мова стала одним із найважливіших засобів впливу на аудиторію, через який безпосередньо реалізується політична діяльність. Політичний дискурс як специфічна сфера комунікації, його структура й особливості стали об'єктом детального лінгвістичного аналізу відносно недавно, проте головні характеристики політичної комунікації описані досить добре. Особливо увага приділяється мовним засобам впливу політика на адресата з метою маніпулювання його свідомістю, адже політичний дискурс є найвпливовішим явищем у сучасній політичній комунікації. Особливий інтерес становить дослідження мовних засобів вираження персуазивності в політичному дискурсі.

**Аналіз досліджень.** Вивченню політичного дискурсу та вербальних засобів ефективного впливу на свідомість широких мас населення присвячені праці як закордонних: М. Фуко (Michel Foucault), Р. Барт (Roland Barthes), М. Бахтін (Mikhail Bakhtin), А. Грамші (Antonio Gramsci), О. Кубрякова, О. Шейгал та інші, так і вітчизняних учених (І. Андрусак, О. Фоменко, І. Бутова, К. Серажим та інші).

**Мета статті** – виявлення мовних засобів вираження персуазивності в політичному дискурсі.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасному світі численні науковці, наслідуючи загальну тенденцію у вивченні семантичних і прагматичних аспектів дискурсу, велику увагу приділяють політичному дискурсу. Його розвиток є процесом складним і багатограним. Він не обмежується лише певними стратегічними орієнтирами чи лінгвістичною прагматикою, а існує і функціонує в різних часових і просторових сферах.

У лінгвістичній літературі термін «політичний дискурс» уживається в різних значеннях: «будь-які мовні утворення, зміст яких стосується сфери політики» (Баранов, 2003: 23); «сукупність усіх мовленнєвих актів, що використовують у політичних дискусіях, а також правил публічної політики, які оформилися згідно із традиціями та отримали перевірку досвідом» (Шейгал, 2004: 6); «сукупність дискурсивних практик, що ідентифікують

учасників політичної комунікації або формують її конкретну тематику» (Шейгал, 2004: 246).

Лінгвістичний аналіз мови політики є, по суті, виявленням способів маніпуляції мовними знаками для досягнення конкретних політичних цілей. Головна ціль політичного дискурсу полягає не в описовій стратегії, а у стратегії персуазивності, адже суть політики зводиться до бесіди, розмови, до необхідності переконати протилежну сторону свідомо або підсвідомо інтерпретувати, оцінювати й діяти» (Шейгал, 2004: 17).

У сучасному суспільстві персуазивність є необхідним елементом удосконалення навичок міжособистісного й ділового спілкування, масової комунікації, ефективного менеджменту та політичного впливу. Персуазивність – це «форма соціального впливу, осмислене зусилля, яке спрямоване на зміну свідомості у процесі комунікації в такій ситуації, коли адресат наділений певною свободою» (О'Keefe, 2002: 10), «вплив автора усного чи письмового повідомлення на свого адресата з метою його переконання, спонукання до здійснення або не здійснення певних дій» (Чернявская, 2006: 24); «інтерактивний комунікативний процес, у якому відправник повідомленням прагне вплинути на світогляд, ставлення та поведінку його одержувача» (Jowett, 2012: 21–26). Персуазивність дає можливість досить легко надсилати мовні повідомлення, метою яких є вплив на певну аудиторію.

Персуазивна комунікація може відобразити різноманітні, часом протилежні, способи мислення, які формулюються в різних контекстах та їм відповідають. Персуазивне мовлення використовує мовні стратегії та відповідні лінгвістичні засоби впливу на психіку реципієнта на різних рівнях мови.

На морфологічному рівні персуазивний ефект досягається за допомогою вживання займенників, дієслів та дієслівних конструкцій, прикметників тощо. Форма першої особи однини та множини характерна для політиків, які вже обіймають високу посаду, а також для передвибірних виступів. Уживанням у мовленні займенника *І* політик показує, що лише він може змінити щось у житті суспільства, що він упевнений у своїй силі,

є лідером: “I am confident that our friendship will continue to deepen and that our two peoples will build an ever broader and stronger bridge between us” (промова королеви Єлизавети II).

За допомогою прономінальної форми першої особи множини політики демонструють свою віру у співпрацю, взаєморозуміння з народом, і цим переконують виборців підтримувати їхні ідеї, прямо звертаються до них і побічно представляють себе та свою програму: “We realized that to win the War on Terror, we must win a war of ideas by appealing to the hopes of decent people everywhere <...> helping to give them the chance for a better life and a brighter future... and reason to reject the false and destructive comforts of bitterness, grievance, and hate” (промова Кондолізи Райс); “We have a strategic interest in reducing death and disease in emerging nations of Africa” (промова Джорджа Буша).

Важливим засобом персуазивного впливу у президентській промові виступають іменники, що виражають позитивну оцінку: *wealth, safety, respect, honesty, prosperity, charity, generosity, tolerance*; іменники, що виражають негативну оцінку: *war, weapon, poverty, slavery, humiliation, danger, violence, disaster*; прикметники, що виражають позитивну оцінку: *free, equal, courageous, faithful, brave, democratic, friendly, peaceful*; прикметники, що виражають негативну оцінку: *dangerous, greedy, indifferent, afraid, broken, defeated, unemployed, selfish*. Вони маркують психологічну емоційність, створюють контакт з аудиторією, виражають суб’єктивну спрямованість змісту, роблять його більш зрозумілим, слугують логічним зв’язком між реальним станом речей та бажаною для мовця картиною, мають на меті утримання уваги аудиторії, посилення експресивності й уникнення негативної реакції, тобто впливають не лише на когніцію, а й на емоції, а отже, відбувається своєрідна маніпуляція думкою слухачів: “In all my public and private acts as your President, I expect to follow my instincts of openness and candor with full confidence that honesty is always the best policy in the end” (промова Б. Обама).

Щоб донести інформацію до адресата та спонукати адресата до певних дій, у політичному дискурсі використовуються: нейтральна лексика (*world, effect, matter, person, experience, to become, to admit, to carry*), книжкова лексика (*vow, challenges, to neglect, to emphasize*), терміни (*the general maritime law, maritime jurisdiction, admiralty*), номенклатурна лексика (*the Civil Code, American admiralty court, the Ministry of Post and Telecommunications, the National Space Development Agency (NASDA) of Japan*).

На лексико-семантичному рівні англомовного політичного дискурсу основу становить загально-вживана літературна лексика. Залежно від теми, політичні промови й інтерв’ю з політиками містять терміни, пов’язані з економікою, медициною, міжнародними відносинами, військовою справою: “There’s no longer a Saddam Hussein paying \$25 000 to Palestinian suicide bombers and housing Palestinian rejectionists. And there’s no longer a Saddam Hussein who can rain Scud missiles on Israel like he did in 1991” (інтерв’ю з Кондолізою Райс); “If there is hesitancy in part of our society over the existence of these international courts, the best way to address that concern is to increase our support for domestic judicial systems that can credibly take on the investigation and prosecution of these types of crimes” (інтерв’ю з Девідом Шеффером); “So far, the initiative has distributed life-saving medicines, insecticide sprays, and mosquito nets to millions of Africans” (промова Лори Буш).

Крім загально-вживаної літературної лексики, політики використовують розмовну лексику, що допомагає наблизити мовця до реципієнта і сприяє встановленню довірливих, товариських відносин між учасниками комунікації: *negative impact, efforts, folks*; слова-гасла, які часто ефективніші за будь-які пояснення й аргументи: *freedom, liberty, justice, patriotism, human rights*; неологізми, евфемізми, іноземні слова, метафори й ідіоматичні вислови, що сприяє конструюванню позитивного іміджу політичного діяча і посиленню його впливу на маси: “Our research base is in very good health” (промова Тоні Блера); “By our efforts, we have lit a fire as well – a fire in the minds of men” (промова Джорджа Буша); “There is a traditional proverb which says, “He who has health has hope, and he who has hope has everything”. This year, as governments search for new ways to tackle these important challenges, we as individuals can also play our part so that, in pursuing health and vitality for all, we bring hope to the world” (промова королеви Єлизавети II).

Щодо синтаксичного рівня політичного дискурсу, то для кращого переконання політики віддають перевагу простим реченням. У разі використання складних речень вони або мають характер формально простого, або головне речення не несе значного інформаційного навантаження. Такі речення створюють видимість міркування з наступним висновком, мають апелятивний, стверджувальний характер. Це дозволяє президенту-оратору бути більш виразним і переконливим, ближчим до народу. Його виступ стає краще зрозумілим та доступнішим для різних

соціальних верств населення: *“John Edwards is smart. He’s energetic. He’s empathetic. He will create good jobs”* (промова Hillary Clinton).

Уживання риторичних запитань у промовах має на меті привернення уваги, посилення враження, емоційності висловлювання, створення піднесеного настрою. Суть риторичного запитання полягає в тому, що слухач сам знає відповідь на поставлене запитання. Крім того, риторичні запитання дуже успішно наголошують найголовніші ідеї мовця: *“Did our generation advance the cause of freedom? And did our character bring credit to that cause?”* (Промова Джорджа Буша); *Can you imagine trying to pass a global test in a security Council that Syria has sat in?”* (інтерв’ю з Кондолізою Райс).

Умовні речення, які найчастіше простежуються в передвиборчих промовах, використовуються політиками для опису ситуацій, що можуть трапитись у майбутньому. Ці ситуації зазвичай стосуються політичного життя країни і пов’язані з діяльністю самого політика, який хоче представити аудиторії план своїх дій. Таким способом політик доводить адресату свою компетентність та готовність до активних дій: *“We have already cut the regulatory requirements and if you want us to do more, we will lend a sympathetic ear”* (промова Дональда Рамсфілда); *“In this globalised world, countries like ours know that we must draw on the talents of all our people, especially the young, if we are to thrive”* (промова Тоні Блера).

У політичному дискурсі англomовні політичні діячі віддають перевагу перфектним та всім тривалим часам. Перфектний час показує, що певна подія з політичного життя суспільства не відійшла в історію, а й ще досі залишається актуальною: *“The politics of higher education have been a metaphor for our programme of change: the right response was very difficult politically but it was, from the start, very clear in policy terms”* (промова Тоні Блера); *“Now here in the District, the rate has fallen by more than 30 percent since 1993”* (промова Хіларі Клінтон).

На відміну від перфектного часу, тривалі часові форми в англomовному політичному дискурсі вказують на процес дії, наприклад, щоб переконати адресата, що політики активно займаються вирішенням певної проблеми: *“He is working with congress to fund his proposal to increase United States development assistance by 50 percent – with new funds going to countries that govern justly, invest in the health and education of their people, and encourage economic liberty”* (промова Кондолізи Райс); *“In sport leagues, in Boys and Girls Clubs, and in church groups, Americans are raising money for mos-*

*quito nets. And they’re raising awareness about malaria”* (промова Лори Буш).

Промови політичних діячів насичені модальними дієсловами, більшість із яких позначають повинність: *“<...> that we have to be prepared in the Mediterranean <...>”*; обов’язок: *“<...> we must do everything we can to “harden” targets within the United States airports, seaports, power plants, government buildings – anything terrorists are likely to set their sights on”* (промова Кондолізи Райс); наполегливу пораду: *“We should be able to work together on a responsible budget that invests in the things that we need to grow our economy and create jobs even while we maintain fiscal discipline. We should be able to pass a farm bill that helps rural communities grow and protects vulnerable Americans in hard times. And we should pass immigration reform. (Applause.) We should pass immigration reform”* (промова Б. Обама); обіцянку: *“We will build the roads and bridges, the electric grids and digital lines that feed our commerce and bind us together. And we will transform our schools and colleges and universities to meet the demands of a new age. All this we can do. And all this we will do”* (промова Б. Обама).

Для того, щоб вплинути на свідомість адресата, політики часто повторюють деякі слова і словосполучення, що мають найбільше смислове навантаження, тому є важливими у виступі. Повторення в політичному дискурсі є одним із найефективніших засобів впливу на психіку реципієнта. Завдяки частому вживанню певні слова і фрази закарбовуються в пам’яті адресата, стають для нього особисто значущими: *“Workers went door to door to teach people how to use beds – how to use bednets”* (промова Джорджа Буша); *“The responses are much more focused, much more achievable”* (інтерв’ю з Девідом Шеффером).

У мовленні політиків простежуються також паралельні конструкції, що дозволяють акцентувати найважливіші ідеї у промові та додавати їй певного ритму. Водночас паралельні конструкції часто містять лексичні повтори, їхній вплив на реципієнта є досить сильним, оскільки паралельні конструкції поєднують логічні, ритмічні, емотивні й експресивні аспекти: *“I want to congratulate you. I want to congratulate you and welcome you to the White House”* (промова Хіларі Клінтон); *“We called for an end to violence. We also called for the end of incitement to violence”* (інтерв’ю з Коліном Пауеллом); *“I will keep taxes low and cut them where I can. My opponent will raise them. I will open new markets to our goods and services. My opponent will close them. I will cut government spending.*

*He will increase it; My tax cuts will create jobs. His tax increases will eliminate them*" (промова Джона Маккейн).

Англомовні політики у своїх промовах та інтерв'ю досить часто використовують порівняння. Як засіб впливу на свідомість адресата порівняння полегшує розуміння певних політичних подій чи політичної картини світу загалом. Через аналогії та паралелі підкреслюється схожість певного політичного явища з подібним явищем у минулому, що часто дозволяє знайти вихід зі складної ситуації, що склалася: "In one village, malaria kills half of all the children before the age of five. Imagine growing up in a village like that, imagine being a mom in a village like that" (промова Джорджа Буша); "The president believes that Palestinians, like people everywhere, deserve democratic institutions, with honest leaders who truly serve the interests of their people" (промова Кондолізи Райс).

Щоб підкреслити власні позитивні якості, переконуючи адресата у своїй правоті, політики вживають в англомовному політичному дискурсі порівняння, виражені за допомогою ступенів порівняння, та протиставлення: "The horrific suffering and catastrophic costs of two European wars in less than thirty years convinced the United States to work in partnership with Europeans to make another way in Europe unthinkable" (промова Кондолізи Райс); "That is why I believe Man is so much more than just a biological phenomenon resting on what we now seem to define as "the bottom line" of the great balance sheet of life, according to which art and culture are seen increasingly as optional extras in live" (промова принца Чарльза); "And, unlike the people

of Iraq, we did not face the added challenge of recovering from the trauma of decades of denial and brutal rule by a dictator like Saddam Hussein" (промова Кондолізи Райс).

В англомовному політичному дискурсі перифраза відображає особисте ставлення мовця до певного предмета чи людини, яка називається не конкретним іменем, а фразою, що описує ту чи іншу її рису: "From the day of our Founding, we have proclaimed that every man and woman on this earth has rights, and dignity, and matchless value, because they bear the image of the Maker of Heaven and earth" (промова Джорджа Буша); "Our respect for all God's creatures and for the environment is the expression of our respect for the Creator whose inspiration is the entire manifest world" (промова принца Чарльза); "History has an ebb and flow of justice, but history also has a visible direction, set by liberty and the Author of Liberty" (промова Джорджа Буша).

**Висновки.** Викладене дозволяє зробити висновок про те, що англомовний політичний дискурс містить цілу низку засобів впливу на свідомість адресата на всіх рівнях мови. Ці мовні засоби дозволяють політикам привернути увагу аудиторії, полегшити сприйняття політичної промови чи виступу, урізноманітнити мовлення політика засобами впливу, формувати політичну свідомість реципієнтів, а також спонукати їх до конкретних дій, що є вигідними для політика. Загалом, взаємодія всіх проаналізованих засобів англомовного політичного дискурсу досить суттєво впливає на психіку адресата, формує його політичні погляди і переконання та спонукає його до активних політичних дій.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баранов А. Введение в прикладную лингвистику. Москва : Эдиториал УРСС, 2001. 358 с.
2. Чернявская В. Дискурс власти и власть дискурса : Проблемы речевого воздействия. Москва : Флинта-Наука, 2006. 136 с.
3. Шейгал Е. Семиотика политического дискурса. Москва : Гнозис, 2004. 326 с.
4. Jowett G. S. Propaganda and Persuasion. Thousand Oaks, CA : Sage, 2012. 432 p.
5. O'Keefe D. J. Persuasion : Theory and Research. Thousand Oaks : Sage Publications, Inc., 2002. 365 p.

#### REFERENCES

1. Baranov A. N. Vvedeniye v prikladnuyu lingvistiku [Introduction to Applied Linguistics]. Moskva: Editorial URSS, 2001. 358 s. [in Russian].
2. Chernyavskaya V. Ye. Diskurs vlasti i vlast' diskursa: Problemy rechovogo vozdeystviya [Discourse of Power and the Power of Discourse: Problems of Speech Impact]. Moskva: Flinta-Nauka, 2006. 136 s. [in Russian].
3. Sheygal Ye. I. Semiotika politicheskogo diskursa [ Semiotics of political discourse]. Moskva: Gnozis, 2004. 326 s. [in Russian].
4. Jowett G. S. Propaganda and Persuasion. Thousand Oaks; CA : Sage, 2012. 432 p. [in English].
5. O'Keefe D. J. Persuasion : Theory and Research. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc., 2002. 365 p. [in English].