

УДК 81:001.12/18

Ж. Б. Ахметова

магистрант II курса Казахского государственного женского педагогического университета,  
г. Алматы, Казахстан  
Научный руководитель – д. ф. н. доцент Р. Г. Сейдахметова  
e-mail: [zhanat\\_ab@mail.ru](mailto:zhanat_ab@mail.ru)

### Речевые стратегии и тактики в политических дебатах Казахстана

Статья посвящена исследованию агонального жанра политического дискурса — предвыборных теледебатов. Выявлены основные стратегии в дискурсе казахстанских предвыборных теледебатов: стратегия самопрезентации, стратегия дискредитации, стратегия рационального убеждения избирателей, стратегия эмоционального убеждения избирателей, стратегия самозащиты, стратегия уклонения от ответа. Особое внимание уделяется стратегии самопрезентации и ее тактикам — самовосхваления, обещания, демонстрации профессионального успеха. Названные тактики вербализуются через определенные лексические репрезентанты и характеризуются своеобразными лингвостилистическими приемами.

**Ключевые слова:** политический дискурс; агональные жанры; парламентские предвыборные теледебаты; стратегия самопрезентации; коммуникативные тактики; стратегия дискредитации, стратегия рационального убеждения избирателей, стратегия эмоционального убеждения избирателей, стратегия самозащиты.

Zh. B. Ahmetova

### Strategy and tactics of political debate of Kazakhstan

The article investigates agonistic genre of political discourse – the parliamentary pre election TV debate. The basic strategy in discourse of Kazakh TV debate were revealed: the strategy of self-presentation, strategy of discrediting, strategy of rational persuasion voters, strategy of emotional persuasion voters, strategy of self-defense, strategy of evading an answer. Special attention is paid to self-presentation strategies and its tactics - self-praise, promises, demonstrating professional success. Mentioned tactics verbalized through certain lexical representants and characterized by peculiar linguo-stylistic techniques.

**Key words:** political discourse; agonistic genre; parliamentary pre election TV debates, the strategy of self-presentation, communication tactics, the strategy of discrediting, the strategy of rational persuasion voters, strategy of emotional persuasion voters, the strategy of self-defense.

Ж. Б. Ахметова

### Қазақстан саяси дебаттарындағы стратегиялар мен тактикалар

Мақала қазақстандық саяси дискурстың агоналды жанры - сайлауалды теледебаттарды зерттеуге арналады.

Қазақстандық сайлауалды теледебаттар дискурсының негізгі стратегиялары (өзін-өзі мадақтау стратегиясы, қарсыласты жою стратегиясы, сайлаушыны рационалды үгіттеу стратегиясы, сайлаушыны эмоционалды үгіттеу стратегиясы, өзін-өзі қорғау стратегиясы, жауаптан тайқу стратегиясы) айқындалады. Айрықша көңіл өзін-өзі мадақтау стратегиясы және оның тактикалары – өзі-өзі мақтау, уәде беру, кәсіби табысын демонстрациялау стратегияларына бөлінеді. Аталған тактикалар лексикалық репрезентанттар арқылы жүзеге асады және әртүрлі лингвостилистикалық әдіс-айлалармен сипатталады.

**Түйін сөздер:** саяси дискурс, агоналды жанр, парламенттік сайлауалды дебаттар, өзін-өзі мадақтау стратегиясы, коммуникативті тактикалар, қарсыласты жою стратегиясы, сайлаушыны рационалды үгіттеу стратегиясы, сайлаушыны эмоционалды үгіттеу стратегиясы, өзін-өзі қорғау стратегиясы.

В политическом дискурсе реализуются жанры, дифференцируемые по характеру ведущей интенции: интеграции, ориентации, агональности. Исследуемые нами предвыборные теледебаты относятся к агональным жанрам политического дискурса. Агональность есть проявление состязательности, конкурентной борьбы, часто — агрессии по отношению к сопернику, поскольку речевое взаимодействие

коммуникантов в таком жанре политического дискурса организовано вокруг конфликта целей его участников [1, 56].

Избирательная кампания претендентов в депутаты Мажилиса Парламента Республики Казахстан представляет собой комплекс агитационных мероприятий, проводимых представителями политических партий с целью получения электоральной поддержки на пред-

стоящих выборах. Каждая партия проводит свою агитационную кампанию при поддержке различных волонтеров, общественных организаций, средств массовой информации. Существуют различные способы агитации, основными из которых являются проведение собраний, митингов, встреч с избирателями, публикация статей, распространение памфлетов и листовок, расклейка предвыборных афиш и др.

Теледебаты как агональное агитационное мероприятие являются кульминационной частью избирательной кампании. Широкое понимание предвыборных теледебатов позволяет трактовать их как избирательный поединок, непременно транслируемый по телевидению, между представителями политических партии, во время которого они имеют возможность обмениваться мнениями по политическим, социальным, экономическим и иным вопросам. Лингвистическое понимание теледебатов предложила Е.И. Шейгал, которая под теледебатами понимает вербальную схватку между кандидатами, исход которой определяется мастерством ораторов, а также другими составляющими их публичного «имиджа» [2, 35].

Для дискурса теледебатов характерно открыто выраженное противостояние, иными словами, агональная борьба соперников — представителей политических партий. На сегодняшний день в политической системе Республики Казахстан существуют семь политических партий — Народно-демократическая партия «Нур Отан», Демократическая партия Казахстана «Акжол», Общенациональная социал-демократическая партия, Казахстанская социал-демократическая партия «Ауыл», Демократическая партия «Адилет», Партия Патриотов Казахстана, Коммунистическая Народная партия.

Таким образом, представители данных политических партий выступают в качестве агентов дискурса предвыборных теледебатов. Ситуация выборов предполагает возможность смены политической власти, поэтому представитель партий оказывается перед необходимостью защищать и отстаивать свою избирательную программу, давать отчет о достигнутых результатах, создавать у избирателей положительное впечатление о своей партии и негативное отношение к партиям-соперникам.

Общеизвестно, что центральной фигурой в политических дебатах выступает языковая личность. По мнению О.Н.Паршиной, языковые личности политических деятелей раскрывают свою сущность посредством коммуникативных стратегий, которые они используют для

того, чтобы убедить свою оппозицию в своей правоте [3, 6].

Проблемой изучения речевой стратегии и тактики занимались лингвисты Т.А. ван Дейк, О.С. Иссерс, К.Ф. Седов, И.Н. Борисова и др. В большинстве работ стратегия понимается как сложное явление, состоящее из ряда запланированных ходов, реализующихся в процессе коммуникативного акта и приводящих к достижению коммуникативной цели. Коммуникативная стратегия, по мнению Т.Е. Янко, «состоит в выборе коммуникативных намерений и распределении квантов информации по коммуникативным составляющим» [4, 29-30]. Все это подтверждает правомерность утверждения О.С. Иссерс, что «заимствованное прагматикой из военного искусства понятие стратегии опирается не на кооперацию, а на победу (которая понимается как результативное воздействие на слушателя, как трансформации его модели мира в желательном для говорящего направлении)» [5, 293].

Лингвистические исследования политического дискурса свидетельствуют о разнообразии выделяемых в нем стратегий: манипуляции, аргументации, самопрезентации, дискредитации оппонента, борьбы за власть, убеждения [6, 78-125; 7, 159-163], содержательного анализа и оценки ситуации, самозащиты, побуждения и манипулирования [8, 26] и др.

В процессе политических дебатов не исключены речевые акты агрессии — нападение, отражение нападения (защита), оскорбление (ругательство) и их вариации.

Каждая стратегия реализуется благодаря использованию определенных тактик. Тактика, в свою очередь, определяется интенцией говорящего и эксплицируется совокупностью приемов, обуславливающих применение языковых средств.

Мы выделили следующие стратегии в дискурсе анализируемых нами предвыборных теледебатов в Мажилис Парламента РК:

1) стратегия самопрезентации: *«Наши кандидаты – это молодые и успешные производственники, представители малого и среднего бизнеса и мы на собственном опыте знаем, как поднимать предприятие, решать проблемы и поднимать экономику»* (А.Перуашев);

*«Дорогие соотечественники! Сегодня партия «Нур Отан идет с четким, детальным и пошаговым планом реализации стратегий нашего президента, лидера партии «Нур Отан» Нурсултана Абишевича Назарбаева «Казахстан - 2020». Мы ставим перед собой*

конкретные, и самое главное реальные цели. ...Уважаемые казахстанцы! Мы – единственная партия, которая в своей предвыборной платформе говоря о планах, называет конкретные цифры и конкретные сроки (Н.Нигматуллин).

2) стратегия дискредитации оппонента: «Дорогие соотечественники! Сегодня за последние 20 лет, какая была проведена работа высказал заместитель партии «Нур Отан». И мы бы хотели спросить, что конкретно от этого экономического развития Казахстан имеет, какую экономику мы имеем сегодня? 78% сырьевого сектора принадлежит иностранцам, 30 % нефтяных залежей принадлежит китайцам и при этом наш народ влачит нищенское существование. У нас нет ни одной одежды, мы голые, есть ли на нас хоть одна одежда от отечественного производителя?» (Ж.Туякбай).

«К сожалению, 20 лет независимости так и не научили сегодняшнее правительство относиться к собственному народу как к хозяеву» (У.Кайсаров).

3) стратегия эмоционального убеждения избирателей: «Наша партия идет с лозунгом: «Нефть – народу, коррупционеров – в тюрьму, Адилет – в Парламент!» И, это – правильно, и это – справедливо. Мы освободим народ от рабства, от гнета и порабощения. Мы освободим народ от оккупационного правительства! Сегодня люди «соскучились» по своим правам. Сегодня людей никто не считает за людей. Мы возьмемся за это дело, и будем доводить его до конца...» (У.Кайсаров).

4) стратегия уклонения от ответа: «Я, к сожалению, не знаю подробно практики применения закона «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения», потому что тот закон был в другом комитете – по аграрной политике» (Р.Кужатаев).

Очевидно, что стратегический репертуар участников политических теледебатов разнообразен, однако универсальной стратегией, которую используют все политики без исключения, является стратегия самопрезентации. Самопрезентация — это управление впечатлением, которое политик желает произвести на аудиторию с целью оказания на нее воздействия.

Стратегия самопрезентации, как показали проанализированные нами скрипты теледебатов вербализуется тактиками самовосхваления, обещания, демонстрации профессионального успеха.

Тактика самовосхваления базируется на желании политика представить себя в самом выгодном свете, описать свои личностные качества, достоинства, таланты. Тактика самовосхваления вербализуется лексемами, семантика которых позволяет охарактеризовать политика как человека, обладающего определенным набором положительных качеств. К числу таких лексем относятся, например, прилагательные *оптимистично настроенный, успешный, достойный, сильный, надежный*, глаголы *побеждать, вести за собой, поднимать село, поднимать экономику, быть лидером*. Нередко политики используют прилагательные в сравнительной и превосходной степени, например: *лучше, более надежный и самый надежный, самый сильный*.

Тактика обещания, как правило, манифестируется формами глаголов в форме будущего времени. Семантика глаголов отражает действия, которые политик готов предпринять, заняв высший государственный пост. Так, например, обещания кандидатов касаются уравновешения государственного бюджета, погашения государственного долга, снижения налогов, реформирования в области образования и здравоохранения. Тактика обещания проявляется в условных предложениях. В этом случае придаточное предложение условия вербализует то, к чему стремится кандидат, то, что он пытается получить в конечном счете.

Таким образом, дискурс предвыборных теледебатов является агональной формой речевой политической коммуникации. Агональность проявляется в таких конститутивных признаках дискурса теледебатов, как участники (противоборствующие стороны в каждой избирательной кампании), цели (завоевание и удержание власти), ценности (например, «власть» и «президент»), стратегии (дискредитации оппонента, рационального и эмоционального убеждения избирателей, самозащиты, уклонения от ответа). Стратегия самопрезентации, призвана подчеркнуть достоинство претендента и доказать его право быть депутатом Маслихата Парламента РК. Каждая тактика, продиктованная стратегией самопрезентации вербализуется через определенные лексические репрезентанты и характеризуется своеобразными лингвистическими приемами.

Следует отметить, что казахстанские политические дебаты проходят на уровне формального официального стиля речи. О выдержанном стиле речи говорит, прежде всего, порядок, основанный на регламенте; наличие

политических клише и аргументов, охватывающих суть вопроса как можно более полно.

### Литература

- 1 Иванова Ю. М. Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов: дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2003.
- 2 Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: моногр. – Волгоград: Перемена, 2000.
- 3 Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России. – Астрахань: Изд-во АГТУ, 2004. – 196.
- 4 Янко Т. Е. Коммуникативные стратегии и коммуникативные структуры: Дис... д-ра филол. наук: 10.02.19 – М., 1999.
- 5 Иссерс О.С. Коммуникативный успех как прогнозируемая категория // Культурно-речевая ситуация в современной России. – Екатеринбург, 2000. – С. 287-298.
- 6 Гайкова О. В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации: дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2003.
- 7 Халатян А. Б. Коммуникативные стратегии и тактики современного предвыборного дискурса в России и США // Вестник ПГЛУ. – 2010. – № 1. – С. 159 – 164.
- 8 Данышина Е. В. Стратегии и тактики американского предвыборного дискурса // Вестник СДУ. Сер. Филология. – Сумы, 2007. – № 1. – Т. 2. – С. 24 – 28.
- 9 Теледебаты кандидатов в депутаты Мажилиса Парламента РК от 10.01. 2012 г. на канале «Хабар».

### References

- 1 Ivanova Yu. M. Strategii rechevogo vozdeystviya v zhanre predvybornykh teledebatov: dis. ... kand. filol. nauk. – Volgograd, 2003.
- 2 Sheygal E. I. Semiotika politicheskogo diskursa: monogr. – Volgograd: Peremena, 2000.
- 3 Parshina O. N. Strategii i taktiki rechevogo povedeniya sovremennoy politicheskoy elity Rossii. – Astrahan': Izd-vo AGTU, 2004. – 196.
- 4 Yanko T. E. Kommunikativnyye strategii i kommunikativnyye struktury: Dis... d-ra filol. nauk: 10.02.19. – M., 1999.
- 5 Issers O.S. Kommunikativnyj uspeh kak prognoziruemaya kategoriya // Kul'turno-rechevaya situatsiya v sovremennoy Rossii. – Ekaterinburg, 2000. – S.287-298.
- 6 Gaykova O. V. Predvybornyj diskurs kak zhanr politicheskoy kommunikatsii: dis. ... kand. filol. nauk. – Volgograd, 2003.
- 7 Halatyan A. B. Kommunikativnyye strategii i taktiki sovremennoy predvybornogo diskursa v Rossii i SShA // Vestnik PGLU. – 2010. – № 1. – S. 159 – 164.
- 8 Dan'shina E. V. Strategii i taktiki amerikanskogo predvybornogo diskursa // Vestnik SDU. Ser. Filologiya. – Sumy, 2007. – № 1. – Т. 2. – С. 24 – 28.
- 9 Teledebaty kandidatov v deputaty Mazhilisa Parlamenta RK ot 10.01. 2012 g. na kanale «Habar».