

**Переходько И.В.**

Оренбургский государственный университет

E-mail: perehodko2008@yandex.ru

## **ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ПЕРСУАЗИВНОЙ ФУНКЦИИ ФРАНЦУЗСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА**

**В современной лингвистической науке недостаточно изучены лексико-стилистические средства реализации персуазивной функции французского политического дискурса. Вместе с тем их исследование позволяет установить наиболее эффективные способы воздействия на слушателей, при этом особый интерес представляет выявление национально обусловленных способов аргументации и убеждения.**

**Исследование лексико-стилистических средств реализации персуазивной функции французского политического дискурса на основе эвристико-систематической модели Ш. Чейкен позволило выделить с одной стороны языковые средства аргументации, т. е. те средства, которые позволяют политику убедить или переубедить, воздействуя на интеллектуальную сферу, а с другой стороны, средства уговора, воздействующие на эмоциональную сферу. В ходе исследования сделан вывод о том, что к лексическим средствам аргументации относятся общественно-политическая лексика и термины, а средствами воздействия на эмоциональную сферу являются лексические средства (фразеологизмы, эвфемизмы, эмоционально-окрашенная лексика, клише и штампы), а также стилистические средства (метафора, эпитет, сравнение, гипербола, литота, олицетворение) и стилистические фигуры (риторический вопрос, градация, анафора, эпифора, лексический повтор).**

**Таким образом, на основе выявленных лексико-стилистических средств реализации персуазивной функции французского политического дискурса выявлена специфика национально обусловленных моделей аргументации и убеждения, что позволит определить необходимые переводческие трансформации, позволяющие переводчику не только достичь точности перевода, но передать эмоциональный фон говорящего слушателям**

**Ключевые слова: политический дискурс, персуазивность, персуазивная функция, политическая коммуникация, лексические средства, стилистические средства**

Интенсивное развитие политических технологий, возрастающая роль средств массовой информации, ряд политических событий, произошедших в мире за последнее время, способствуют повышению внимания научного сообщества к политической коммуникации, что делает актуальными исследования в области политического дискурса, которые позволяют выявить стратегии и тактики, используемые политиками с целью убеждения аудитории, а также установить наиболее эффективные способы воздействия на слушателей.

Политическая деятельность всегда играла особую роль в жизни общества. От определенной политической позиции или ситуации зависит место страны на международной арене, ее взаимоотношения с другими государствами, ее роль в деятельности мирового сообщества. Однако важную роль в определении имиджа страны играет способ ее презентации политическими лидерами данного государства. Посредством выступлений политики имеют возможность обратиться как к международному сообществу, так и к гражданам своей страны – адресатам политической коммуникации.

Анализ трудов Ю.С. Степанова, В.Г. Костомарова, М.М. Бахтина, А.Н. Баранова,

А.П. Чудинова, Э.В. Будаева, Н.Ф. Алефиренко, Е.Н. Шейгал, Т. Ван Дейка и др. по проблемам политического дискурса позволил выявить его сущность и специфику. Вслед за Е.Л. Зайцевой под «политическим дискурсом» мы понимаем текст, функционирующий в сфере общественно-политической жизни и обладающий определенной тематикой, связанной с различными политическими вопросами [1].

К политическому дискурсу мы относим ораторские политические выступления, научные политологические статьи, официальные тексты на политическую тему, газетно-публицистические тексты («Le Figaro», «Le Monde», «Le Dauphiné Libéré», «Le journal du dimanche au quotidien», «Le Nouvel Observateur», «Marianne», «Libération», «AFP», «L'Humanité», Dépêches de l'AFP (Agence France Presse)). Каждая из этих разновидностей текстов политического дискурса преследует свои цели, однако общим является то, что они имеют целью суггестивное воздействие на многомиллионную аудиторию с целью получения определенного перлокутивного результата [2].

Перед политиками стоит задача добиться расположения аудитории, убедить слушателей принять ту или иную позицию, а также за-

ручиться поддержкой граждан. С тем, чтобы решить эту задачу политики прибегают к языковым средствам, которые позволяют реализовать коммуникативные функции, одной из которых является персуазивная функция. Персуазивные тактики манифестируются в структуре текста как система лексико-стилистических средств, которые можно обозначить как персуазивные языковые средства [3]–[5], [14].

В нашем исследовании мы исходим из того, что политический дискурс прежде всего маркирован тематическим компонентом «борьба за власть». В связи с этим встает вопрос о получении и удержании власти. Исходя из этого, можно сделать вывод, что субъект политики (политический деятель, политическая партия или движение) сознательно используют определенные когнитивные установки для убеждения аудитории [6]–[9].

Многие лингвисты, такие как Х. Ленк, Ш. Чейкен, А.В. Голоднов 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 [10], [15], [16].

Персуазивная коммуникация осуществляется через конкретные персуазивные действия: убеждение, переубеждение и уговоры. Несмотря на частую взаимную подмену этих понятий, они имеют существенные различия [11], [12].

Если пользоваться терминологией Ш. Чейкен, то убеждению и переубеждению соответствует систематический способ мышления, который предполагает активную и творческую позицию адресата, а уговорам соответствует эвристический способ мышления, который характеризуется не столько активной позицией адресата, сколько эмоциональностью и экспрессивностью адресанта. Таким образом, можно сделать следующий вывод: чем экспрессивнее речевое воздействие адресанта, тем оно менее аргументативно и, соответственно, эффект влияния убеждения и переубеждения будет более длительным [13].

По мнению Ш. Чейкен, важная характеристика персуазивной коммуникации это взаимодействие тактик уговоров, убеждения и переубеждения. При этом убеждение и пе-

реубеждение базируются на рациональной аргументации и обосновании, в то время как уговоры используют актуализацию иррациональности через эмоциональную сферу.

Основываясь на выводах Ш. Чейкен, мы выделили с одной стороны языковые средства аргументации, т. е. те средства, которые позволяют политику влиять на интеллектуальную сферу слушателя, а с другой стороны, средства уговора, воздействующие на его эмоциональную сферу.

Анализ политических текстов позволил сделать вывод о том, что общественно-политическая лексика и термины используются политиками для того, чтобы быть убедительными. Так, в политических текстах мы находим следующие примеры общественно-политической лексики и терминов (*le traité* (договор), *chef* (глава государства, руководитель), *dirigeant* (партийный или государственный руководитель), *responsable* (ответственный руководитель), *visiteur* (гость, посетитель), *convive* (сотрапезник), *hôte de marque* (высокий гость), *mission* (деловая, служебная поездка), *minister des Affaires étrangères* (министр иностранных дел), *l'exécutif* (правительство), *le legislative* (парламент), *deficit* (дефицит, задержка), *additionnel protocole* (добавочный, дополнительный протокол), *capitulation* (капитуляция), *le budget* (бюджет), *le syndicat* (профессиональный союз), *le patronat* (объединение предпринимателей), *le chômage* (безработица), *le marché* (рынок), *le premier minister* (премьер-министр). Эти лексические средства создают определенный фон, с помощью которого реципиент погружается в процесс политического коммуникационного обмена.

Интересным представляется то, что существуют термины, характерные только для одной какой-либо страны. В этом случае они выступают одновременно и как реалия. В основном это касается органов государственной власти, постов, должностей. Так, например, слово *l'exécutif* употребляется как синоним слова *le gouvernement* (правительство), но характерно для обозначения исполнительной ветви власти именно Франции. Для обозначения законодательного органа власти французы употребляют *le legislative*, вместо привычного *le parlement* (парламент).

Для языка политического дискурса характерно употребление эмоционально-оценочной лексики, то есть слов, соединяющих предмет-

ное и оценочное значение. Это связано, прежде всего, с тем, что политик не может бесстрастно говорить о том, что волнует миллионы людей, например, об этнических конфликтах, о реформах и инфляции. «Вялые» выражения, обтекаемые формулировки здесь невозможны. Необходима оценка социальных, политических явлений, тенденций и процессов. Так, слова обладают определенной лексической характеристикой: нейтральной (нулевой), положительной (используются для выражения положительных эмоций, передают оттенок торжественности и т. д.), или отрицательную (в этом случае слово выражает пренебрежение, негодование, иронию).

В данной статье был предпринят анализ следующих примеров.

«Je ne mentirai pas aux Français, ni avant ni après mon élection. Je ne mentirai pas comme François Hollande sur le chômage ou Nicolas Sarkozy sur l'insécurité» (Я не буду врать французам ни до, ни после выборов. Я не буду врать как Франсуа Олланд по поводу безработицы или Николя Саркози по поводу безопасности).

L'Europe, elle ordonne aussi qu'on applique des politiques d'austérité. Dès que le gouvernement présente une feuille de route à Bruxelles, Bruxelles demande de nouvelles coupes budgétaires. Et le gouvernement s'exécute. Ce manège recommence chaque année. Nous sommes contre! (Европа также предписывает, что мы должны проводить политики жесткой экономии. С того момента, как правительство представило дорожную карту Брюсселю, он попросил новые бюджетные сокращения. И правительство это выполнило. Этот бег по кругу начинается каждый год. Мы против!)

J'ai voulu parler de la France parce que depuis trop longtemps elle était dénigrée et parce qu'à force de l'abîmer, à force de l'abaisser, à force de renier son histoire, sa culture, ses valeurs, à force de tout détester, de détester la famille, la patrie, la religion, la société, le travail, la politesse, l'ordre, la moral, à force on finit par se détester soi-même (Я всегда хотел говорить о Франции, потому что уже давно ее поносят, но, разрушая ее, унижая, отрицая ее историю, культуру, ценности, презирая в ней самое святое – семью, родину, религию, общество, работу, культуру поведения, порядок, нравственность, мы кончаем тем, что презираем самих себя).

Анализ данных примеров показывает, что за счет лексических средств с негативной коннотацией (*politiques d'austérité* – политика жесткой экономии, *nouvelles coupes budgétaires* – новые бюджетные сокращения, *manège* – бег по кругу), *dénigrer* (дословно: хаять, чернить, синоним: поносить), *abîmer* (дословно: портить, синоним: разрушать), *renier* (дословно: отвергать, синоним: отрицать) автору удается дискредитировать противника в глазах аудитории и оказать эмоциональное воздействие на слушателей и, следовательно, сделать политическую коммуникацию более эффективной.

Однако политический дискурс не только использует готовый материал, он преобразует слова из разных сфер языка, придавая им оценочное звучание, т. е. реализуя воздействующую функцию. Для этой цели используется специальная лексика в переносном значении: *les filières du progrès* (пути прогресса), *un marathon électoral* (избирательный марафон), *infliger un échec pour le gouvernement* (сделать шах правительству); лексика спорта: *un round* (раунд), *une reprise* (повторная атака, *une manche* (тур); наименования литературных жанров, театральная лексика: *un drame* (драма), *une tragédie* (трагедия), *une farce* (фарс), *une bouffonnerie politique* (политическое шутовство), *une caricature de démocratie* (пародия на демократию) и т. д.

Наибольший интерес для нас представили выступления политиков по поводу отказа президента страны Франсуа Олланда приехать в Москву для участия в памятных мероприятиях, посвященных 70-летию победы над нацистской Германией. Нами был предпринят анализ выступлений кандидата в президенты Франции, члена партии «Левый фронт» Жан-Люк Меланшон, депутата от партии «Союз за народное движение» Жака Мияра, депутата Европейского парламента, вице-президента партии «Национальный фронт» Флориана Филиппо.

«L'absence de Hollande est un affront diplomatique autant qu'historique. J'appelle cela par son nom: c'est une honte. Je souffre pour mon pays qui donne à voir un visage insupportable de sectarisme. Ce fait est d'autant plus **incompréhensible** que Vladimir Poutine avait assisté aux **commémorations** du 70e anniversaire du Débarquement en Normandie en 2014, à l'invitation d'Hollande lui-même. Le président

français a courte mémoire... » (Отсутствие Олланда – это дипломатическое, равно как и историческое оскорбление. Я назову вещи своими именами: это позор. Я страдаю от того, что моя страна показывает невыносимо фанатичное лицо. Это тем труднее понять, что Владимир Путин присутствовал на празднованиях, посвященных 70-летию высадки союзных войск в Нормандии по приглашению того же Олланда. Следовательно, у него короткая память)

«Ce refus de **se rendre** à Moscou est de la part de François Hollande une insulte à l'Histoire! La Russie est **un partenaire** incontournable pour la France en Europe, il est inadmissible de lui faire un tel affront» (Данный отказ отправиться в Москву – это оскорбление истории со стороны Франсуа Олланда... Россия является незаменимым партнером для Франции в Европе, недопустимо наносить ей подобную обиду)

L'absence de la France aux commémorations du 9 mai à Moscou sera perçue comme une offense au peuple russe, qui fut saigné à blanc. Pas digne (Отсутствие Франции на празднованиях 9 мая в Москве будет воспринято как оскорбление российского народа, который был обескровлен. Это недостойно)

Как видно из примеров, выступления политиков изобилует негативно окрашенной лексикой, а именно словами: un affront (оскорбление), une honte (стыд), une faute (ошибка), une insulte (обида), une offense (оскорбление).

Таким образом, политики тщательно выбирают лексические единицы, чтобы оказать максимальное воздействие на сознание слушателя.

Установлено, что фразеологизмы выполняют не только номинативную и коммуникативную, но и экспрессивно эмоциональную функцию. Так, в анализируемых текстах мы находим примеры использования фразеологизмов. Это обуславливается тем обстоятельством, что большинство фразеологизмов обладают экспрессивно – эмоциональными качествами, которые позволяют эффективно воздействовать на чувства людей и вызывать у них необходимую реакцию.

La police est sur les dents, et arrete à tort et à travers toute personne collant des affiches antigouvernementales – Полиция сбилась с ног и хватает без разбору всякого, кто расклеи-

вает антиправительственные листовки. Cette politique tourne le dos à la coopération entre les peuples – Эта политика не создает условий для сотрудничества народов

Политическое выступление не является поэтическим произведением, и, тем не менее, метафоры широко используются в данном типе текста и выполняют различные функции, часто отличные от языка художественной литературы. Их роль в политической коммуникации не ограничивается только художественной стороной. Политики активно используют метафору для построения и преобразования уже существующей у реципиента картины мира в политической сфере. Использование метафор стало настолько эффективно, что ее присутствие, ставшее неотъемлемой частью политических текстов, незаметно массовому потребителю. Это, в свою очередь, позволяет воздействовать не на его сознание, а на бессознательные компоненты его психики.

Что касается метафор с позитивным и нейтральным оттенком – их не так много: les deux favoris; les maîtres du jeu; le noyau dur; un grand artisan d'un succès diplomatique; le capitaine qui tient la barre pendant la tempête; la «marraine» commune – Bernadette Chirac pour Sarkozy et Hollande; le Tarzan de la négociation; bon pédagogue sur la crise. Данные примеры показывают, что французские политики недостаточно лояльны к своим оппонентам. Большинство метафор содержит долю иронии: получить имя крестной или Тарзана не является достойным для главы государства. Сравнение с капитаном лодки, который делает все возможное для спасения ее во время шторма, героем в сознании общества, очень приятно для каждого политика. В этом случае повезло Николя Саркози. Тем не менее, эти метафоры с положительной оценкой почти уникальны во французской прессе.

Количество метафорических выражений с негативной и саркастичной окраской намного значительнее по сравнению с предыдущей группой: la cible du rival; un lièvre à la chasse; les deux jeunes loups; un boulet; Guy Bedos – un humoriste, artiste de music-hall, acteur et scénariste français; Hibernatus de la politique – «Hibernatu» est un film franco-italien, dont le héros principal est un homme congelé dans les glaces du Pôle Nord qui était retrouvé miraculeusement vivant au bout de 65 ans par une expédition polaire franco-danoise; un

apparatchik – un mot d'origine russe qui signifie le militant responsable d'un parti politique; Monsieur Taxes; «Le président des riches»; le combattant; une machine à dire oui à tout le monde; un accro aux craques; un teigneux; le chapeau; Satana.

Таким образом, анализ примеров показывает, что политический дискурс берет из литературного языка практически все средства, обладающие свойствами аргументации и убеждения. Наряду с тропами стилистические фигуры дают возможность подчеркнуть важное и одновременно с этим создают особый ритм, который эмоционально воздействует на читающего или слушающего. Выбор лексических и стилистических средств в политических речах

определяется, главным образом, их прагматической направленностью на реализацию целей убеждения и создание положительного имиджа политика.

Исследование лексико-стилистических средств реализации персуазивной функции французского политического дискурса позволяет определить национально обусловленные модели аргументации и убеждения, что важно учитывать в процессе переводческой деятельности, так как переводчику необходима точность в выборе переводческих трансформаций, поскольку от этого зависит не только точность перевода, но и способность передать эмоциональный фон говорящего слушателям.

02.10.2015

**Список литературы:**

1. Зайцева, Е.Л. Выражение отрицательной оценки в политическом дискурсе / Е.Л. Зайцева. – Чебоксары, 2006. – 124 с.
2. Серов, Н.П. Политический дискурс / Н.П. Серов, А.Б. Шевнин. – М.: Наука, 2006. – 265 с.
3. Голоднов, А.В. Персуазивность как универсальная стратегия текстообразования в риторическом метадискурсе (на материале немецкого языка): автореф. дис.... д-ра пед. наук / А.В. Голоднов. – СПб, 2011. – 311 с.
4. Полякова, С.Е. Прагматически обусловленные коммуникативные неудачи в политическом дискурсе [Электронный ресурс] / С.Е. Полякова // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2009. – №89. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/pragmatically-obuslovlennye-kommunikativnye-neudachi-v-politicheskom-diskurse> (дата обращения: 03.10.2015г.).
5. Дейк, Т. А. Ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. Ван Дейк. – М.: Прогресс, 2004. – 312 с.
6. Антонова, А.В. О роли персуазивного компонента речевой интенции в организации манипулятивных текстотипов (на примере английского политического дискурса) / А.В. Антонова // Альманах современной науки и образования. Языкознание и литературоведение в синхронии и диахронии. – Тамбов: Грамота, 2007. – №3. – Ч.2. – С.25-27.
7. Антонова, А.В. Интенциональный анализ текстотипа предвыборной агитационной речи (на материале английского языка) [Электронный ресурс] / А.В. Антонова // Вестник ОГУ. – 2006. – №11. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/intentsionalnyy-analiz-tekstotipa-predvybornoy-agitatsionnoy-rechi-na-materiale-angliyskogo-yazyka> (дата обращения: 28.10.2015 г.).
8. Цуцьева, М.Г. Политический дискурс как интегративный феномен [Электронный ресурс] / М.Г. Цуцьева // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. – 2012. – №2. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-diskurs-kak-integrativnyy-fenomen> (дата обращения: 28.10.2015 г.).
9. Маслова, В.А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? / В.А. Маслова // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2008. – Вып. 1(24). – С. 42 – 59.
10. Логинова, И.Ю. Персуазивность как механизм воздействия в политическом дискурсе: программа политической партии и манифест / И.Ю. Логинова // Интерпретация. Понимание. Перевод: сборник научных статей. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005. – С.221-232.
11. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса: монография / Е.И. Шейгал. – Волгоград: Гнозис, 2004. – 328 с.
12. Михалева, О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия / О.Л. Михалева. – М.: Либроком, 2009. – 256 с.
13. Богомолова, Н.Н. Современные когнитивные модели убеждающей коммуникации / Н.Н. Богомолова // Мир психологии. – 1999. – №3. – С. 49.
14. Тормошева, В.С. Международная коммуникация в политическом дискурсе Ю. Хабермаса: прагматический аспект [Электронный ресурс] / В.С. Тормошева // Власть. – 2014. – №10. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnaya-kommunikatsiya-v-politicheskom-diskurse-yu-habermasa-pragmatischeskiy-aspekt> (дата обращения: 28.10.2015 г.).
15. Chilton, Schaeffner Analysing social discourses / Chilton, Schaeffner // Canadian Review of Sociology & Anthropology. – 2011. – Vol. 28, Issue 2. – 321 p.
16. Graber, D. Political Languages / D Graber // Handbook of Political Communication. – Beverly Hills, London: Sage Publications, 2011. – 302 p.

Сведения об авторе:

**Переходько Ирина Валерьевна**, доцент кафедры романской филологии и методики преподавания французского языка Оренбургского государственного университета, кандидат педагогических наук, доцент  
460018, г. Оренбург, проспект Победы, 13, ауд. 171011, тел.: (3532) 912233,  
e-mail: [perehodko2008@yandex](mailto:perehodko2008@yandex).