Курсовая работа

Средства аргументации в политическом дискурсе

Минск 2008

**Оглавление**

Введение

Понятие аргументации

Понятие убеждения

Аргументация и убеждение в политическом дискурсе

Стратегии аргументативного дискурса и языковые средства выражения аргументации

Заключение

Список использованных источников

**Введение**

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.

Написание речей – весьма сложный процесс, так как в большинстве случаев политики в процессе выступления должны не только проинформировать аудиторию о каком-либо аспекте общественной жизни, но, что важнее, добиться расположения аудитории, убедить слушателей принять ту или иную позицию, а также заручиться поддержкой граждан.

Анализируя речи политических деятелей, можно выявить стратегии и тактики аргументации, используемые ими с целью убеждения аудитории. Исследования выступлений позволяют, с одной стороны, прогнозировать дальнейшие действия и намерения политика, а с другой – устанавливать наиболее эффективные способы воздействия на слушателей.

Объектом исследования является речевая коммуникация, в частности тактики и стратегии аргументации и убеждения, используемые в политическом дискурсе.

Предметом исследования в данной работе является система лингвистических средств, характерная для построения политического текста со значительным аргументативным потенциалом.

Актуальность работы определяется той ролью, которую играют в современной жизни политика, политические высказывания и политические деятели, постоянно использующие в своих речах стратегии и тактики убеждения, элементы аргументации.

Материалом для исследования послужили выступления американского сенатора Хиллари Клинтон.

Цель работы сводится к выявлению конкретных лингвистических средств аргументации, присутствующих в политическом дискурсе. Цель определила следующие задачи исследования:

Уточнение понятия “дискурс” в целом и “политический дискурс” в частности; выявление основных характерных признаков политического дискурса.

Изучение сущности понятий “аргументация” и “убеждение”, их особенностей, истории развития, анализ основных стратегий аргументации, существующих на сегодняшний день.

Исследование лингвистических средств, несущих аргументативный компонент.

Выявление конкретных лингвистических средств аргументации и убеждения в политическом дискурсе.

Теоретическая значимость исследования связана с выделением набора лингвистических средств, специфичных для политического дискурса, содержащих и характеризующихся признаками аргументации. Полученные результаты способствуют пониманию языковых механизмов воздействия политического дискурса на социум, процессов воспроизводства идеологий в конкурирующих дискурсах; дальнейшему исследованию проблемы способов воздействия на аудиторию в политическом дискурсе.

Практическая ценность заключается в том, что материалы и результаты исследования могут быть полезными при разработке теоретических курсов по социолингвистике, для факультетов иностранных языков, журналистики в университетах. Они могут найти применение на широком междисциплинарном уровне: в социологии, этносоциологии, этноконфликтологии, этнопсихологии.

**Понятие аргументации**

Еще в древние времена аргументация стала предметом размышления и исследования для великих умов человечества. Разработке проблем аргументации посвящали свои усилия философы Древнего Китая и Индии. Проблемы аргументации занимали Протагора и Сократа, Платона и Аристотеля. По мнению А. Алексеева, поиски Аристотелем ответа на вопрос, как нужно аргументировать и как не следует этого делать, явились одной из отправных точек в создании такой науки, как логика [1, с. 6].

Резкое возрастание интереса к проблемам аргументации произошло в 60-х годах XX века, и связано с именами Х. Перельмана, Г. Джонстона и С. Тулмина. На первый план вышли вопросы о природе феномена аргументации, о месте и роли человеческого «Я» в аргументативной деятельности темы аргументации и свободы, аргументации и доказательства, аргументации и межличностных отношений [38, 39, 40, 43, 44].

Согласно Х. Перельману и Л. Олбрехт-Титеки, аргументация представлялась как техническая деятельность с целью убеждения аудитории для повышения степени ее предрасположенности, одобрения ценностей или иерархии ценностей, представляемых и защищаемых аргументатором [43, c. 5].

Более поздние дефиниции аргументации расширяют и дополняют трактовку ее природы. Так, Ф. ван Еемерен определяет аргументацию как «вербальную, социальную и рациональную деятельность, целью которой является убеждение разумной личности в истинности тезиса с помощью совокупности утверждений, которые либо доказывают, либо опровергают тезис» [12, с. 34].

В работе И.Ю. Логиновой под аргументацией понимается вербальная, рациональная деятельность, направленная на достижение принятия аудиторией точки зрения аргументатора, и протекающая в определенном историческом, социальном и культурном контексте [18].

Г.А. Брутян, давая определение аргументации, указывал в качестве ее сущностного признака то обстоятельство, что в ходе аргументации “создается убеждение в истинности тезиса и ложности антитезиса как у самого доказывающего, так и у оппонента” [8, с. 8.].

Так как в процессе аргументации оратор стремится привести доводы и аргументы в защиту своей точки зрения, и тем самым убедить в его обоснованности утверждений или предположений аудитории, важное значение имеет обратная связь получателя информации. В зависимости от ее реакции корректировать свои аргументы или менять их. Целью аргументации или убеждения является достижение согласия с аудиторией.

Если аргументация является предметом исследования и изучения, то существует определенный заказ на эти исследования. Знание того, как происходит изменение взглядов индивида и принятие им определенной точки зрения, позволяет: 1) воздействовать на концептуальную картину мира и осуществлять власть; 2) быть свободным от манипуляций; 3) постепенно освобождаться от воздействия и становится способным принимать самостоятельные решения [20, с. 418].

Согласно А.А. Маркович, аргументацию понимают как коммуникативную деятельность, имеющую целью убеждение в приемлемости каких-то положений, осуществляемую через построение текста в социальном контексте. Акцент на коммуникативность в процессе аргументации предполагает обмен информацией, адресата и адресанта, т.е. диалогичность и социальный контекст деятельности [20, с. 418].

Многие исследователи строят свои определения аргументации с помощью ряда положений:

1) аргументация является социальной деятельностью;

2) аргументация является интеллектуальной деятельностью;

3) аргументация является вербальной деятельностью;

4) аргументация относится к вопросу мнения;

5) целью аргументации является оправдание или опровержение мнения;

6) аргументация состоит из набора утверждений;

7) аргументация направлена на получение одобрения от аудитории [12].

Следовательно, аргументация – это “социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, служащая тому, чтобы оправдать или опровергнуть мнение, состоящее из набора утверждений и направленное на получение одобрения от аудитории” [12].

**Понятие убеждения**

Исследуя такой компонент речевого воздействия, как убеждение, цель которого трансформировать картину мира адресата, необходимо обратить внимание на силы аргументативного дискурса. В частности, П. Зернецкий, рассматривая речедеятельностное пространство конкретного дискурса языковой личности, выделяет речевоздействующие силы: аргументирующую, мотивирующую, прагматическую, аккумулирующую и приходит к выводу, что аргументирующая сила "является производной от величины вектора семантической информации, содержащейся в дискурсе" представляет собой основную речедеятельностную силу дискурса [13]. Следовательно, в функционировании аргументативного дискурса важны не только внешние характеристики текста, его поверхностная структура, социальный контекст, но и план содержания, семантика, являющаяся решающей в процессе убеждения [20].

И.И. Токарева рассматривает убеждение как «социальное вербальное действие, направленное на изменение фрагмента концептуальной картины мира адресата таким образом, чтобы он соответствовал фрагменту картины мира адресанта и чтобы мир соответствовал словам». Убеждение является наиболее распространенным в наших культурах вербальным действием, проявляющимся как эксплицитно, так и имплицитно в разных сферах, жанрах, регистрах: в любых сферах социального общения люди отстаивают свое «Я», отстаивают свои позиции, добиваются общих взглядов [27, с. 168].

Убеждение в широком смысле – разнородные виды интеллектуально-вербальной деятельности, целью которой является достижение определенного состояния ума. При этом само состояние ума как результат деятельности также рассматривается как убеждение. Этот подход представлен в диалогах Платона [18, с. 13]. Результатом убеждающего воздействия по Платону может быть приобретение реципиентом мнения, или знания, или веры: «убеждением обладают и узнавшие, и поверившие» [17, с. 52].

Разные жанры отдают предпочтения той или иной специфике аргументации, но в качестве особого социального действия убеждение проявляет общие стереотипизированные стратегии в рамках шести типов аргументов: прямой логико-причинный, прямой авторитарный, прямой эмоциональный, косвенный логико-причинный, косвенный авторитарный, косвенный эмоциональный.

Для анализа коммуникативных стереотипов убеждения также учитываются методы аргументации, проявляющиеся в структуре убеждающего дискурса: аналогии и оппозиции, метафоричность, дедукцию и индукцию, степень экспликации содержания [27, с. 170].

**Аргументация и убеждение в политическом дискурсе**

Общественное предназначение политического дискурса состоит в том, чтобы внушить адресатам – гражданам сообщества – необходимость «политически правильных» действий и/или оценок. Иначе говоря, цель политического дискурса – не описать (то есть, не референция), а убедить, пробудив в адресате намерения, дать почву для убеждения и побудить к действию [38]. Поэтому эффективность политического дискурса можно определить относительно этой цели.

Речь политика (за некоторыми исключениями) оперирует символами, а ее успех предопределяется тем, насколько эти символы созвучны массовому сознанию: политик должен уметь затронуть нужную струну в этом сознании; высказывания политика должны укладываться во «вселенную» мнений и оценок (то есть, во все множество внутренних миров) его адресатов, «потребителей» политического дискурса.

Далеко не всегда такое внушение выглядит как аргументация: пытаясь привлечь слушателей на свою сторону, не всегда прибегают к логически связным аргументам. Иногда достаточно просто дать понять, что позиция, в пользу которой выступает пропонент, лежит в интересах адресата.

Защищая эти интересы, можно еще воздействовать на эмоции, играть на чувстве долга, на других моральных установках. (Впрочем, все это может так и не найти отзыва в душе недостаточно подготовленного интерпретатора.) Еще более хитрый ход – когда, выдвигая доводы в присутствии кого-либо, вовсе не рассчитывают прямолинейно воздействовать на чье-либо сознание, а просто размышляют вслух при свидетелях; или, скажем, выдвигая доводы в пользу того или иного положения, пытаются – от противного – убедить в том, что совершенно противоположно тезису, и т.п.

Уже с самого начала выступления докладчик должен установить контакт с аудиторией. Чтобы его речь стала свидетельством взаимопонимания и поддержки, ему прежде своего надо завоевать настоящее чувство доверия и уважения публики, которое затем должно поддерживаться на протяжении всего выступления. Значение имеют и внутренние импульсы оратора и его психологическое воздействие на публику [15].

Деятельность политических деятелей имеет следующую задачу – завоевать поддержку населения, распространяя в массах убеждения и мнения, соответствующие собственным интересам, однако реализуя это таким образом, чтобы массы воспринимали эти мнения и убеждения как соответствующие интересам народа [15].

Поскольку данная задача не всегда может быть решена с помощью рационального убеждения, основанного на логическом доказательстве, заинтересованные лица используют стратегии и средства речевого воздействия на эмоциональную сторону психики реципиента [15].

Люди всегда чего-то ожидают от речи своих собеседников, что казывается на принятии или отклонении внушаемых точек зрения. Речевое поведение, нарушающее нормативные ожидания уместных видов поведения, может уменьшить эффективность воздействия (если неожиданность неприятна для реципиента) или резко увеличить ее – когда для адресата неожиданно происходит нечто более приятное, чем ожидается в норме.

Когда адресату предъявляют более одного довода в пользу одного и того же тезиса, оправданность или неоправданность ожиданий при первом доводе воздействует на принятие второго довода. Поэтому, если речевые ожидания нарушены позитивно в результате первого довода, то этот довод становится внушительным, но изменение отношения к исходной позиции происходит только после предъявления последующих доводов, поддерживающих все ту же позицию, направленную против сложившейся установки. Когда же речевые ожидания в результате первого довода нарушены в отрицательную сторону, этот довод внушительным не бывает, но зато адресат более склонен поверить аргументам из последующей речи, аргументирующей в пользу того же тезиса, направленного против сложившейся установки.

В убедительной речи первостепенной задачей является влияние на мысли или поведение слушателей. Политик представляет комбинацию логических и экстралогических аргументов с тем, чтобы убедить их в том, что им следует верить или действовать так, как этого хочет говорящий. Отличительным аспектом убедительной речи является сознательное намерение говорящего спровоцировать изменение мнения слушающего, что и является конечной целью этого вида коммуникации [16].

Убедительная речь пытается мотивировать, изменить мнение или укрепить уже существующие убеждения, и стремится побудить слушателя к действию. Чтобы вдохновить людей на действие, слушатели должны быть эмоционально вовлечены в процесс [16].

**Стратегии аргументативного дискурса и** **языковые средства выражения аргументации**

Среди важных элементов дискурса можно выделить такие его категории, как тема, речевая стратегия, языковые средства. Исследование речевых стратегий происходит в рамках речевой коммуникации [20, с. 420].

В коммуникации стратегия рассматривается как осознание целей и определение средств их достижения. Среди стратегий аргументативного дискурса, включенного в политический дискурс, в теории и практике коммуникации выделяют следующие: атака, защита, продажа (аргументы выглядят нейтральными по отношению к своей позиции и позиции оппонента), игнорирование, перехват инициативы [41]. Сочетая несколько стратегий, возможно интенсифицировать или ослабить эмоциональный отклик и степень убеждения [20, с. 418].

Основные стратегии аргументации, выработанные еще Аристотелем, включают убеждение через логико-причинные аргументы, аргументы, связанные с характером и репутацией убеждающего, и эмоциональные аргументы [27, с. 169]. Учитывается также, что убеждающие аргументы могут быть двух типов: прямые и косвенные. Прямые аргументы должны включать эксплицитный модальный компонент долженствования или императива (побуждающую формулу) плюс аргументы, понуждающие к определенному мнению или действию через давление.

Проанализировав речи американского политического деятеля Хиллари Клинтон, мы проследили использование в ее выступлениях различных тактик аргументации и убеждения. Рассмотрим применение данных тактик на примере выступлений данного оратора. В следующем фрагменте представлена тактика эмоционального давления:

Today too many mothers are asked to get up and get out after 24 hours of childbirth… That’s why the president should support a bill that would prohibit such a practice. That’s why more hospitals ought to install 24-hour hotlines to answer questions. We have to do whatever it takes to help parents meet their responsibilities…[46]

Косвенные аргументы – имплицитно выраженное через весомость фактов (фактологическое) убеждение, по сути, экзистенциональный тип аргумента, утверждающий наличие, существование чего-либо:

If you lose your job, it’s bad enough, but your daughter shouldn’t have to lose her doctor, too. And our nation still must find a way to offer affordable health care coverage to the working poor and the 10 million children who lack health insurance today [46].

В большинстве убеждающих действий стратегии и типы аргументов могут перемежаться, как в следующем фрагменте:

It’s a violation of human rights when babies are denied food, or drowned, or their spines broken… It’s a violation of human rights when women and girls are sold into slavery of prostitution… It’s a violation of human rights when individual women are raped in their own communities and when thousands of women are subjected to rape as a tactic or prize of war [48].

В данном фрагменте автор прибегает к тактикам апелляции к страху за жизнь детей, к повторам, что способствует усилению эмоционального воздействия на аудиторию, а также использует метафоры.

На уровне стиля традиционно анализируются следующие семантические стратегии:

1) смягчения:

I am so pleased to be here today... I am so pleased to be talking to people who are on the front line of women’s access to quality heath care and reducing unwanted pregnancy. I am overwhelmed by your warm welcome, but, unfortunately, we have to start talking on our urgent problems [50].

2) повторы:

It’s a violation of human rights when babies are denied food, or drowned, or suffocated, simply because they are born girls.

It’s a violation of human rights when women and girls are sold into slavery of prostitution for human greed.

It’s a violation of human rights when women are doused with gasoline, set on fire, and burned to death because their marriage dowries are deemed too small [46].

3) оценочные слова:

Happily, today all countries have the law, which allows parents time off for the birth or adoption of a child or for family emergencies without fear of losing their jobs [49].

На уровне локальной семантики стратегии реализуются, например, посредством:

1. Явного отрицания (apparent denial). Позитивно окрашенное предложение в составе сложного контрастирует с его оставшейся частью:

Women shouldn’t be forbidden to participate fully in political and social lives of their countries, if they want freedom and democracy to thrive and endure [46].

2. Явной уступки (apparent concession). «Наши» негативные действия оправданы; их позитивные действия – не настолько уж положительны:

We have seen peace prevail in most places for a half century. We have avoided another world war. But we have not solved older, deeply-rooted problems that continue to diminish the potential of half the world’s population [46].

3. Переноса (transfer):

What we are learning around the world is that if women are healthy and educated, their families will flourish. If women are free from violence, their families will flourish. If women have a chance to work, their families will flourish. And when families flourish, communities and nations do as well. That’s why much depends on the government and it’s policy [47].

Основными темами, затрагиваемыми Хиллари Клинтон являются страхование (в частности, связанное с детьми и женщинами), война в Ираке, кризис в Судане, доступность медицинского обслуживания, прерывание нежелательной беременности, создание семьи, подростковая беременность, судьба будущего поколения, доступность образования, обеспеченность рабочими местами, условия предоставления кредита, права граждан (в частности, женщин) и др.

Таким образом, оратор обращается к основным общечеловеческим проблемам и ценностям, к вопросам повседневного существования, которые наиболее актуальны и интересны данной аудитории. Тем самым, автор показывает свою осведомленность о волнующих вопросах и предлагают их решение.

Все авторы сходятся на том, что сила убедительности послания возрастает, если оно затрагивает или содержит в себе проблемы, вызывающие у людей личную заинтересованность. Другими словами, индивид, чем-то заинтересованный и принципиально согласный с позицией коммуникатора, склонен к тому, чтобы быть убежденным посланием, разделяющий такое мнение.

В системе аргументации наибольший интерес представляют следующие стратегии:

а) апелляции к авторитету, ссылки на исследователей и статистику:

Today, even with the recent decline, 34% of teenage girls become pregnant at least once before their 20th birthday, and the US has the highest teen pregnancy rate of any industrialised country. By the way, 7% of American women who don’t use contraception account for 53% of all unintended pregnancies [47].

б) риторические вопросы, реализующие контактоустанавливающую функцию, а также функцию персонификации. Посредством риторических вопросов оратор может активизировать внимание аудитории и акцентировать важные положения:

So where do these clients go to receive the services they need? What is the proper role of government in making decisions? How is it possible that women who have been victimized by violence can be again victimized by ideology? How can we reduce the number of unwanted pregnancies if we lose this opportunity to help women who may have had an unwanted pregnancy physically forced upon them? [50].

в) мининарративы:

Sometimes, late at night, when I see my daughter doing her homework, or watching TV, or talking to a friend on the phone, I think to myself, her life and the lives of millions of boys and girls will be better because of what all of us doing together [48].

г) интимизации, с помощью которой политический деятель стремится вывести аудиторию на уровень соучастия:

I know you know that Chicago is my kind of town. I adore it and I like its citizens as well [48].

д) создания очевидности и общеизвестности фактов, используя ассертивы it's evident, certainly, we all agree that.

е) обещания и предложения готового решения:

Our goals for this conference, to strengthen families and societies by empowering women to take greater control over their own destinies, cannot be fully achieved unless all governments – here and around the world – accept their responsibility to protect and promote internationally recognized human rights [49].

Она ссылается на различные кампании, проекты, законы, принятые в данной сфере.

ж) выражения поддержки со стороны авторитетных лидеров:

A very similar version of this Act is being introduced by Minority Leader Harry Reid [48].

з) призыва к переменам:

It's our duty to fight for women's rights… Let this conference be our call to action. We should fight to defend our children’s future. That’s the work before all of us who have the vision of the world we want to see [46].

и) ссылки на традиционные ценности семьи, будущего детей, прав женщин, их роли в современном мире, спокойной жизни, равенства перед законом.

к) апелляции к эмоциям, родительским чувствам:

At this very moment, as we sit here, women around the world are giving birth, cooking meals, cleaning, planting, running countries. Women are also dying from diseases that can be treated. They are watching their children succumb to malnutrition caused by poverty and economic deprivation [47].

Стратегия убеждения и обоснования часто предполагает использование антонимических оппозиций: слушающему предлагается оппозиция, из которой видны преимущества или недостатки обсуждаемого явления или предмета. Благодаря оценочному компоненту антонимическая оппозиция приобретает воздействующую силу:

On the one hand, juvenile pregnancy is a nation’s problem, on the other – it concerns individuals [47].

Данная оппозиция также присутствует в речах Хиллари Клинтон, когда она рассказывает о своих визитах в разные страны и наблюдает совершенно противоположные стратегии государственной политики контроля уровня рождаемости:

In pre-democratic Romania the state eliminated birth control and outlawed abortions... The opposite side of the debates is China, where the government used to monitor women’s menstrual cycles and their use of contraceptives... [47].

Данный прием обеспечивает рассмотрение проблемы с разных сторон и способствует более эффективному решению проблемы.

Для повышения степени доверия аудитории оратор использует цитаты:

...as Christopher Reeve so eloquently reminded us last night, we are all part of one family [46].

Таким образом, тексты речей насыщены аргументациями, логическими доводами, перечислениями, рассуждениями с опорой на фактически-статистическую информацию.

Оратор часто употребляет личные местоимения «мы» в различных сочетаниях (our problems, we should fight, we can prevent), тем самым, реализуя тактику консолидации.

Для создания необходимых ассоциаций в сознании аудитории, а также для усиления образности речи Х. Клинтон прибегает к многочисленным метафорам, сравнениям:

We have a lot of experience from around the world that is a cautionary tale about the government’s actions.

Never again will a national barrier stand in the way of a family’s love.

These abuses have continued because, for too long, the history of women has been a history of silence [50].

Хиллари Клинтон также употребляет сравнения, проводит параллели проблем с реальной жизнью:

If you lose your job, it’s bad enough, but your daughter shouldn’t have to lose her doctor. Human rights are women’s rights and women rights are human rights once and for all [49].

В речах присутствуют такие эмоционально-оценочные и интеллектуально-оценочные средства, как выражения no doubt, surely, unfortunately, obviously, а также утверждения всеобщей осведомленности: as many of you know, I know and you know that.

Наряду с использованием личных местоимений «мы, наш», предназначенных для консолидации, оратор часто употребляtт личные местоимения «я, мне хотелось бы», тем самым, идентифицируя свою собственную позицию: I would like, I hope, I’m very proud of, my own views of.

Представителям разных культур присущи разные характеристики. На основе проделанного нами исследования можно подчеркнуть, что американцам присущи такие черты, как открытость, лаконичность, использование выразительных языковых средств эмоциональность, прямота, коммуникация на малой дистанции и др. На основе исследований роли языка, текстов выступлений, а также типов аргументов – типов доводов, служащих доказательством, и методов аргументации, которые можно считать логическими универсалиями, присущими человеческому мышлению и потому способными выступать в качестве параметров моделирования убеждающего действия нами были выявлены основные стратегии и тактики, применяемые политическими деятелями американского политического дискурса.

Подводя итоги, хотелось бы подчеркнуть, что, имея психологическую природу, стратегия убеждения является определяющим фактором для формирования семантического содержания речи, а также для композиционного и стилистического ее оформления.

**Заключение**

Политический дискурс составляет значительную часть нашего общения и обладает высокой степенью аргументации для отстаивания точки зрения, оправдания или опровержения мнения либо для получения одобрения от аудитории.

Анализ речей показал, что они сочетают в себе как аргументативные тактики, так и элементы логической аргументации. Текст насыщен аргументами, логическими доводами, перечислениями, рассуждениями с опорой на фактически-статистическую информацию.

В политическом дискурсе часто используются лексические и стилистические средства, что может быть объяснено их большим аргументативным потенциалом, большой образностью, что немаловажно, если учитывать, что эти тексты предназначены для публичных выступлений и призваны сразу овладеть вниманием слушателя, воздействовать на его чувства и эмоции.

Проанализировав речи Хиллари Клинтон, мы пришли к выводу, что для эффективного воздействия на аудиторию политические деятели прибегают к различным средствам аргументации. Среди таковых можно выделить лексические (местоимения, ключевые слова, метафоры, сравнения, образные высказывания), стилистические (стратегии и тактики аргументации и убеждения), композиционные (речи имеют введение, основную часть и заключение).

Таким образом, мы на примерах показали, что аргументация и убеждение может реализовываться посредством различных вербальных стратегий. Для эффективности убеждения политические деятели прибегают к различным тактикам. В процессе исследования были выявлены следующие тактики аргументации, присутствующие в политическом дискурсе:

1) стилистические (смягчение, повторы, оценочные слова);

2) семантические (явное отрицание, явная уступка, перенос);

3) аргументативные (апелляция к авторитету, риторические вопросы, мининарративы, интимизация, создание очевидности и общеизвестности фактов, обещания, ссылка на традиционные ценности, оппозиция, положительная самопрезентация, дискредитация оппонента).

В целом анализ аргументативной коммуникации позволяет определить позиции политического деятеля, установить способы воздействия на аудиторию и проследить структуру построения аргументов, чтобы определенным образом воздействовать на сознание слушателей.

**Список использованных источников**

Алексеев М.Н. Во всеоружии аргументов. – Москва: Знание, 1986. – 64 с.

Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы / Н.Д. Арутюнова. – Москва: Наука, 1976. – 383 с.

Арутюнова Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингв. энциклоп. словарь. – Москва: Сов. энцикл., 1990. – С. 136-137.

Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – Москва: Иск-во, 1979. – 140 с.

Бенвенист Э. Общая лингвистика. Пер. с франц. / Э. Бенвенист. – Москва: Прогресс, 1974. – 447 с.

Берков В.Ф. Аргументация как речь / В.Ф. Берков // Стратегии коммуникативного поведения: материалы докладов Междунар. науч. конф., Минск, 3-4 мая 2001 г.: в 3 ч. / Минский гос. лингвист. ун-т; редкол.: Д.Г. Богушевич [и др.]. – Минск, 2001. – Ч. 1. – С. 118-122.

Борботько В.Г. Элементы теории дискурса / В.Г. Борботько. – Грозный, 1989.

Брутян Г.А. Очерк теории аргументации. – Ереван: Издательство АН Армении, 1992. – 303 с.

Бушев А.Б. Автоматизации политического дискурса / А.Б. Бушев // Политический дискурс [Электронный ресурс] – 2002. – Режим доступа: http://center.fio.ru/method/resources/filippovma//english/pedsovet2002/avtom\_diskyrs.doc. - Дата доступа: 10.10.2007.

Дейк Т.А. ван. К определению дискурса / Т.А. ван Дейк – Москва, 1998. [WWW-документ] URL http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/vandijk2.htm

Гийом Ж., Мальдидье Д. О новых приемах интерпретации, или проблема смысла с точки зрения анализа дискурса / Ж. Гийом, Д. Мальдидье // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса: пер с фр. и порт. – Москва: ОАО ИГ «Прогресс», 1999. – С. 124-136.

Еемерен Франс Х. ван, Гроотендорст Р. Речевые акты в аргументативных дискуссиях: теоретическая модель анализа дискурса, направленная на разрешение конфликта мнений / Франс Х. Ван Ееремен, Р. Гроотендорст. – Санкт-Петербург: «Нотабене», 1992.

Зернецкий П.В. Коммуникативные стратегии: классификационный аспект / П.В. Зернецкий // Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов: сб. науч. трудов / Белгосуниверситет; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Вып. 1. – Минск, 1998. – С. 194-198.

Квадратура смысла. – Москва, 1999.

Кунцевич С.Е. Психологические аспекты политического дискурса / С.Е. Кунцевич // Вестник Минского гос. лингвист. ун-та. Сер. 1, Филология. – 2005. – № 4 (20). – С. 37-50.

Курачек О.Ф. Логические и экстралогические средства убеждения на материале английского языка / О.Ф. Курачек // Коммуникативные стратегии: материалы докладов Междунар. науч. конф., Минск, 28-29 мая 2003 г.: в 2 ч. / Минский гос. лингвист. ун-т; редкол.: Т.В. Поплавская (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2003. – Ч.2. – С. 182-186.

Логика и риторика. Хрестоматия / Составитель В.Ф. Берков, Я.С. Яскевич. – Минск: НТООО «ТетраСистемс», 1997. – 624 с.

Логинова И.Ю. Персуазивность как механизм воздействия в политическом дискурсе: программа политической партии и манифест / И.Ю. Логинова // Интерпретация. Понимание. Перевод: сб. науч. ст. / Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов; отв. ред. В.Е. Чернявская. – Санкт-Петербург, 2005. – С. 240-248.

Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. – Москва: Языки русской культуры, 1996. – 464 с.

Маркович А.А. Аргументативная коммуникация / А.А. Маркович // Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов: сб. науч. трудов / Белгосуниверситет; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Вып. 1. – Минск, 1998. – С. 412-421.

Павлова Е.К. Лексические проблемы глобального политического дискурса / Е.К. Павлова // Вестник Московского ун-та. Сер. 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. - № 2 – С. 98-112.

Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. – Москва: «Рефл-бук», Калининград: «Ваклер», 2000. – 352 с.

Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – Москва: Ваклер, 2003. – 277 с.

Пыжова М.Г. Аргументация, убеждение и коммуникация / М.Г. Пыжова // Стратегии коммуникативного поведения: материалы докладов Междунар. науч. конф., Минск, 3-4 мая 2001 г.: в 3 ч. / Минский гос. лингвист. ун-т; редкол.: Д.Г. Богушевич [и др.]. – Минск, 2001. – С. 131-134.

Савич Е.В. Дискурс-лоббирование: методологические аспекты / Е.В. Савич // Коммуникативные стратегии: материалы докладов Междунар. науч. конф., Минск, 28-29 мая 2003 г.: в 2 ч. / Минский гос. лингвист. ун-т; редкол.: Т.В. Поплавская (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2003. – Ч.2. – С. 131-135.

Тодоров Ц. Понятие литературы / Ц. Тодоров // Семиотика. – Москва: Прогресс, 1983. – С. 355-369.

Токарева И.И. Этнолингвистика и этнография общения: монография / И.И. Токарева; под общ. ред. Ф.А. Литвина; Минский гос. лингвист. ун-т. – Минск, 2001. – 250 с.

Третьякова Г.Н. Ментальная схема «свой мир» / Г.Н. Третьякова // Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов: сб. науч. трудов / Белгосуниверситет; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Вып. 1. – Минск, 1998. – С. 145-150.

Ухванова И.Ф. План содержания текста: от анализа к синтезу, от структуры к системе / И.Ф. Ухванова // Философская и социологическая мысль. – Киев, 1993. - №3.

Ухванова И.Ф. Смысловые и сущностные параметры политического дискурса в фокусе внимания исследователя / И.Ф. Ухванова // Язык и социум: материалы II Междунар. конф. – Минск, 1998.

Ухванова-Шмыгова И.Ф. Каузальный анализ политического текста / И.Ф. Ухванова-Шмыгова // Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов: сб. науч. трудов / Белгосуниверситет; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Вып. 1. – Минск, 1998. – С. 45-52.

Ухванова-Шмыгова И.Ф. Дискурс-анализ в контексте современных исследований / И.Ф. Ухванова-Шмыгова // Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов: сб. науч. трудов / Белгосуниверситет; И.Ф. Ухванова-Шмыгова, А.А. Маркович, В.Н. Ухванов; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Вып. 3. – Минск, 2002. – С. 6-28.

Ухванова-Шмыгова И.Ф. Операционализация коммуникативных стратегий с позиций каузально-генетической теории / И.Ф. Ухванова // Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов: сб. науч. трудов / Белгосуниверситет; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Вып. 2. – Минск, 2000. – С. 198-202.

Чижевская Е.Е. Дискурс политика / Е.Е. Чижевская // Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов: сб. науч. трудов / Белгосуниверситет; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Вып. 1. – Минск, 1998. – С. 161-170.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса; диссертация доктора филологических наук: 10.02.01 / Е.И. Шейгал. – Волгоград, 2000. – 175 с.

Юзефович Н.Г. Политический дискурс и межкультурное общение / Н.Г. Юзефович // Интерпретация. Понимание. Перевод: сб. науч. ст. / Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов; отв. ред. В.Е. Чернявская. – Санкт-Петербург, 2005. – С. 231-240.

Aristotle. The “Art” of Rhetoric. – Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1967. – 342 p.

Jensen J.V. Argumentation: Reasoning in Communication. – New York: Van Nostrand, 1981. – 311 p.

Johnston D.P. The Art and Science of Presuasion. – Dubuque, Iowa: W.C. Brown, 1994. – 251 p.

Lucas S. The McCraw Hill, 1996. – 386 p.

Martel M. Political campaign debates. – New-York. London: Longman, 1983. – 62-67 p.

Oukhvanova I.F. Cause-Genetic theory of text content / I.F. Oukhvanova // XVI-th International Congress of Linguists, Paris, July 20-25, 1997. Abstracts. – Paris: LACAN, 1997.

Pérelman Ch. et L. Olbrechts-Tyteca. La nouvelle rhétorique: traité ed l’argumentation. – Bruxelles : l’Université de Bruxelles, 1958.

Thompson W.N. Modern argumentation and debate: principle and practices. – New York: Harper and Row, 1971. – 255 p.

Van Dijk T.A. On the Analysis of Parliamentary Debates on Immigration. Working paper for the Project Racism at the Top / T.A. Van Dijk. – Second draft [Electronic resource ]. July, 1998 – Mode of access: http://www.discourse-in-society.org/categor2.htm. - Date of access: 07.09.2007.