

щественных перемен. // Славяноведение. 2000. № 3.

Липский Ян. Две родины – два патриотизма. Заметки о национальной мегаломании и ксенофобии поляков. / ИЛ. 1993. № 2.

Новопашин Ю.С. Об антисоветизме и русофобии в послевоенной восточной Европе: к постановке проблемы. // Славяноведение. 1998. № 1.

Саксон Грамматик. Деяние данов. М., 1971

Софронова Л.А. Ещё раз о проблемах истории культуры. // Сов. славяноведение. 1990. № 2.

Тацит Корнелий. О происхождении германцев и местонахождении Германии. // Соч. в 2 томах. М., 1970. Т. 1.

Шлезингер А.М. Циклы американской истории. М., 1992.

Шнирельман В.А. Националистический миф: основные характеристики (на примере этногенетических версий восточнославянских народ). // Славяноведение. 1995. № 6.

Ягич И.В. История славянской филологии. Санкт-Петербург. 1910

© Ключко Н.И., 2006

Макарова В. В.

Каунас, Литва

НАША ПАРТИЯ ЛУЧШЕ: СПОСОБЫ УБЕЖДЕНИЯ В СИТУАЦИИ ПРЕДВЫБОРНОЙ БОРЬБЫ

Abstract

The paper deals with the tools of persuasion in the election campaign in Russia in 2003. The author analyses a corpus of texts produced within political discourses of three Russian parties (the United Russia, the Communist Party of Russia, the Liberal Democratic Party of Russia) and focuses on the link of the common thesis «our party is better» to rational arguments aimed at the evidence of the declared thesis.

Интерес представителей различных гуманитарных наук к механизмам манипулирования сознанием неиссякаем настолько, насколько неиссякаемо человеческое стремление манипулировать своим ближним. В последние полвека с целью обнажения приемов воздействия на сознание в рекламных и политических текстах появилось множество лингвистических работ, внимание в которых было сосредоточено на выборе номинаций и грамматических форм, скрытых и подразумеваемых предпосылок, смене ярлыков и искажении причинно-следственных отношений, принципах порождения идеологизированных текстов.

В рамках данной статьи хотелось бы остановиться на способах воздействия на адресата с целью его убеждения в текстах российских партий в период обострения политической конкуренции – выборов в Государственную Думу в конце 2003 г.. Предвыборная ситуация представляет особый интерес для исследования не только потому, что в момент политической борьбы эксплицируются ценности как партий, так и общества в целом, и одно описание этих фрагментов действительности уже является важной задачей, но еще и потому, что ситуация выборов повторяется каждые несколько лет, поэтому результатом подоб-

ных исследований может стать повышение уровня самосознания получателей политических сообщений в преддверии грядущей агитации.

Пьер Бурдьё несколько лет назад в статье «За ангажированное знание» высказал мысль о том, что «исследователь не является ни пророком, ни властителем дум» и он «не должен давать уроков», но все же исследователь «должен искать и изобретать; он должен стараться помочь тем учреждениям, которые ставят перед собой задачу – к сожалению, все более вяло – сопротивляться неолиберальной политике; он должен поставить перед собой цель помогать им, снабжая их необходимым инструментарием» [Бурдьё 2002]. Элеонора Лассан в статье под названием, перекликающимся с вышеупомянутым, «Лингвистика как ангажированное знание» писала об установке исследователя-лингвиста – установке на предупреждение общества о последствиях для него тех или иных речевых действий политиков: «Думается, что сказанное позволяет оценить лингвистику, способную делать заключения об искренности / неискренности говорящего, об истоках предлагаемых идей, об этическом характере дискурса, как науку, ставящую диагноз состоянию общественного сознания и, в частности, состоянию политических умов, призванных устанавливать ориентиры движения государств» [Лассан 2006].

В согласии с исследовательскими и нравственными позициями Э. Лассан (об исследованиях в русле политической лингвистики) и П. Бурдьё (о желательном векторе работы всего академического сообщества) и в продолжение их идей написана и данная статья, целью которой являлось выявление тенденций в построении умозаключений, а также установление общих мест в избранном аспекте современной политической риторики.

На данный момент в лингвистике сосуществуют различные способы анализа методов убеждения – это, напр., выявление стратегий ведения дискуссий, установление видов аргументативных дискурсов, анализ логической структуры убеждения, исследование логических и ценностных способов убеждения, экспликация общих мест, т.е. топосов, в рассуждениях. Методика данного исследования заключается в анализе логической структуры убеждения и его риторического оформления. В анализе логической стороны убеждения – или рациональной аргументации – внимание было сосредоточено на способах введения тезиса и аргументов и анализе связи аргументов с тезисом. Анализ риторической стороны убеждения – или эмоциональной, внелогической аргументации – заключался в выявлении общих мест, призванных воздействовать на чувства аудитории.

Мы согласны с мнением А. И. Мигунова, исследующего проблемы теории аргументации, логики и риторики, что «формирующаяся сейчас

теория аргументации должна строиться как логико-прагматическое исследование аргументативной коммуникации» [Мигунов 2004: 215]. Нам представляется важным при исследовании аргументативного потенциала текста не изолировать друг от друга исследование рациональной и эмоциональной сторон убеждения, т.к. мы исходим из мысли, что в любом убеждающем тексте необходимо присутствие здравого смысла, и говорящий не может не привести хотя бы одного разумного довода в поддержку доказываемого положения, но вряд ли с целью убеждения возможно избежать если не использования аргументов к человеку, то, по крайней мере, того, что Зарецкая Е. Н. называет «психологическим переносом» аргументов [Зарецкая 1998: 162]. А. Н. Баранов и В. М. Сергеев идею о синкретичности рациональной и эмоциональной составляющих процесса убеждения формулируют радикальнее, они говорят, что «роль «рассудочного» мышления сведена к минимуму» и в настоящее время «эмоциональная аргументация преобладает над логической» [Баранов, Сергеев 1988]. Мы неизбежную, на наш взгляд, апелляцию говорящего к эмоциям слушателей трактуем не как погрешность в ходе умозаключений, уловку, установку на внушение, а как естественный признак человеческой коммуникации. Другой вопрос – каково качество и соотношение рациональной и эмоциональной составляющей в структуре убеждения, не заменяется ли первое вторым и соблюдаются ли в ходе рассуждения требования чистоты мышления и этики.

Избранным для анализа материалом явились четырнадцать текстов, предшествовавших выборам или опубликованных после них на официальных веб-сайтах трех победивших на выборах в Госдуму в 2003 г. российских партий («Единая Россия», Коммунистическая партия Российской Федерации – далее КПРФ, Либерально-демократическая партия России – ЛДПР).

Объектом анализа являлись способы убеждения в истинности главного из доказываемых в анализируемом корпусе текстов положения: *Наша партия лучше*. Именно на нем сфокусировано наше внимание потому, что, во-первых, оно доказывается в дискурсе всех трех партий и, во-вторых, является лейтмотивом вообще любой предвыборной кампании.

Тезис (*Наша партия лучше*) перифрастически представлен, на наш взгляд, в следующих цитатах: 1) «Единая Россия» – единственная партия в стране, которая не борется, а работает. // В отличие от всех других партий, только «Единая Россия» готова вместе с президентом отвечать за политический курс и за результаты его реализации. 2) За это (*хорошее для всех*. – В. М.) борется КПРФ – партия будущего. // КПРФ – настоящая партия. // Но мы выдержим (*испытания*. – В. М.), без нас страна не спасется. 3) Но у народа есть шанс ускорить наведение порядка в стране. Для этого необходимо проголосовать за то, чтобы в Госдуму третьего созыва пришло большинство от

ЛДПР. // Но у избирателей есть шанс выбрать достойную партию, на которую можно смело положиться. ЛДПР – такая партия.

Данные высказывания сходны по содержанию (превосходство партии, от имени которой выступает говорящий), но отличаются по форме: в дискурсе «Единой России» смысл выражен в форме утвердительных высказываний в настоящем времени, что может объясняться тем, что в тот период эта партия действительно находилась у власти, в отличие от ЛДПР, деятельность которой направлена в будущее, а высказывания представлены в алетической модальности (о категориях необходимости / возможности свидетельствуют лексемы *необходимо*, *можно*, *шанс*). Цитаты из дискурса КПРФ являются лозунгами, что также объяснимо существующей ситуацией: раз эта партия наследует идеи предшествовавшего исторического периода, закономерно, что вместе с тем являются унаследованными и стилевые особенности советского дискурса. В расстановке акцентов – использовании различных слов с положительной коннотацией – также наблюдается различие: в цитатах из дискурса ЕР идея исключительности партии выражается через лексемы *единственная* и *только*, а также глаголы *работать* и *отвечать* (за). В дискурсе КПРФ положительность партии определяется через признаки партии – это партия *будущего*, *настоящая* партия. Использование тут слова «настоящий» обусловлено, по-видимому, способностью этого слова выступать в функции так называемых «слов-губок», которые будучи лишёнными собственного значения призваны подчеркнуть, что следующее за ним существительное используется в своем прямом, буквальном значении, т.е. в сущности, такие слова дублируют значение существительного, с которым сочетаются. Кроме того, в дискурсе КПРФ оптимистично говорится о непрременной выживаемости в условиях *испытаний*, что тоже является отличительной чертой «советского стиля». П. В. Зернецкий такой тип коммуникативной конфронтации, заключающейся в критике оппонентов в сочетании с обещанием жить лучше, называет «подчеркнутым оптимизмом» [Зернецкий 2000: 197]. В дискурсе ЛДПР идея исключительности партии выражается через такой ее признак, как *достойная* партия, а также через утверждение способности данной партии к наведению порядка.

Данные наблюдения могут свидетельствовать об отношении говорящих к действительности: может быть, в самом деле, первая партия предпочитает действовать (и для позитивного представления себя выбирает глаголы)? Однако поскольку «Единая Россия» в период выборов находилась у власти, единственно у этой партии и была возможность действовать, но о причинах вербализуемой ситуации в текстах «Единой России» умалчивается. По этой же причине – степени власти в тот период – на долю других двух партий оставалось лишь раздавать оценки, притом, вопрос о том, каково содержание оценок *настоящий* и

достойный, какой смысл вкладывается в данные понятия, является спорным.

Аргументы, которые приводятся в поддержку тезиса (*Наша партия лучше*), делятся на две группы: аргументы к существованию дела, относящиеся к рациональной стороне процесса убеждения, и апелляция к топосам, воздействующим на чувства аудитории. Аргументы к существованию дела таковы: 1) политика партии согласуется с интересами большинства («Единая Россия», КПРФ), 2) результат работы партии положителен (а оппонентов – отрицателен) («Единая Россия», КПРФ, ЛДПР), 3) президент одобряет работу партии («Единая Россия», ЛДПР). Топосы, вводимые говорящими в текст, таковы: 1) забота о благополучии народа («Единая Россия», КПРФ, ЛДПР), 2) приверженность национальным ценностям («Единая Россия», КПРФ), 3) моральный авторитет (ЛДПР). В рамках данной статьи в большей степени внимание уделяется связи рациональных аргументов с тезисом.

Аргумент *«политика партии согласуется с интересами большинства»* реализуется в текстах партий следующим образом: 1) Это более полумиллиона, точнее, шестьсот пятьдесят тысяч членов партии. И это – два миллиона наших сторонников. // Это тысячи депутатов... // Самая мощная партия со времен распада СССР... // Столь представительного состава своего депутатского корпуса не имеет ни одна политическая партия в нашей стране. // Мы создали новую и дееспособную партию, поддерживаемую большинством российского общества («Единая Россия»). 2) Мы действуем в интересах БОЛЬШИНСТВА. Поэтому для нас главное: Поднять и развить отечественное производство, в том числе малое и среднее предпринимательство. Ибо здесь трудится подавляющее большинство населения России. Вывести российские регионы из бесправного униженного положения нищей колонии. Ибо именно здесь проживает абсолютное большинство россиян (КПРФ).

Если в дискурсе «Единой России» говорится о том большинстве, которое поддерживает политику этой партии, то в дискурсе КПРФ утверждается, что эта партия выступает за интересы большинства и поэтому, напрашивается вывод, большинство должно было бы ответить партии взаимностью. Аргументы «Единой России» являются фактическими данными, подаваемыми в форме перечисления одного за другим на коротком отрезке текста – наряду с положительной оценкой партии (*новая, дееспособная партия*). Аргументы КПРФ сложнее верифицировать, т.к. то большинство, к которому апеллируется, вряд ли поддается подсчету. Невозможная для агитации в дискурсе КПРФ сила цифр компенсируется графическим выделением ключевого слова *большинство* и особой организацией синтаксиса в приведенных цитатах – это эллипсы с глаголом в инфинитиве и анафора. Итак, получатель данных сообщений принимает на веру истинность приводимых цифр в дискурсе «Единой России» (хотя требовалось бы пересчитать, ознакомиться с

документами), в дискурсе КПРФ – степень искренности установки на благо для большинства (хотя требовалось бы уточнить, каким образом будет достигаться цель *поднять, развить и вывести российские регионы из бесправного униженного положения нищей колонии*).

Что же касается содержания рассматриваемого аргумента, то тут возникает вопрос: действительно ли хорошо то, за что выступает большинство? На мысль о том, что большинство может оказываться не правым и проголосовать за дурное решение, может навести постановка этой проблемы художниками. Напр., в фильме Л. фон Триера «Мандерлей» (2005) главная героиня учит толпу принципам демократии, и в тот момент, когда ее подопечные усвоили эти знания и стали применять их на практике, по итогам одного из голосований героиня вынуждена совершить казнь. Итак, нас интересует вопрос, является ли аргумент о воле большинства достаточным для доказательства тезиса о позитивности партии? Рассуждение *Большинство считает X; следовательно, верно, что X* представляет собой энтимему – свернутый силлогизм, в котором опущена большая посылка (*Мнение большинства – верно*). Именно истинность большой посылки в данном умозаключении может подвергнуться сомнению. Казалось бы, общественное мнение в иерархии ценностей стоит на одном из последних мест, более важными являются принципы права, исторический опыт народа, нравственные ориентиры общества. Но по правилам игры в демократический строй решающим фактором в принятии решений оказывается количество голосов, поэтому аргумент «политика партии согласуется с интересами большинства», использованный в данное время в данном месте, пожалуй, можно трактовать как достаточный для доказательства тезиса (*Наша партия лучше*).

После того, как «Единая Россия» получила на выборах большинство голосов, на сайте партии был опубликован текст, в котором говорится следующее: Момент истины состоявшихся выборов заключается в том, что страна отвергла пустую политическую публицистику и демагогическое краснобайство, народу нужны программы реальных дел и конкретные действия, которые бы оправдывали возродившиеся и растущие ожидания большинства российского населения.

В данной цитате внимание привлекают два момента. Во-первых, эксплицитно выражается мысль о взаимосвязи понятия «истина» и «мнение большинства», т.е., как мы предполагали выше, утверждается, что верным и необходимым говорящий считает то, за что отдает свои голоса большинство населения. Во-вторых, обращает на себя внимание метонимическое именование оппонентов, которых «Единая Россия» значительно опередила по результатам голосования, – название оппонентов замещено названием их вербальной деятельности, причем для этого использована оценочная лексика с негативной конно-

тацией (*пустую политическую публицистику и демагогическое красноречие*). Как показал анализ, эксплуатация эмотивной функции слова характерна в большей степени для дискурса оппонентов «Единой России», стиль предвыборных текстов «Единой России» экспрессивностью не отличается. Использование ярлыков в дискурсе «Единой России» в период после выборов может быть обусловлено тем, что по достижении этой партией поставленной цели необходимость в неукоснительной демонстрации следования своему имиджу – партии дела, а не слова, говорящей в предвыборной агитации фактами, а не лозунгами – несколько ослабла и вместе с тем ослабили механизмы, сдерживающие выражение эмоций субъекта дискурса.

Аргумент *«результат работы партии положителен»* подкрепляет тезис (*Наша партия лучше*) в дискурсе всех трех партий: Доказала свою эффективность и целесообразность // устойчивый рост зарплат и доходов, растет покупательная способность // формированию справедливой пенсионной системы // реальная заработная плата работников бюджетной сферы выросла более чем в два раза, почти в семь раз увеличен минимальный размер оплаты труда, в три раза увеличен размер ежемесячного пособия при рождении ребенка и по уходу за ним. Существенно снижена налоговая нагрузка. Заложен механизм сдерживания роста цен и тарифов. Нам удалось создать правовые рамки для оборота сельскохозяйственных земель. // Мы не пошли на жесткий вариант // сохранили систему льгот // запретили полный переход на стопроцентную оплату жилья // Платежи для людей с доходом ниже прожиточного минимума понижены на 30–50 %. // Государственная Дума стала работать куда более продуктивно («Единая Россия»).

Данные выдержки свидетельствуют о том, что в дискурсе «Единой России», как и в случае формулировки аргумента о поддержке «Единой России» большинством избирателей, используются фактические суждения: перечисляются результаты работы «Единой России», призванные подчеркнуть дееспособность партии. В какой форме это делает говорящий? Видим, что в данных цитатах даются цифры, глаголы употреблены в совершенном виде и в форме прошедшего времени, все аспекты работы перечисляются один за другим, без каких-либо вкраплений, отступлений, таким образом, создается представление о непрерывных позитивных действиях, составляющих целостный образ работы партии. На первый взгляд эмоционально-экспрессивная лексика в данных выдержках не используется, но все же такие слова и словосочетания, как *эффективность и целесообразность, устойчивый рост, растет, увеличен*, с одной стороны, и *снижена нагрузка, сдерживание цен, не пошли на жесткий вариант*, с другой, – работают на создание положительной оценки работы партии.

Цитаты из дискурса КПРФ наполнены тем же содержанием, но форма подачи информации коммунистами отличается от оппонентов: Она не сидит, сложа руки в его ожидании, а жестко выступает против творимого

в настоящем беззакония и произвола. Она борется за проведение в настоящем тех перемен, которые лягут в основу справедливого будущего. Эта партия имеет четкий, профессионально выверенный план действий и команду, способную реализовать новый курс. Она работает в гуще масс, черпает в народе свои силы, выражает народную волю. // Мы знаем, как взяться за дело. Как в несколько раз увеличить бюджет, поднять производство, повысить зарплаты, пенсии и стипендии, помочь сильным, защитить слабых. У нас есть программа скорейшего выхода из кризиса. У нас есть команда высококлассных специалистов, готовая хоть завтра образовать новое правительство. Мы не потратим ни дня на раскачку (КПРФ).

В дискурсе КПРФ, как видим, именование аспектов своей деятельности более расплывчато и лаконично: она *выступает против; борется за; знает, как взяться за дело*. Благодаря милитаристской лексике (*жестко выступать против, бороться, защитить*) активизируется момент борьбы – одной из ценностей советского дискурса. О работе говорится в форме вневременного настоящего времени, не прикрепленного к конкретному моменту речи, а результат работы, судя по данным цитатам, должен будет быть осущитим в будущем. Констатация того, что у партии *есть профессиональный план работы, программа выхода из кризиса и команда высококлассных специалистов*, относится к сути дела, т.е. может служить обоснованием тезиса (*Наша партия лучше*) (по крайней мере, таковой должна быть нормальная партия – с планами работы и специалистами в рядах), однако истинность данных суждений трудно проверить: следовало бы, напр., провести экспертную оценку программы по выходу из кризиса, или договориться о терминах, напр., в какой ситуации можно было бы утверждать, что кризис миновал. О таких признаках построения текстов КПРФ, как особые синтаксические конструкции (эллипсы, лозунговые фразы) и экспрессивные выражения, уже говорилось выше, поэтому не будем больше на этом останавливаться: по-видимому, названные черты присутствия в целом текстам коммунистов, независимо от того, о чем говорится.

В дискурсе ЛДПР утверждается, что результат работы партии идет на пользу общества, т.к. партия генерирует продуктивные идеи, которые высшая власть претворяет в жизнь: Многое из того, что я (Жириновский. – В. М.) предлагал, уже сбывается. // Таких примеров много. Я предлагаю то, что вызвано жизнью. Не витаю в облаках. Если это во благо для России, пусть все воруют у ЛДПР. Я буду только счастлив. // И хорошо, что не постеснялись позаимствовать нашу идею – лишь бы для России было лучше (ЛДПР).

Сообщение о том, что идея ЛДПР о федеральных округах получила развитие, верифицируемо, но намек на множество иных необходимых (*вызвано жизнью*) продуктивных идей, генерируемых лидером ЛДПР, не может быть подвергнут проверке непосвященными в тайны политической кухни. Что же касается апелляции не к рацио, а к чувствам слу-

шателя, то данная выдержка из текста демонстрирует следующее: дважды повторяется смысл 'благо для России' и дважды говорится о 'нечестном взятии' идеи ЛДПР. У иных получателей текста может возникнуть вопрос, действительно ли у ЛДПР воруют идеи, у иных – осядут в сознании повторяемые смыслы. Кроме того, данные цитаты свидетельствуют об альтруизме представителей ЛДПР, лидер которых демонстрирует готовность служению благу России не во имя своей славы.

Аргумент «*президент одобряет работу партии*» в поддержку тезиса (*Наша партия лучше*) используется в тестах «Единой России» и ЛДПР. Рассмотрим примеры: 1) Теперь его поддержка – это оценка Президентом результатов нашей практической работы. // И это было высоко оценено и гражданами нашей страны, и Президентом Российской Федерации. Президент выразил благодарность нашей Партии... («Единая Россия»). 2) Путин меня (Жириновского. – В. М.) поддержал. // Я горжусь, что кремлевский план введения федеральных округов бал скорректирован с учетом разработок ЛДПР (ЛДПР).

Данные цитаты наводят на вопрос не об истинности утверждений, а, скорее, о степени связанности аргумента об одобрении президентом работы партии с тезисом о приоритете данной партии перед другими, т.е. достаточен ли данный аргумент для поддержания тезиса? В принципе подобного рода доводы трактуются как один из видов аргументов к человеку – это в данном случае аргумент к авторитету. Если лицо, к мнению которого апеллируют, в глазах аудитории в самом деле является авторитетным специалистом в данной области деятельности, то тогда такой аргумент является уместным для убеждения публики в целесообразности (истинности, необходимости) выдвигаемого говорящим положения. Но если, как и в случае с аргументом «большинства», попытаемся реконструировать данное рассуждение в форме силлогизма, то увидим, что уже на этапе проверки истинности посылок (следующим этапом была бы проверка корректности, соответствия известным правилам построения силлогизмов) такое рассуждение не выдерживает критики: *Одобрение президента свидетельствует о верном направлении деятельности партии* (большая посылка); *Партия X заслужила одобрение президента* (малая посылка); *Партия X действует в верном направлении* (следствие). Как видим, утверждаемое в большой посылке не является ни общечеловеческой истиной, ни догмой, ни научно доказанным положением, таким образом, невозможно не усомниться и в истинности вытекающего из посылок вывода.

В заключение анализа особенностей рациональной стороны убеждения в избранном аспекте российского политического дискурса хотелось бы еще остановиться на двух примерах рассуждений, не относящихся к доказательству интересующего нас в данной статье тезиса.

Первое из них привлекло наше внимание тем, что подобное рассуждение кажется весьма узнаваемым, вероятно, благодаря популярности такой схемы в любом пропагандистском тексте: У России, у русских женщин, у русских крестьян будет лучшее будущее, если мы начнем жить так, как предлагает ЛДПР (ЛДПР).

Данная мысль является условным суждением – если А, то Б. *Если мы начнем жить так, как предлагает ЛДПР* – основание данного рассуждения (если А), *у России, у русских женщин, у русских крестьян будет лучшее будущее* – следствие (то Б). Во-первых, причинно-следственная связь данных утверждений не является очевидной. Уже одно это обстоятельство переводит данный аргумент в статус аргументов к человеку, а не к существу дела. Во-вторых, вывод, к которому может прийти аудитория, будет построен по принципу условно-категорического умозаключения. В нем, как известно, утверждение наличия явления, утверждаемого в основании, приводит к утверждению мысли, выраженной в следствии (если А, то Б; $A \rightarrow B$), а отрицание наличия явления, утверждаемого в следствии, приводит к отрицанию истинности основания в заключении (если А, то Б; не-Б \rightarrow не-А). Возможно, говорящий, предлагая эту, процитированную выше, мысль избирателям, подводил их к такому выводу, что раз нет следствия (не-Б – «нет лучшего будущего»), значит, нет для него основания (не-А – «не начали жить по плану ЛДПР»)? То есть, если народ не почувствует, что есть надежда на лучшее будущее, может быть, это из-за того, что страна не начала жить так, как предлагает ЛДПР? Тогда на следующих выборах хорошо было бы отдать голос этой партии.

Второй пример, которые там хотелось бы тут привести, также относится к превратностям человеческого мышления, и он также встретился в дискурсе ЛДПР: И считаем, что наша открытая и искренняя, но аргументированная позиция позволит избирателям сделать правильный выбор.

Если это не опечатка в тексте, тогда получается, что признаки *открытый* и *искренний* противопоставляются признаку *аргументированный*. Очевидно, что это не так, даже по формальному признаку – наличию общего основания для противопоставления: первые два признака относятся к прагматической стороне коммуникации, третий – к логической. Персонаж У. Эко, размышляя о способах мышления человека отмечал: «Я привык вообще-то думать, что логика – универсальное орудие, а сейчас я все больше замечал, до какой немалой степени польза логики зависит от того способа, которым ее употребляют» [Эко 2006: 324].

Доказываемый тезис, как мы уже говорили выше, часто подкрепляется не только логической аргументацией, но и актуализацией в сознании слушателей топосов, направленных на создание общего «единочувствия» говорящего и аудитории, что позволяет субъекту дискурса

эффективней достичь цели убеждения в истинности выдвигаемой идеи. Как пишет А. И. Мигунов, «поскольку имеешь дело с разумными людьми, представляющими определенную культуру, то можно построить теорию общих мест, то есть положений, с которым склонны будут согласиться различные типы людей» [Мигунов 2004: 205].

В подвергнутых анализу текстах нами была отмечена актуализация следующих топосов: идеи благополучия народа в дискурсе всех трех партий, приверженности национальным ценностям – в дискурсе «Единой России» и КПРФ и морального авторитета партии – ЛДПР. Закономерным и даже неизбежным является обращение к подобным общим местам в текстах политиков по двум, на наш взгляд, причинам. Во-первых, автору идеологизированного текста, как правило, присуща экспликация своей позиции и мироощущения – так, он не может не затронуть ценностные категории. Во-вторых, идея благополучия народа в существующих экономических условиях жизни страны особенно актуальна как для политиков, так и для избирателей, а идеи национальных ценностей и морального авторитета являются ценностями не только для данного, но более длительного исторического периода. Думается, с данными идеями должна была бы согласиться большая часть аудитории. Но оправдана ли актуализация данных топосов при убеждении в истинности тезиса (*Наша партия лучше*)? (В рассуждении о соотношении апелляции к общим местам и тезиса, как представляется, не было бы уместным оперировать понятием «истинность», т. к. речь идет не о рациональной, а об эмоциональной стороне убеждения. Поэтому мы говорим об «оправданности» введения данных топосов.) На наш взгляд, апелляция к идеям благополучия народа, национальных ценностей и морального авторитета в процессе убеждения аудитории в верности выдвигаемого положения оправдана. Потому что ценность политической партии с ее программой в иерархии топосов занимает подчиненное положение по отношению к более «высоким» ценностям – ценностям национально-государственного развития. А обоснование более «низкой» ценности путем апелляции к ценности, стоящей выше, соответствует так называемому «принципу риторической правильности высказывания» [Волков 2003: 76].

Итак, мы попытались представить способы убеждения аудитории в верности положения (*Наша партия лучше*) тремя политическими партиями России в предвыборном дискурсе 2003 г.. Перспективы развития идеи, изложенной в данной статье, на наш взгляд, таковы: во-первых, интерес могло бы представить сопоставление результатов данного исследования и аналогичного – на материале текстов будущей предвыборной кампании. Это позволило бы выявить изменения в политической культуре страны и ценностных ориентирах общества. Во-вторых, небезынтересным представляется сопоставление двух различных культур в избранном аспекте: обнаружение приведения различных ар-

гументов в поддержку одного и того же тезиса позволило бы четче представить особенности сравниваемых культур.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Баранов А. Н., Сергеев В. М. Естественная языковая аргументация в логике практического рассуждения. // Мышление, когнитивные науки, искусственный интеллект. Москва, 1988.

Бурдые П. За ангажированное знание. Пер. с фр. Михаила Бухарина. // Неприкосновенный запас, 2002, № 5 (25). <http://magazines.russ.ru/nz/2002/5/burd.html>

Зарецкая Е. Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. Москва, 1998.

Зернецкий П. В. Коммуникативные стратегии: классификационный аспект. // Методология исследований политического дискурса. Под ред. И. Ф. Ухвановой-Шмыговой. Вып. 2. Минск, 2000.

Лассан Э. Р. Лингвистика как ангажированное знание. 2006. <http://ling.x-artstudio.de/st6.html>

Мигунов А. И. Теория аргументации как логико-прагматическое исследование аргументативной коммуникации. // Коммуникация и образование. Под ред. С. И. Дудника. Санкт-Петербург, 2004. http://anthropology.ru/ru/texts/migunov/educomm_10.html

Эко У. Имя розы. Санкт-Петербург, 2006.

ИСТОЧНИКИ

Единая Россия: www.edinoros.ru 7, 28.10., 1, 26.12.2003; www.boris-gryzlov.ru 3.12.2003; www.edin.ru 27.01.2004; www.vbogomolov.ru 29.03.2005.

Коммунистическая партия Российской Федерации: www.kprf.ru 12.09., 28.10., 2.12.2003 г.

Либерально-демократическая партия России: www.ldpr.ru; Т.Пахомова. Интервью с В.Жириновским. Газета «ЛДПР» №12, 2003

© Макарова В. В., 2006

Пшенкин А. А.

Барнаул, Россия

МЕТАФОРИЧЕСКИЙ ОБРАЗ СССР / РОССИИ В АМЕРИКАНСКОМ И РОССИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Abstract

The paper focuses on the analysis of basic metaphorical models representing the image of the USSR / Russia in American and contemporary Russian political discourse. The analysis reveals the dynamic nature of metaphorical image of Russia in American political discourse. It also argued that some American and Russian metaphorical models are common while others are culturally peculiar.

Общеизвестно, что язык является не только продуктом познавательной деятельности человека, но одновременно и одним из главных способов осуществления этой деятельности. Еще до усвоения языка человек обладает определенным запасом знаний о мире, и «усвоение любой новой информации о мире осуществляется каждым индивидом на базе той, которой он уже располагает» [Павилёнис 1983: 101]. Довербальное восприятие мира, или «первичная система репрезентации» (термин, употребляемый А. В. Кравченко), образует модель мира, основан-