



**ВЕРБАЛЬНЫЕ ПРИЕМЫ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В  
ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДВЫБОРНОЙ  
КАМПАНИИ ОЛАФА ШОЛЬЦА)**

**VERBAL METHODS OF PERSUASION IN PRE-ELECTION DISCOURSE  
(ON THE EXAMPLE OF OLAF SCHOLZ'S ELECTION CAMPAIGN)**

УДК 81

**БУЛАНОВА Вероника Александровна**

**BULANOVA Veronika Aleksandrovna**

*Аннотация.* В статье представлена краткая характеристика таких понятий, как предвыборный дискурс и речевое воздействие. На материале агитационной кампании 2021 года в Германии проведен анализ вербальных приемов и способов речевого воздействия в предвыборном дискурсе на разных уровнях языка.

*Ключевые слова:* предвыборный дискурс; речевое воздействие; вербальные приемы речевого воздействия.

***Abstract.** The article gives a brief description of such concepts as pre-election discourse and persuasion. Based on the material of the election campaign in Germany in 2021, an analysis is made of verbal techniques and methods of persuasion in election discourse at different levels of the language.*

***Keywords:** pre-election discourse; persuasion; verbal methods of persuasion.*

Политическая сфера занимает центральное место в жизни любого демократического общества. Неслучайно она представляет особый интерес для многих наук, в том числе и для языкознания. В последние десятилетия наблюдается большое количество работ отечественных лингвистов, посвященных исследованию политической коммуникации и политического дискурса (Шейгал 2000, Репина 2001, Бакумова 2002, Гайкова 2003, Паршина 2005, Михалева 2004; Чернявская 2006; Бочарова 2013, Туманова 2016).

Предвыборный дискурс – это разновидность политического дискурса, он имеет тот же набор признаков и функций. Главная особенность и отличительная черта предвыборного дискурса – это его строгие временные рамки, то есть предвыборный дискурс ограничивается конкретной предвыборной кампанией или агитационным периодом и за их пределами теряет смысл [6, С. 395]. Т.М. Голубева под предвыборным дискурсом понимает деятельность, ограниченную временем и пространством избирательной кампании и речевые произведения с социокультурными и экстралингвистическими факторами, возникающие в результате этой деятельности [3, С. 10]. К предвыборному дискурсу относятся письменные жанры (агитационные листовки, программы партий, биография кандидатов) и устные (предвыборные дебаты и теледебаты, обращение к избирателям, интервью, реклама, заявления) [1, С. 11].

Избирательная кампания играет важнейшую роль в политической жизни государства: благодаря ее успеху участники политического процесса (политические партии, политические лидеры) достигают своей основной цели

– привлечение избирателей, завоевание доверия электората и, как итог – победа на выборах. Несмотря на неоднородный состав избирателей и на их различные ожидания и требования, задача политиков в предвыборных выступлениях состоит в воздействии на сознание по возможности большего числа реципиентов, во внушении им своих мнений, суждений, и, нередко, во внесении изменений в их политическую картину мира. Коммуникативно грамотный оратор в предвыборном выступлении способен привлечь интерес даже скептически настроенных избирателей, убедить их в правильности своей позиции или установок своей партии, представить себя и образ своей партии с выгодной позиции. Для этого опытным ораторам вовсе не нужно прибегать к лжи и выдумкам.

Эффективная коммуникация является предметом науки о речевом воздействии, которая объединяет в себе данные и методы таких смежных дисциплин, как коммуникативная лингвистика, психолингвистика, прагматическая лингвистика, риторика, социология, политология [8, С. 3]. Само речевое воздействие можно рассматривать как воздействие говорящего на собеседника с помощью речи и экстралингвистических средств для достижения своей коммуникативной интенции. Задача речевого воздействия в предвыборном дискурсе – побудить реципиентов к действиям, изменить поведение и мнение избирателей в выгодном и необходимом для говорящего направлении, оставаясь при этом с ними в нормальных отношениях.

И.А. Стернин выделяет следующие способы речевого воздействия:

1. доказывание;
2. убеждение;
3. уговаривание;
4. клянченье;
5. внушение;
6. приказ;
7. просьба;
8. принуждение [7, С. 59-61].

Конечно, для современного демократического общества далеко не все способы речевого воздействия приемлемы, особенно, если речь идет о политическом и предвыборном дискурсе. Речевое воздействие как наука учит правильно выбирать и рационально применять те или иные способы и приемы речевого воздействия, уместно сочетать их, ориентируясь на ситуацию общения и тип аудитории. Компетентные политики в публичных выступлениях, предвыборных речах и интервью используют, в основном, приемы убеждения и доказывания. Нередко прибегают и к внушению – сильному эмоциональному и психологическому давлению на избирателей с целью изменить их поведение, навязать им свое мнение без аргументации, не давая им обдумать и критически осмыслить услышанное.

Различают два средства речевого воздействия – вербальное и невербальное. К невербальному воздействию относятся неречевые сигналы, такие как мимика, жесты, внешний вид, поза, взгляд говорящего и др. Вербальное речевое воздействие – это то, что произносит или не произносит адресант, каким образом и с помощью каких слов и речевых приемов он выражает свои мысли.

В настоящей статье на примере агитационной кампании Олафа Шольца 2021 года проанализированы языковые приемы речевого воздействия в предвыборном дискурсе.

Анализ вербальных приемов речевого воздействия логично начать с фонетического уровня языка. Одним из часто встречающихся фонетических приемов является *аллитерация*. В предвыборном дискурсе она используется для акцентирования внимания аудитории на конкретных наиболее важных словах. Созвучная лексика оказывает эмоциональное воздействие на адресата, выделяет основные положения и темы выступления политика. Олаф Шольц в выступлении перед бундестагом 8 сентября 2021 года не раз прибегал к этому средству:

*Zusammenhalt ist auch das, was wir im Blick haben müssen, wenn wir über die Zukunft unserer Gesellschaft diskutieren [10].*

*Сплоченность – это то, на чем мы тоже должны сконцентрироваться, обсуждая будущее нашего общества (здесь и далее перевод наш – В.Б.).*

*Deshalb, finde ich, kann es nicht **dabeibleiben**, dass diejenigen, die jetzt den **Beifall bekommen haben**, in diesem Land weiter schlecht **bezahlt** werden [10].*

*Поэтому я считаю, что нельзя оставлять ситуацию, при которой труд тех, кто сейчас получил одобрение, будет и дальше низко оплачиваться в этой стране.*

*Wir wollen in knapp 25 Jahren klimaneutral wirtschaften [10].*

*Примерно через 25 лет мы будем вести климатически нейтральную хозяйственную деятельность.*

*Ассонанс применяется для ритмичности речи, с помощью этого приема можно подчеркнуть важные слова, привлечь аудиторию к внимательному прослушиванию выступления:*

*Wir haben uns mit einem Gesetz [...] für den Einstieg in die **erneuerbaren Energien entschieden** [10].*

*Мы приняли закон, [...] согласно которому мы решились на переход на возобновляемые источники энергии.*

*Macht das! Lasst euch impfen [10]!*

*Сделайте это! Вакцинируйтесь!*

Помимо вышеперечисленных приемов, темп речи и интонация играют важную роль. Шольц делает достаточное количество пауз для того, чтобы аудитория успевала осмыслить услышанное. Несмотря на паузацию, речь политика достаточно ритмична, не затянута. Отчетливо слышны фразовые ударения, выделяющие ключевые слова. Таким образом адресаты хорошо улавливают посыл говорящего, его основную идею. Приемы речевого воздействия на фонетическом уровне делают речь динамичной, понятной для широких слоев избирателей, легкой для восприятия и запоминания, и, что немаловажно, красивой и приятной.

На уровне синтаксиса политики часто используют *анафору* для воздействия на аудиторию. Повторение ключевых компонентов предложения

помогает косвенно убедить избирателей в значимости сказанного, заострить их внимание на конкретных проблемах или мыслях и закрепить их в сознании адресата. При анализе речи Олафа Шольца было выявлено несколько случаев применения анафоры:

*Wir haben gemeinsam **gekämpft** um die Gesundheit der Bürgerinnen und Bürger, **gekämpft**, damit Arbeitsplätze und Unternehmen durch diese Krise kommen [...] [10].*

*Мы вместе боролись за здоровье наших граждан, боролись за то, чтобы сохранить рабочие места и за то, чтобы предприятия прошли через этот кризис [...].*

***Sie entscheiden** am 26. September, wie es mit diesem Land weitergeht. **Sie entscheiden**, wie es mit unserer Gesellschaft weitergeht [...] [10].*

*Вы решите 26 сентября, что будет дальше с этой страной. Вы решите, что будет с нашим обществом [...].*

В следующем предложении помимо анафоры, использована тактика учета ценностных ориентиров адресата: упоминается концепт «семья». Так политик призывает граждан к вакцинации:

***Es ist gut für euch, es ist gut für eure Liebsten, es ist gut für diejenigen, auf die ihr Wert legt [10].***

*Это хорошо для вас, это хорошо для ваших близких, это хорошо для тех, кто вам дорог.*

В приведенной ниже цитате повторяется сразу целая часть предложения и наблюдается такое явление, как *полисиндетон* – повтор союза, употребляемый как выразительное средство для придания речи большей эмоциональности и плавности [5, С. 225]:

***Deshalb brauchen wir ein starkes Mieterschutzrecht, deshalb brauchen wir eine Begrenzung der Mietpreiserhöhung bei Neuvermietung, und deshalb brauchen wir ein Moratorium für die Mietpreisanstiege in Deutschland [10].***

*Поэтому нам необходима эффективная защита прав арендаторов, поэтому нам необходимо ограничение роста арендной платы при новой сдаче*

жилы в аренду, и поэтому нам в Германии необходим мораторий на увеличение размеров арендной платы.

Такой стилистический прием, как *риторический вопрос* применяется для того, чтобы скрыто указать избирателям, в каком направлении им мыслить. Политики таким образом могут завуалированно высказать свое мнение, подвести аудиторию к необходимым им выводам. В рассмотренных выступлениях Шольц единожды задал риторический вопрос:

*Kann man sich das Leben leisten [10]?*

*Можно ли позволить себе жизнь?*

Олаф Шольц в выступлении перед бундестагом более 60 раз употребляет личное местоимение *wir*. Этот прием В.Е. Чернявская назвала *созданием семантического поля «свои»* [9, С. 48]. Он очень часто употребляется политиками в предвыборном дискурсе для отождествления себя с избирателями, для создания так называемой семантики коллективного отправителя:

*Wir haben zusammengehalten als ganzes Land [...], wir haben auch zusammengehalten als Regierung [...]* [10].

*Мы держались вместе как целая страна [...], мы держались вместе как правительство [...].*

*Der Aufschwung kommt, wir wachsen aus der Krise hinaus. Wir werden die finanziellen Verpflichtungen, die aus dieser Krise erwachsen sind, auch bewältigen können* [10].

*Наступает экономический подъем, мы выходим из кризиса. Мы сможем преодолеть и финансовые обязательства, возникшие в результате этого кризиса.*

В следующей фразе, кроме многократно повторяющегося местоимения *wir*, употреблены такие слова, как *zusammenhalten*, *gemeinsam*. Они подчеркивают сплоченность политиков и избирателей, помогают показать избирателям, что они не одни, что все трудности они преодолеют вместе, всей страной:

*Wir werden solche Krisen und Herausforderungen nur bewältigen können, wenn wir zusammenhalten, wenn wir das gemeinsam durchstehen wollen, wenn niemand mit seinen Problemen alleingelassen wird [...]. Wir müssen als Land zusammenhalten [10].*

*Мы сможем преодолеть такие кризисы и вызовы только тогда, когда мы сплотимся, когда будем переживать это вместе, когда никто не будет оставлен со своей проблемой один на один [...]. Мы должны объединиться как страна.*

Наряду с этим в рассмотренном выступлении часто употребляется личное местоимение *ich* (более 70 раз). Это говорит о том, что Шольц не боится брать на себя ответственность, высказывать свою собственную точку зрения, а не только излагать установки партии. Вот несколько примеров:

*Ich finde, es wäre falsch, wenn jetzt eine Debatte über Impfpflichten beginnt [10].*

*Я считаю, что было бы неправильно начинать сейчас дискуссию об обязательной вакцинации.*

*Deshalb setze ich mich dafür ein, dass wir das Kindergeld weiterentwickeln, dass wir eine Grundsicherung bekommen, die Armut für Kinder verhindert [10].*

*Поэтому я выступаю за то, чтобы развивать пособия на детей, чтобы ввести базовое материальное обеспечение, которые предотвратят детскую бедность.*

*Ich will dafür Sorge tragen, dass jede berufliche Leistung, jede Lebensleistung anerkannt wird [10].*

*Я позабочусь о том, чтобы каждый профессиональный успех, каждое достижение в жизни получили признание.*

Использование в речи *ключевых слов* – один из способов вербального речевого воздействия. Политики могут выбирать несколько ключевых слов, которые затем проходят красной нитью по тексту выступления. Как правило, ключевые слова – это наиболее значимые и распространенные в обществе



слова на конкретный момент времени и обладающие воздействующей силой [9, С. 54].

Так, в выступлении Олафа Шольца можно выделить следующие ключевые слова: *Bürger, Bürgerinnen* (встретились 26 раз); *Sorge, sorgen* (16 раз); *Herausforderung* (13 раз); *Zukunft, Rente, Krise* (по 12 раз); *Gesellschaft, Wohnung* (по 9 раз); *Arbeitsplätze* (7 раз); *Strom* (6 раз). По результатам такого анализа можно сделать вывод о том, что в своем выступлении политик говорит о проблемах и вызовах, стоящих перед немецким обществом, объясняет, какие пути их решения он видит, заявляет о своем намерении позаботиться об увеличении заработной платы и пенсий в Германии, о переходе на альтернативные источники энергии, об обеспечении граждан доступным жильем.

Средства выразительности языка, такие как эпитет, метафора, гипербола и литота, ирония, сравнение, перифраз и другие также относятся к вербальным средствам речевого воздействия. Они делают речь политиков яркой, богатой, интересной, запоминающейся, близкой и понятной для рядовых граждан.

При анализе предвыборной речи и интервью Шольца нам встретились не все из перечисленных выше тропов. Политик часто употребляет в своей речи *эпитеты*:

*leistungsfähige, weltweit wettbewerbsfähige Volkswirtschaft; zumutbare Beschränkungen; ein starkes Mieterschutzrecht; klare Aussagen; eine leistungsfähige Industrie; die notwendigen Entscheidungen; eine ehrgeizige Herausforderung; sehr vertrauliche Gespräche.*

*Метафора* – перенесение наименования с одного объекта (предмета, лица, явления) на другой, сходный с первым в каком-либо отношении [2, С. 44]. О.В. Дитрих считает, что метафора часто употребляется в политическом дискурсе, так как является одним из способов привлечения внимания избирателей и служит для эмоционального воздействия на них, хотя иногда реципиенты могут и не замечать применение этого тропа [4].

В интервью Шольца изданию RND было выявлено несколько случаев использования метафоры:

*Das Rütteln an Zäunen des Kanzleramts* (в значении выбора нового канцлера); *Politik machen; in andere Leben schauen; die Metapher vom Koch und Kellner* (распределяя роли партий в возможной будущей коалиции), *sich in der Opposition erholen* (о будущем блока ХДС/ХСС), *ein Kreuz bei der SPD machen* (голосовать за СДПГ).

Так Шольц использовал *иронию*, сравнив свой будущий стиль правления с приготовлением еды на кухне:

*In der Küche ist es nicht nur heiß, es empfiehlt sich beim Kochen auch ein gewisser Teamgeist. Dann schmeckt das Essen besser [11].*

*На кухне не только горячо, но и требуется командный дух при приготовлении пищи. Так она будет вкуснее.*

*Перифраз* используется не только как средство речевого воздействия, но и для того, чтобы избежать лексических повторов, например: *dieses Land* вместо *Deutschland*; *der 26. September* вместо *die Bundestagswahl*, *die Bundeskanzlerin* вместо *Merkel*.

По итогам проведенного анализа были сделаны следующие выводы:

Предвыборный дискурс – это разновидность политического дискурса, он ограничен рамками агитационной кампании, главная его задача – воздействие на электорат с целью завоевания поддержки и голосов избирателей любой ценой. Важнейшим инструментом предвыборной агитации являются приемы и способы речевого воздействия.

Лингвистический анализ предвыборного выступления и интервью избранного канцлера Германии Олафа Шольца выявил вербальные приемы и способы речевого воздействия, используемые политиками в ходе агитационной кампании.

На фонетическом уровне к таковым относятся аллитерация, ассонанс, интонация, фразовое ударение, паузы. Помимо выполнения персуазивной функции они делают речь политиков ритмичной, легкой для восприятия.

Анафора, полисиндетон, риторический вопрос оказывают речевое воздействие на аудиторию на уровне синтаксиса, придают речи динамичность, делают ее более понятной. За счет этих приемов политики в предвыборной гонке могут завуалированно донести до адресата свои мысли, привлечь внимание публики к важным для себя темам. Создание семантического поля «свои» как прием речевого воздействия создает эффект «коллективного отправителя», позволяет влиять на избирателей за счет складывающегося ощущения единения народа с политиками. Частое употребление местоимения *ich* показывает решительность оратора, его готовность брать на себя ответственность за сказанное. Этот прием также помогает привлечь большее число избирателей.

Благодаря использованию тропов (эпитетов, метафор, иронии, перифраза) речь политиков приобретает целый спектр эмоциональных оттенков, формируя у избирателей новые яркие ассоциации. Средства выразительности языка украшают предвыборные выступления, делают их более запоминающимися, показывают индивидуальность политика и также оказывают речевое воздействие на публику.

### **СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Андриющенко О.К. Жанровое пространство предвыборного дискурса // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. №7-2. С. 11-16.
2. Виноградов С.И. Выразительные средства в парламентской речи // Культура парламентской речи. М.: Наука, 1994. С. 43-48.
3. Голубева Т.М. Языковая манипуляция в предвыборном дискурсе: на материале американского варианта английского языка: автореф. дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.04. Нижний Новгород, 2009. 22 с.
4. Дитрих О.В. Языковые средства в сфере политики: метафора // Славянское сознание и самосознание: проблема рубежей. Материалы III Праславянских чтений. 24 мая 1999 г. Красноярск, 1999.

5. Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В.М. Кожевникова, П.А. Николаева. М.: Советская энциклопедия, 1987. 752 с.
6. Назарова Р.З., Золотарев М.В. Речевые тактики убеждения в современном российском предвыборном дискурсе (на примере президентской кампании 2017-2018 годов) // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2018. Т. 18. Вып. 4. С. 394-399.
7. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Истоки, 2001. 232 с.
8. Стернин И.А. Основы речевого воздействия. Воронеж: Истоки, 2012. 178 с.
9. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2006. 136 с.
10. Generaldebatte im Bundestag am 7. September 2021: Rede von Olaf Scholz [Электронный ресурс]. URL: <https://olaf-scholz.spd.de/aktuelles/interviews-reden/generaldebatte-im-bundestag/> (дата обращения: 29.10.2021).
11. Olaf Scholz im Interview bei den RND-Zeitungen [Электронный ресурс]. URL: <https://olaf-scholz.spd.de/aktuelles/interviews-reden/olaf-scholz-im-interview-bei-den-rnd-zeitung/> (дата обращения: 29.10.2021).

#### **REFERENCES:**

1. Andryushchenko O.K. Genre space of pre-election discourse // Actual problems of the humanities and natural sciences. 2013. No. 7-2. Pp. 11-16.
2. Vinogradov S.I. Expressive means in parliamentary speech // Culture of parliamentary speech. М.: Nauka, 1994. Pp. 43-48.
3. Golubeva T.M. Linguistic manipulation in pre-election discourse: on the material of the American version of the English language: avtoref. dis. ... candidate of philological sciences: 10.02.04. Nizhny Novgorod, 2009. 22 p.
4. Dietrich O.V. Linguistic means in the sphere of politics: a metaphor // Slavic consciousness and self-consciousness: the problem of frontiers. Materials of the III Proto-Slavic readings. May 24, 1999 Krasnoyarsk, 1999.

5. Literary Encyclopedic Dictionary / Ed. by V.M. Kozhevnikov, P.A. Nikolaev. M.: Soviet Encyclopedia, 1987. 752 p.
6. Nazarova R.Z., Zolotarev M.V. Speech tactics of persuasion in modern Russian pre-election discourse (on the example of the presidential campaign of 2017-2018) // Izv. Sarat. university New ser. Ser. Sociology. Political science. 2018. Vol. 18. Issue 4. Pp. 394-399.
7. Sternin I.A. Introduction to speech influence. Voronezh: Origins, 2001. 232 p.
8. Sternin I.A. Fundamentals of speech influence. Voronezh: Origins, 2012. 178 p.
9. Chernyavskaya V.E. Discourse of power and the power of discourse: problems of speech influence: textbook. M.: Flinta: Nauka, 2006. 136 p.
10. Generaldebatte im Bundestag am 7. September 2021: Rede von Olaf Scholz [Electronic resource]. URL: <https://olaf-scholz.spd.de/aktuelles/interviews-reden/generaldebatte-im-bundestag/> (Access date: 29.10.2021).
11. Olaf Scholz im Interview bei den RND-Zeitungen [Electronic resource]. URL: <https://olaf-scholz.spd.de/aktuelles/interviews-reden/olaf-scholz-im-interview-bei-den-rnd-zeitung/> (Access date: 29.10.2021).

**Буланова Вероника Александровна**

адъюнкт кафедры германских языков

Военный университет Министерства обороны Российской Федерации

123001, г. Москва, Б. Садовая ул., д. 14.

[melnikveronika1996@gmail.com](mailto:melnikveronika1996@gmail.com)

**Bulanova Veronika Aleksandrovna**

Adjunct at the Department of German Languages

Military University of the Ministry of Defence of the Russian Federation

B. Sadovaya ul., d.14, Moscow, Russia, 123001

5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная  
лингвистика.