

УДК 811.161.1'42  
doi 10.17072/2073-6681-2023-1-17-27

## Когнитивные механизмы персуазивности политического дискурса

**Любовь Валентиновна Воронина**

к. филол. н., доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин

Рязанский филиал Московского университета МВД России им. В. Я. Кикотя

390043, Россия, г. Рязань, ул. 1-я Красная, 18. lv-voronina@mail.ru

SPIN-код: 6870-6089

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4333-6685>

ResearcherID: АНС-1930-2022

*Статья поступила в редакцию 08.10.2022*

*Одобрена после рецензирования 27.10.2022*

*Принята к публикации 01.12.2022*

### Информация для цитирования

Воронина Л. В. Когнитивные механизмы персуазивности политического дискурса // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2023. Т. 15, вып. 1. С. 17–27. doi 10.17072/2073-6681-2023-1-17-27

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию персуазивности политического дискурса в когнитивной перспективе. Объектом анализа выступают текстовые единицы с семантикой цели, включенные в контекст убедительной речи, полученные нами методом сплошной выборки из стенограмм интервью с представителями политической элиты России. Целью исследования является определение когнитивных механизмов и описание когнитивных моделей речевого взаимодействия (и воздействия). Ключевым в работе выступает понятие персуазивности, которое применительно к целевым контекстам и в когнитивном ракурсе было освоено нами как изменение исходных знаний адресата или (в случае их отсутствия) формирование на момент коммуникации в ходе интеракции и представлено как однонаправленное стратегическое действие (в противовес коммуникативным). Прибегая к методам дискурсивного и элементам разговорного анализа, опираясь на принципы фреймовой семантики и социолингвистики, авторы описали когнитивные модели дискурса аргументативного типа применительно к персуазивной коммуникации с включением текстовых единиц с семантикой цели; к известным добавлены ситуационная модель каузатива (апелляционная) и сайкулярная модель, построенная на риторическом принципе кольца. Исследование каждой модели осуществлялось выделением и детальным рассмотрением приоритетного когнитивного инструментария. В ходе работы были выявлены группы когнитивных механизмов с точки зрения их функциональности и функционала, описаны варианты включения как в диалогически направленный дискурс (в рамках речевого взаимодействия), так и в процесс речевого воздействия с целью убеждения (стратегическое действие).

**Ключевые слова:** когнитивные механизмы; когнитивные модели; персуазивность; политический дискурс; семантика цели.

### Постановка проблемы

Неориторика Х. Перельмана с ее ключевым понятием персуазивности в настоящее время актуальна как никогда. «Дискурс, познание, общество» – вот три измерения, в которых, по мнению Т. ван Дейка, должны протекать дискурсивные исследования [ван Дейк 2013: 16], если отталкиваться от понимания дискурса как «сложного коммуникативного явления, включающего, кро-

ме текста, экстралингвистические факторы» [ван Дейк 2000: 8]. Политический дискурс, как и коммуникативное пространство рекламы и менеджмента, – основная сфера функционирования персуазивной коммуникации, построенной на трех китах ван Дейка.

Второй отправной точкой для размышлений в данной работе будет выступать позиция Е. И. Шейгал о двух перспективах дискурса –

реальной и виртуальной. В большей степени нас будет интересовать второй ракурс – виртуальный, который включает, по мнению исследователя, «вербальные и невербальные знаки, ориентированные на обслуживание сферы политической коммуникации, тезаурус прецедентных высказываний, а также модели типичных речевых действий и представление о типичных жанрах общения в данной сфере» [Шейгал 2000].

Политический дискурс, безусловно, элитарен, привлекателен в том смысле, что имеет своим субъектом представителей власти «не как власти индивида, но как власти социальной позиции» [ван Дейк 2013: 31], представляя собой выступления политических лидеров, он всегда вызывает яркие ответные реакции у реципиентов. В этом основной смысл воздействия и первая ступень убедительности. Какой будет эта реакция и как ею управлять – вопросы, решаемые комплексом коммуникативных стратегий и тактик, конкретных приемов речевого воздействия.

### История вопроса

В целом феномен персуазивности достаточно хорошо изучен как отечественными, так и зарубежными лингвистами. Традиционно фокус внимания перемещен в плоскость коммуникативных исследований в рамках социолингвистического направления.

Трактовки персуазивности как «особого типа ментально-речевого взаимодействия коммуникантов, при котором адресант реализует попытку преимущественно вербального воздействия на сознание адресата» [Голоднов 2003], «определенного воздействия автора устного или письменного сообщения на его адресата с целью убеждения в чем-то, призыва к совершению или несовершению им определенных действий» [Чернявская, Логинова 2005: 65] пересекаются в точке коммуникативного намерения не просто вступить в коммуникацию и взаимодействовать, но и воздействовать, оказывать влияние (в том числе и скрытое), а следовательно, осуществлять одностороннее, одностороннее действие в отношении адресата. Такое действие Дж. Хабермас называет стратегическим (*strategic action*) и противопоставляет собственно коммуникации: «Communicative action is individual action designed to promote common understanding in a group and to promote cooperation, as opposed to *strategic action* designed simply to achieve one's personal goals» [Habermas 1984].

Представленное выше понимание персуазивности закономерно расширяет сферу ее лингвистического изучения – от традиционного рекламного [Романова 2019] и политического дискурса [Чернявская 2006], [Степанова 2019] до

туристического [Хутыз 2018], просветительского [Полуйкова 2010] и художественного [Долженко 2019]. Объектом исследований, как правило, оказываются языковые средства персуазивности и коммуникативные стратегии и тактики убедительной речи [Рюкова, Филимонова 2016; Колчевская 2020]; немногочисленны работы, в которых персуазивность выступает как когнитивный феномен [Молодыхенко 2010].

Когнитивная перспектива персуазивной коммуникации представляется направлением малоисследованным в отечественной когнитивной лингвистике, и, как отмечает Н. Н. Болдырев, «когнитивные механизмы, задействованные в процессе формирования смысла высказывания, еще не получили в современной лингвистической литературе достаточно четкого определения» [Болдырев 2020: 132], также и сам термин *когнитивные механизмы* вызывает вопросы и неоднозначные версии толкования. Так, например, с точки зрения Ж. Н. Масловой и Е. А. Поповой когнитивные механизмы – это «способы мысленной модификации, моделирования и конфигурации различных концептуальных структур» [Маслова, Попова 2015], в лингвистической концепции Н. Н. Болдырева когнитивные механизмы представляют собой «тот или иной способ выделения и репрезентации конкретных характеристик концепта» [Болдырев 2020: 132]. На поверхности различия в операционном подходе к феномену концепта: Ж. Н. Маслова и Е. А. Попова в своей формулировке предполагают разные направления его конструирования, Н. Н. Болдырев – актуализацию тех или иных свойств в рамках одного. Полагаем, что данные подходы не противоречат, но дополняют друг друга: у когнитивного инструментария разный функционал и функциональность.

### Обсуждение результатов

В фокусе нашего внимания – персуазивность как имманентная характеристика политического дискурса [Mutz, Sniderman, Brody 1996] в ее когнитивной перспективе.

Говоря о когнитивной перспективе, мы имеем в виду когнитивные модели убедительной речи (виртуальный вектор дискурса, по Е. И. Шейгал) и обеспечивающие их реализацию когнитивные механизмы – профилирование, спецификацию, концептуальную метафору и метонимию, интеграцию, генерализацию и др.

Политический дискурс – это коммуникация персуазивного типа, нацеленная на определенную реакцию аудитории. Если принимать во внимание стратегическую цель персуазивности в политическом дискурсе как навязывание определенной идеи аудитории, то в рамках целевых

контекстов, когда этой идеей становится цель, персуазивность проявляется в убеждении аудитории принять эту цель, стать ее субъектом, а убеждение осуществляется через апелляцию: а) к истинности, достоверности цели, ее исключительности и единственности (*наша единственная цель..., мы стремимся только к...*); б) позитивному содержанию, направленному на благо всех ее потенциальных субъектов (в аспекте нашего исследования – граждан РФ).

Кроме того, актуальность цели подчеркивается количественно-качественными характеристиками ресурсов с точки зрения их достаточности для достижения поставленных целей. При этом диапазон интенциональности, то есть устремленности к желаемому образу, колеблется от нуля до максимума (*мы сделаем все, чтобы... vs у нас нет средств, чтобы...*).

В языковом отношении репертуар средств персуазивности известен – лексические средства, риторические приемы, средства образной выразительности, аффективы и т. д. Их задачи очевидны, а успешность реализации обеспечивается включением в когнитивные модели, нацеленные на убеждение.

Под когнитивной моделью мы вслед за Т. ван Дейком понимаем «специфический вид структурной организации знаний в памяти» [ван Дейк 2000: 68]. Применительно к коммуникации аргументативного типа таких «ситуационных моделей» четыре [Тертычный 2016: 49].

#### 1. Фактологическая:

*Я поинтересовался у наших западных коллег, почему же они не стимулируют свои СМИ организовать такую же работу по левую сторону от линии соприкосновения, чтобы было понятно, какой там ущерб нанесён, какие объекты страдают прежде всего. Ведь пару лет назад, после наших многомесячных требований ОБСЕ опубликовала наконец не просто доклад о том, сколько людей погибло, сколько было ранено, а доклад, который показывал, сколько гражданских объектов и мирных граждан пострадали на территории ополченцев, и сколько – на территории контролируемой Киевом (ИСЛ-1).*

Она предполагает ссылку на «сильные» аргументы, в их числе факты, свидетельства, экспертизы и проч.

2. Аксиологическая, или ценностная, модель подчеркивает значимость цели для ее потенциальных субъектов: персуазивность компонента «цель» семантической структуры предполагает убеждение в целесообразности желаемого результата и реализуется через характеристики цели, подчеркивающие ее исключительность, значимость, актуальность (пример 1), ориентированность на широкую аудиторию (пример 2):

1) *У нас цель только одна – поддержать законное правительство и создать условия для политического урегулирования» (ИВП-1); 2) ...Мы все вопросы, какими бы сложными они ни были, все подчиняем общей цели – цели продвижения нашего сотрудничества, и всегда находим решение (ИВП-2).*

Персуазивность компонента «ресурсы» семантической структуры цели обеспечивается провозглашением их количественно-качественных характеристик:

– с позиций их достаточности: *У нас есть все основания верить в будущее нашей страны (ИВП-3);*

– качества: *Наша совместная борьба с нацизмом всё-таки будет хорошей платформой для того, чтобы преодолевать те проблемы, с которыми мы сталкиваемся сегодня» (ИВП-4);*

– интенсивности: *Но сегодня надо сделать всё, для того чтобы не обострять ситуацию» (ИВП-5).*

3. Потенциальная модель убеждения предполагает позитивные / негативные последствия достижения / недостижения цели:

*И действия наших коллег в отдельных десяти регионах как раз направлены на то, чтобы предотвратить необходимость введения локдауна, когда закрываются целые предприятия, люди оказываются без работы, без заработной платы, когда разоряются мелкие, средние предприниматели и падают доходы населения (ИВП-6).*

4. Предписательная модель реализуется в выборе модальности убеждения.

Модальность необходимости объяснимо частотна в политическом дискурсе в ее онтологическом (пример 1), деонтическом (пример 2) и эпистемическом (пример 3) ракурсах в связи с выражаемыми значениями практической и логической необходимости, обязательности и убеждением говорящего в высокой степени вероятности описываемой ситуации. Модальный план высказывания по ходу диалога может меняться, соответственно смещаются акценты, и целевые высказывания перетекают из модальности вынужденного действия (*придется*) в необходимое (*нужно будет*) (пример 3).

1) *Понимаем, что новой Администрации нужно какое-то время, чтобы освоиться и осмотреться, но история Договора известна всем, она не содержит никаких новелл (ИСЛ-2); 2) И теперь мы должны будем заново, истратив миллиарды долларов, – заново строить эту систему, так же как и миллиарды долларов должны будут истратить наши европейские партнёры, чтобы включить прибалтийские страны в своё энергетическое кольцо*

(ИВП-7); 3) *Разумеется, придётся сказать, и даже не то что придётся, – нужно будет воспользоваться этой трибуной международной, для того чтобы дать российское видение сегодняшних международных отношений и будущего этой организации и мирового сообщества* (ИВП-8).

Анализ фрагментов текстов политического интервью показал, что кроме рассмотренных выше четырех моделей актуальными оказываются еще две: апеллятивная – в ее основе когнитивный механизм каузации – и сайкулярная (от англ. *circular* – круговой), построенная на риторическом приеме кольца.

5. Апеллятивная модель реализуется в языке апеллятивными структурами. Это грамматические конструкции со значением обоснования действий или целей. Как мы отмечали выше, они задействуют когнитивный механизм каузации:

*Первое, что мы сделали, – мы увеличили свой контингент для охраны наших Вооружённых Сил там, наших военных объектов, на которые, мы видели, уже готовятся различные покушения и посягательства* (ИВП-9).

6. Сайкулярная модель обеспечивается особым – кольцевым – построением текстового фрагмента. Структурно они состоят из нескольких предложений: в первом четко обозначено отношение говорящего к ситуации (ее утверждение / отрицание), завершает высказывание независимое предложение, дублирующее в смысловом отношении начальное. Они строятся по следующим схемам:

1) отрицание цели  $R_1$  – отрицание цели  $R_1$  + (нет + обоснование):

*При этом хочу обратить Ваше внимание на то, что мы не собираемся заключать на какой-то срок контракт, с тем чтобы потом прекратить транзит. Нет, мы в этом сами заинтересованы...* (ИВП-10);

2) отрицание цели  $R_1$  + обоснование + отрицание цели  $R_1$ :

*Мне абсолютно не кажется это неправдоподобным, потому что у нас нет цели вмешательства. Мы не видим, какой цели мы можем добиться, если мы будем вмешиваться. Цели нет* (ИВП-11);

3) отрицание цели  $R_1$  + (нет + утверждение обратной цели  $R_2$ ):

*И эта поговорка не направлена на какой-то саботаж в достижении цели, не направлена на то, чтобы делать вид, что кто-то стремится к цели, а на самом деле этого делать не собирается. Нет, это призыв к качественной работе без всякой спешки и суеты* (ИВП-12);

– отрицание цели  $R_1$  – утверждение цели  $R_2$  – отрицание цели  $R_1$ :

*У нас нет никаких целей что-либо и кого-либо разделять в Евросоюзе. Мы, наоборот, заинтересованы в том, чтобы Евросоюз был единым и процветающим ... У нас нет таких целей, не было и никогда не будет...* (ИВП-13);

– отрицание цели  $R_1$  – обоснование – утверждение цели  $R_2$  – обоснование – утверждение цели  $R_2$ :

*Мы работаем не для того, чтобы какая-то одна сила в Афганистане одолела другую, потому что это будет неустойчивым, хрупким и временным решением. Такое уже проходили. Весь наш пафос в заявлениях в контактах со сторонами, все усилия нацелены на то, чтобы диалог, который должен привести к политическому урегулированию, был инклюзивным, с участием всех без исключения политических, этнических и иных групп в Афганистане. Это включает талибов как часть пуштунского этноса, узбеков, хазарейцев, таджиков – всех тех, кто проживает в ИРА. На все это нацелены наши усилия как членов Московского формата, расширенной «тройки» (ИСЛ-3).*

Осуществляя убеждение, говорящий, по мнению А. А. Тертычного, может применять «весь арсенал логических методов» [Тертычный 2016: 50] – индукции, дедукции, аналогии и сравнения. Нас прежде всего интересуют лежащие в основе указанных когнитивных моделей когнитивные механизмы речевого взаимодействия в аспекте убеждения. Их, на наш взгляд, можно условно разделить на две категории: первые устанавливают формат общения, предполагают интеракцию «вопрос – ответ» (инструменты коммуникации), вторые сфокусированы на собеседнике (будь то спрашивающий или отвечающий) и не предполагают, кроме убеждения, иной реакции (инструменты «стратегического действия»).

К первой группе следует отнести установление тождественности когнитивных систем говорящего и слушающего, механизм активизации знаний в сознании говорящего, адаптации знаний собеседника знаниям говорящего, аддитивный механизм (пополнение знаний), профилирование и перспективизацию. Все они направлены на то, чтобы собеседник максимально включился в коммуникацию, уяснил коммуникативные намерения говорящего и соответственно отреагировал (направление адресант → адресат):

Вопрос: 1) *Каковы шансы политического урегулирования конфликта?* 2) *На какие уступки может пойти Россия?* 3) *Россия неоднократно озвучивала, что хочет, чтобы Украина признала Крым частью России.* 4) *Еще какие?*

С. В. Лавров: *Надо быть просто реалистами. Крым – это тема, которая не обсуждается* (ИСЛ-4).

В данном примере отмечено выдвигание в вопросительном фрагменте целевого сегмента (импликатура цели (предложение 2) восстанавливается из первого высказывания (цель как политическое урегулирование), выступает пресуппозицией к «новому» (уступкам)). Предложение 3 – иллюстрация включения механизма установления тождественности когнитивных систем говорящего и слушающего, что подтверждает ответная реплика адресата, игнорирующего вопрос в предложении 4, – результат включения механизма профилирования.

Фокус внимания субъекта речи оказывается достаточно подвижным. Это очевидно при анализе диалогов, в которых вопросительная реплика представляет собой объемный дискурсивный фрагмент – комплекс вопросов, часть из которых

адресатом игнорируется (в силу субъективных причин):

Вопрос: *В то время как ООН, ВОЗ и ведущие мировые столицы призывают консолидировать усилия перед лицом общей угрозы, некоторые силы как будто ищут подходящий момент для действий. Как Вы думаете, что это за силы? Кто за ними стоит? Каковы их цели?*

С. В. Лавров: *Это «руссофобские» рефлекс, подобные рефлексам, открытым нашим великим ученым И. П. Павловым. И до пандемии, и в ходе нее, и, к сожалению, ожидаю, что после того, как она прекратится, эти рефлекс будут проявляться (ИСЛ-5).*

Схематично когнитивное взаимодействие можно представить следующим образом (рис. 1):

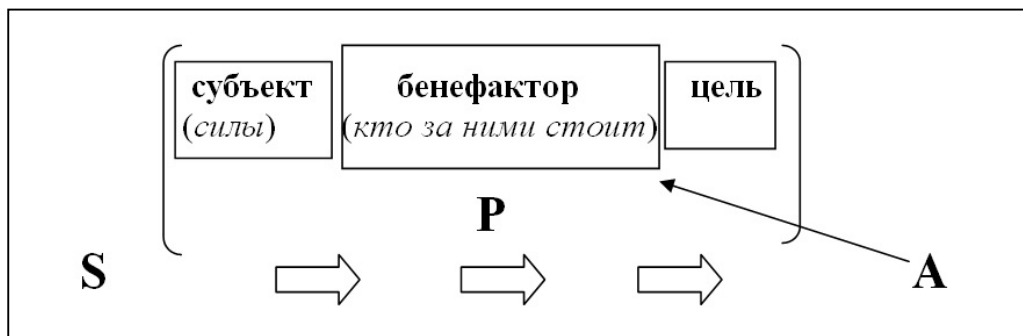


Рис. 1. Когнитивное взаимодействие в аспекте профилизации события (P)  
Fig. 1. Cognitive interaction in terms of event profiling (P)

Субъект (S) транслирует адресату (A) некоторую информацию о ситуации (P), обнаруживая отсутствие информации о ее субъекте, бенефакторе и цели. Адресат игнорирует первый и третий слоты и активизирует второй – информацию о бенефакторе.

Когнитивные механизмы второй группы – это прежде всего каузация, сравнение, оценка, генерализация, конкретизация.

Так, аксиологическая модель может обеспечиваться когнитивными механизмами сравнения (пример 1) и генерализации (пример 2):

1) *Я думаю, что Россию нигде невозможно сдержать. Надо это понять. **Послушайте, вы Северную Корею не можете сдержать. О чём Вы говорите? Зачем это делать? Зачем друг друга сдерживать, нападать, подозревать в чём-то? Мы предлагаем сотрудничать** (ИВП-14);*  
2) *До сих пор в Ливии идёт война, по сути дела. Ну и зачем же нам то же самое делать в Венесуэле? Или мы что, хотим вернуться к «политике канонерок»? Зачем это? **Это что, в современном мире нужно так унижать латиноамериканские народы, чтобы навязывать им извне формы правления либо каких-то лидеров?** (ИВП-15).*

Апеллятивная когнитивная модель обеспечивается комплексом когнитивных механизмов активизации, сравнения, а также каузации:

*Мы что, собираемся воевать с НАТО, что ли? **В странах НАТО сколько человек проживает – где-то 600 миллионов, да? А в России – 146 миллионов. Да, мы – крупнейшая ядерная держава. Но Вы что, реально предполагаете, что мы собираемся завоевать Прибалтику, используя ядерное оружие, что ли?** (ИВП-16).*

Когнитивные механизмы выполняют разные функции в рамках общей задачи актуализации смысла высказывания в аспекте убеждения, поскольку имеют неодинаковые основания включения, и, соответственно, обладают разной степенью частности в жанре политического интервью. Например, проспективизация в политическом дискурсе всегда связана с оппозицией «свой – чужие», поэтому цели и действия представителей «in-группы» всегда положительные и противопоставлены целям и действиям «out-группы». Важно подчеркнуть, что когнитивный механизм проспективизации, или фокус эмпатии, предполагает не оценку события (за нее отвечает другой инструмент), а взгляд на него с разных точек зрения:

Теперь давайте зададимся вопросом: если Россия – враг, то какие организации будет поддерживать Америка в России? Я думаю, что не те, которые укрепляют Российскую Федерацию, а те, которые её сдерживают, а это цель Соединённых Штатов, заявленная публично (ИВП-17).

De-dicto – высказывание о целях США относительно РФ, de re – собственно цель. И если высказывание может быть истинным, если говорящий уверен в этом, то достоверность целевого события может быть под вопросом и требует верификации. Но не об этом сейчас речь. Когнитивный механизм проспективизации в диалогически направленном политическом дискурсе достигается несовпадением субъекта речи и агенса (субъекта цели, если речь о целевых структурах).

Конкретизация, или спецификация, как когнитивный механизм, представляется нам наиболее частотным форматом организации мысли в политическом дискурсе. В жанре политического интервью в контексте целевых конструкций она приобретает как минимум две конфигурации:

– уточнения:

Думаю, необходимо это всячески поддерживать и укреплять, чтобы мы **ни от кого не зависели**. Подчеркну, **мы не уходим в изоляцию** – хотим быть частью международного сообщества. Частью сообщества, где существует справедливость и демократичность (ИСЛ-6);

– детализации:

Заинтересованы в том, чтобы придать тенденции увеличения товарооборота устойчивый характер. Для этого нужно **диверсифицировать наши отношения в этой сфере**. **Важную роль здесь призван сыграть проект сооружения газопровода «Север-Юг» между Карачи и Лахором** (ИСЛ-7).

Наше представление о двух категориях когнитивных механизмов с точки зрения их обеспечения акта коммуникации и «стратегического действия» должно восприниматься условно. Это отнюдь не списочный подход, а фактор частотности, на которую мы обратили внимание в ходе анализа диалогических пар вопросно-ответного типа. Например, когнитивный механизм *профилизация* обнаруживает себя не только в рамках коммуникативного взаимодействия, как мы показали в примерах выше (см. рис. 1), рассуждая о когнитивных механизмах первой группы, но и в ситуации однонаправленной речи (стратегическое действие) (рис. 2):

К. Симмонс: Сегодня вышел доклад, пошли сообщения, что **Россия готовится передать Ирану спутниковую технологию, которая позволит Ирану отслеживать и наносить удары по военным целям**.

В. Путин: Нет, у нас нет таких программ с Ираном, это просто **чушь** очередная. ... Это просто **фантастика**, просто очередной **вброс**, **фейк**. Я о таком ничего не знаю, во всяком случае. Те, кто говорит об этом, знают лучше, чем я, наверное. Ну, **чушь**.

К. Симмонс: То есть Вы согласны с тем, что передать Ирану такие спутниковые технологии – это поставило бы под **угрозу** американских военнослужащих, получи Иран от России такие технологии, ведь они могли бы передавать такую информацию хуситам в Йемене, могли передавать информацию «Хезболле». И факт передачи таких технологий Ирану был бы **опасным** развитием событий.

В. Путин: Послушайте, что мы обсуждаем проблемы, которых не существует? Нет предмета для обсуждений. Кто-то что-то выдумывает, я не знаю, может, это **вброс**, связанный с тем, чтобы вообще ограничить любое военнотехническое сотрудничество с Ираном. Я повторю ещё раз: это просто **фейковый вброс**, о котором мне вообще ничего неизвестно, я от Вас это впервые слышу. Нет у нас таких намерений (ИВП-18).

Информационный центр дискурсивного фрагмента составляет событие – передача технологий, его слоты – аксиологическую модель речевого взаимодействия (см. рис. 2):

Очевидно, что событие – передача информации – оценивается субъектом речи (левая часть схемы) и адресатом (правая часть схемы) по-разному. Когнитивное взаимодействие между коммуникантами напоминает поле битвы, в ходе которой субъект речи ведет коммуникативное наступление, а адресат находится в коммуникативной обороне, предлагая первому три версии оценочной номинации референтного события (слоты) как глупости, нелепости, ерунды [Современный словарь 2000], компромата, клеветы [Словарь молодежного сленга], подделки, фикции [Словарь современной лексики... 2014]. Семантическая близость последних двух – *вброс* и *фейк* – обеспечила их объединение в одно понятие *фейковый вброс* – дискурсивную реализацию когнитивного механизма интеграции.

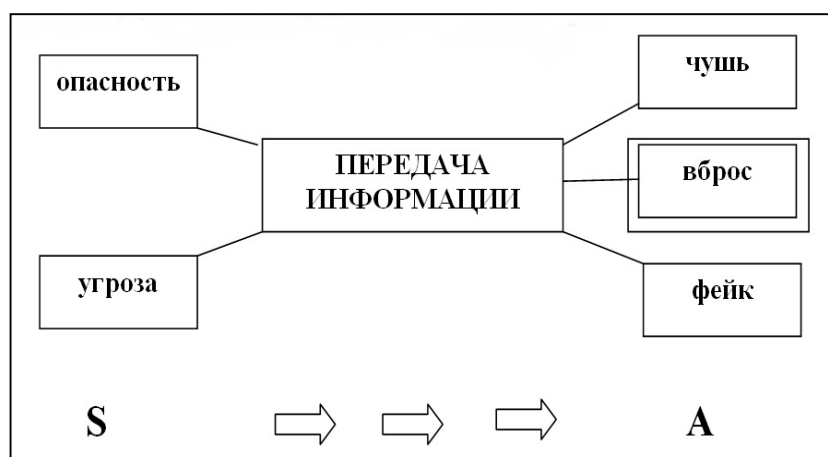


Рис. 2. Когнитивное взаимодействие в аспекте профилизации события в монологически ориентированной коммуникации

Fig. 2. Cognitive interaction in terms of event profiling in monologue-oriented communication

### Выводы

1. Текстовые единицы с семантикой цели способны включаться в коммуникацию особого типа – персуазивную, которая в рамках политического дискурса представляет собой не просто процесс речевого взаимодействия в рамках конкретной интеракции, но в первую очередь воздействие субъекта речи на адресата, если его целевой установкой выступает убеждение в принятии цели, ее истинности, достоверности, исключительности.

2. Убеждение осуществляется в рамках психологии влияния и на когнитивном уровне проявляется в репрезентации суждений о цели в определенных рамках – фреймах, или ситуационных моделях, – фактологической, аксиологической, потенциальной, предписательной. К их числу считаем небезосновательным добавить апеллятивную и сайкулярную модели, которые мы выделили и описали с точки зрения когнитивных механизмов, обеспечивающих соответствующую организацию смысла высказываний в аспекте персуазивности.

3. Когнитивные механизмы, обеспечивающие речевое взаимодействие, выступают актуальными и в ситуациях коммуникативного воздействия, навязывания адресату воли говорящего. Равно как и когнитивные модели, они демонстрируют разную частотность реализации в политическом дискурсе и зачастую в рамках фреймов образуют комплексы.

4. Исследуемые когнитивные механизмы и факты их реализации в дискурсе позволяют нам утверждать их функциональную неравнозначность: часть из них обеспечивает установление контакта между коммуникантами, другие направлены на выражение собственной позиции и убеждение собеседника. Включаясь в разные когнитивные модели, они по-разному актуализи-

руют смыслы высказывания, высвечивая нужное (профилизация), обнаруживая эмпатию (перспективизация), переходя к ассоциациям (концептуальная метафора и метонимия), конкретизируя (спецификация) или обобщая (генерализация) суждения.

### Список источников

ИВП-1 – Интервью В. В. Путина агентству «Синьхуа»; 23.06.2016. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/50482> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-2 – Интервью В. В. Путина Владимиру Соловьёву; 10.10.2015. URL: <https://rg.ru/2016/06/23/putin-nazval-vzaimodejstvie-rf-i-knr-vazhnyelementom-stabilnosti.html> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-3 – Интервью В. В. Путина американскому журналисту Чарли Роузу для телеканалов CBS и PBS; 29.09.2015. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/50380> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-4 – Интервью В. В. Путина американскому журналисту Чарли Роузу для телеканалов CBS и PBS; 29.09.2015. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/50380> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-5 – Интервью В. В. Путина газете The Financial Times; 27.06.2019. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/60836> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-6 – Прямая линия с В. В. Путиным; 30.06.2021. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/65973> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-7 – Интервью В. В. Путина американскому журналисту Чарли Роузу для телеканалов CBS и PBS; 29.09.2015. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/5038> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-8 – Интервью В. В. Путина американскому журналисту Чарли Роузу для телеканалов CBS и PBS; 29.09.2015. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/50380> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-9 – Интервью В. В. Путина австрийскому телеканалу ORF; 04.06.2020. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/57675/videos> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-10 – Большая пресс-конференция В. Путина 19.01.2020. URL: [https://www.1tv.ru/news/2019-12-20/377744-na\\_press\\_konferentsii\\_vladimir\\_putin\\_prokommentiroval\\_temu\\_gazovyh\\_peregovorov\\_s\\_kievom](https://www.1tv.ru/news/2019-12-20/377744-na_press_konferentsii_vladimir_putin_prokommentiroval_temu_gazovyh_peregovorov_s_kievom) (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-11 – Интервью В. В. Путина американскому телеканалу NBC; 01.03.2018. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/57027> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-12 – Интервью Владимира Путина телекомпания «Ниппон» и газете «Йомиури»; 13.12.2016. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/53455> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-13 – Интервью В. В. Путина австрийскому телеканалу ORF; 04.06.2020. URL: <https://rtvi.com/news/intervyu-putina-orf/> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-14 – Интервью В. В. Путина американскому телеканалу NBC; 02.03.2018. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/57027> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-15 – Интервью В. В. Путина газете The Financial Times; 27.06.2019. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/60836> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-16 – Интервью В. В. Путина международному информационному холдингу Bloomberg; 01.09.2016. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/52830> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-17 – Пресс-конференция В. В. Путина по итогам российско-американских переговоров; 16.06.2021. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/65870> (дата обращения: 26.08.2022).

ИВП-18 – Интервью В. В. Путина американской компании NBC; 11.06.2021. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/65861> (дата обращения: 26.08.2022).

ИСЛ-1 – Интервью С. В. Лаврова Генеральному директору МИА «Россия сегодня» Д. К. Киселеву, Москва, 28 апреля 2021 г. URL: <https://rus.rusemb.org.uk/fnapr/5947> (дата обращения: 26.08.2022).

ИСЛ-2 – Выступление и ответы на вопросы С. В. Лаврова в ходе совместной пресс-конференции с М. Б. Тлеуберди, Нур-Султан, 8 апреля 2021 г. URL: [https://polpred.com/?ns=1&cnt=62&person\\_id=all&page=5](https://polpred.com/?ns=1&cnt=62&person_id=all&page=5) (дата обращения: 26.08.2022).

ИСЛ-3 – Ответы на вопросы СМИ С. В. Лаврова по итогам участия в международной конференции «Центральная и Южная Азия: региональная взаимосвязанность», Ташкент, 16 июля 2021 г. URL: [https://mid.ru/ru/foreign\\_policy/news/1797897/](https://mid.ru/ru/foreign_policy/news/1797897/) (дата обращения: 26.08.2022).

ИСЛ-4 – Интервью С. В. Лаврова телеканалу «Аль-Джазира», Москва, 2 марта 2022 г. URL: [https://www.mid.ru/ru/foreign\\_policy/news/1802485/](https://www.mid.ru/ru/foreign_policy/news/1802485/) (дата обращения: 26.08.2022).

ИСЛ-5 – Интервью С. В. Лаврова российским и иностранным СМИ в формате видеоконференции по актуальным вопросам международной повестки дня, Москва, 14 апреля 2020 г. URL: <https://russische-botschaft.ru/ru/2020/04/15/intervyu-ministra-inostrannykh-del-ro-24/> (дата обращения: 26.08.2022).

ИСЛ-6 – Интервью С. В. Лаврова Генеральному директору МИА «Россия сегодня» Д. К. Киселеву, Москва, 28 апреля 2021 г. URL: <https://rus.rusemb.org.uk/fnapr/5947> (дата обращения: 26.08.2022).

ИСЛ-7 – Выступление и ответы на вопросы СМИ С. В. Лаврова в ходе совместной пресс-конференции с Ш. М. Курейши, Исламабад, 7 апреля 2021 г. URL: [https://mid.ru/ru/foreign\\_policy/news/1797897/](https://mid.ru/ru/foreign_policy/news/1797897/) (дата обращения: 26.08.2022).

### **Список литературы**

*Болдырев Н. Н., Григорьева В. С.* Доминантный принцип и интегративность формата речевого взаимодействия в диалогическом дискурсе. Тамбов, 2020. 328 с.

*Голоднов А. В.* Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы): автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2003. 247 с.

*Ван Дейк Т.* Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: ЛИБРОКОМ, 2013. 344 с.

*Ван Дейк Т.* Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск: изд-во БГК имени И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.

*Долженко Н. Г.* Персуазивность в художественном тексте (на материале сборника рассказов Е. Д. Айпина «Река-в-Январе» // Вестник угроведения. 2019. Т. 9, № 4. С. 614–622.

*Колчевская В. А.* Средства выражения категории персуазивности в гипержанре «Сайт» туристического интернет-дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2020. 23 с.

*Маслова Ж. Т., Попова Е. А.* Проблема разграничения когнитивных процессов, механизмов, операций. URL: [https://www.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2015/02/18/maslova\\_zh\\_n\\_pопова\\_e\\_a\\_problema\\_razgranicheniya\\_kognitivnyh\\_pr](https://www.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2015/02/18/maslova_zh_n_pопова_e_a_problema_razgranicheniya_kognitivnyh_pr)



ocessov\_mehanizmov\_operaciyu.pdf (дата обращения: 27.08.2022).

Молодыхенко Е. Н. Создание образа врага как персуазивная стратегия американского политического дискурса: когнитивный лингвопрагматический анализ (на материале публичных речей политических деятелей 1996–2008 гг.): дис. ... канд. филол. наук. Архангельск, 2010. 245 с.

Полуйкова С. Ю. Персуазивные стратегии в современном просветительском дискурсе // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2010. Вып. 4. С. 63–67.

Романова И. Д. Особенности рекламных текстов персуазивного характера // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2019. Вып. 12(828). С. 97–107. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-reklamnyh-tekstov-persuazivnogo-haraktera> (дата обращения: 27.08.2022).

Рюкова А. Р., Филимонова Е. А. Языковые способы реализации персуазивности // Вестник Башкирского университета. 2016. № 2. С. 431–435.

Словарь молодежного сленга. URL: <http://www.termyny.info/jargon/dictionaries-of-teen-slang/vbros> (дата обращения: 27.08.2022).

Словарь современной лексики, жаргона и сленга. 2014. URL: <https://argo.academic.ru/5518/%D1%84%D0%B5%D0%B9%D0%BA> (дата обращения: 27.08.2022).

Современный толковый словарь русского языка / под ред. Т. Ф. Ефремовой. 2000. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/266981/%D0%A7%D1%83%D1%88%D1%8C> (дата обращения: 27.08.2022).

Степанова Н. В. Персуазивность vs эвазивность: стратегии в современном политическом интервью // Дискурс. 2019. № 5(3). С. 79–89. doi <http://doi.org/10.32603/2412-8562-2019-5-3-79-89>.

Тертычный А. А. Модели аргументации в современных медиатекстах // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2016. № 6. С. 46–69. URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2016/6/modeli-argumentatsii-v-sovremennykh-mediatekstakh/> (дата обращения: 27.08.2022).

Хурыз И. П., Колчевская В. А. Персуазивность: специфика феномена в некоторых типах институционального дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 2(80). Ч. 2. С. 391–394. URL: [https://www.gramota.net/articles/issn\\_1997-2911\\_2018\\_2-2\\_44.pdf](https://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2018_2-2_44.pdf) (дата обращения: 27.08.2022).

Чернявская В. Е., Логинова И. Ю. Программа политической партии как персуазивный текст // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. 2005. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pro>

gramma-politicheskoy-partii-kak-persuazivnyy-tekst (дата обращения: 27.08.2022).

Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М.: Флинта: Наука, 2006. 136 с.

Шейгал В. И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук. URL: <https://www.dissercat.com/content/semiotika-politicheskogo-diskursa> (дата обращения: 27.08.2022).

Habermas J. Reason and the Rationalization of Society. Volume 1 of The Theory of Communicative Action / English translation by Thomas McCarthy. Boston: Beacon Press, 1984. 562 p. URL: <https://teddykw2.files.wordpress.com/2012/07/jurgen-habermas-theory-of-communicative-action-volume-1.pdf> (дата обращения: 27.08.2022).

Mutz D. C., Sniderman P. M., Brody R. A. Political Persuasion and Attitude Change. Univ. of Michigan Press, 1996. 295 p.

## References

Boldyrev N. N., Grigor'eva V. S. *Dominantnyy printsip i integrativnost' formata rechevogo vzaimodeystviya v dialogicheskom diskurse* [The Dominant Principle and Integrativity of the Format of Speech Interaction in Dialogic Discourse]. Tambov, 2020. 328 p. (In Russ.)

van Dejk T. *Diskurs i vlast': reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii* [Discourse and Power: Representation of Dominance in Language and Communication]. Moscow, LIBROKOM Publ., 2013. 344 p. (In Russ.)

van Dejk T. *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Blagoveshchensk, BGK named after I. A. Baudouin de Courtenay Press, 2000. 308 p. (In Russ.)

Golodnov A. V. *Lingvopragmaticheskie osobennosti persuazivnoy kommunikatsii (na primere sovremennoy nemetskoyazychnoy reklamy)*. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [Linguistic and pragmatic features of persuasive communication (a case study of modern German-language advertising)]. Abstract of Cand. philol. sci. diss.]. St. Petersburg, 2003. 247 p. (In Russ.)

Dolzhenko N. G. Persuazivnost' v khudozhestvennom tekste (na materiale sbornika rasskazov E. D. Aypina 'Reka-v-Yanvare' [Persuasiveness in a literary text (based on the material of the collection of short stories by E. D. Aipin 'River-in-January')]. *Vestnik ugrovedeniya* [Bulletin of Ugric Studies], 2019, vol. 9, issue 4, pp. 614–622. (In Russ.)

Kolchevskaya V. A. *Sredstva vyrazheniya kategorii persuazivnosti v giperzhanre 'Sayt' turisticheskogo internet-diskursa*. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [Means of expressing the category of persuasiveness in the hyper-genre 'Site' of the tourist In-

ternet discourse. Abstract of Cand. philol. sci. diss.]. Krasnodar, 2020. 23 p. (In Russ.)

Maslova Zh. T., Popova E. A. Problema Razgranicheniya Kognitivnykh Protseessov, Mekhanizmov, Operatsiy [The problem of differentiation of cognitive processes, mechanisms, operations]. Available at: [https://www.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2015/02/18/maslova\\_zh\\_n\\_popova\\_e\\_a\\_problema\\_razgranicheniya\\_kognitivnykh\\_processov\\_mehanizm\\_ov\\_operatsiy.pdf](https://www.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2015/02/18/maslova_zh_n_popova_e_a_problema_razgranicheniya_kognitivnykh_processov_mehanizm_ov_operatsiy.pdf) (accessed 27 Aug 2022). (In Russ.)

Molodychenko E. N. *Sozдание obraza vruga kak persuzivnaya strategiya amerikanskogo politicheskogo diskursa: kognitivnyy lingvopragmaticheskiy analiz (na materiale publichnykh rechey politicheskikh deyateley 1996–2008 gg.)*. Diss. kand. filol. nauk [Creation of the image of the enemy as a persuasive strategy of American political discourse: Cognitive linguistic and pragmatic analysis (on the material of public speeches of political figures of 1996–2008)]. Cand. philol. sci. diss.]. Arkhangelsk, 2010. 245 p. (In Russ.)

Poluykova S. Yu. Persuzivnye strategii v sovremennom prosvetitel'skom diskurse [Persuasive strategies in modern educational discourse]. *Vestnik permского университета. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya* [Perm University Herald. Russian and Foreign Philology], 2010, issue 4, pp. 63–67. (In Russ.)

Romanova I. D. Osobennosti reklamnykh tekstov persuzivnogo kharaktera [Persuasive features of advertising]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki* [Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanitarian Sciences], 2019, issue 12 (828), pp. 97–107. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-reklamnyh-tekstov-persuzivnogo-harakter-a> (accessed 27 Aug 2022). (In Russ.)

Ryukova A. R., Filimonova E. A. Yazykovye sposoby realizatsii persuzivnosti [Linguistic means of expressing persuasive impact]. *Vestnik Bashkirskogo Universiteta* [Bulletin of Bashkir University], 2016, issue 2, pp. 431–435. (In Russ.)

*Slovar' molodezhnogo slenga* [Dictionary of Youth Slang]. Available at: <http://www.termyny.info/jargon/dictionaries-of-teen-slang/vbros> (accessed 27 Aug 2022). (In Russ.)

*Slovar' sovremennoy leksiki, zhargona i slenga* [Dictionary of Modern Vocabulary, Jargon and Slang]. 2014. Available at: <https://argo.academic.ru/5518/%D1%84%D0%B5%D0%B9%D0%BA> (accessed 27 Aug 2022). (In Russ.)

*Sovremennyy tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [Modern Explanatory Dictionary of the Russian Language]. Ed. by T. F. Efremova. 2000. Available at: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/266981/%D0%A7%D1%83%D1%88%D1%8C> (accessed 27 Aug 2022). (In Russ.)

Stepanova N. V. Persuzivnost' vs evazivnost': strategii v sovremennom politicheskom interv'yu [Persuasiveness vs evasiveness: Strategies in modern political interview]. *Diskurs* [Discourse], 2019, issue 5(3), pp. 79–89. Available at: <https://doi.org/10.32603/2412-8562-2019-5-3-79-89> (accessed 27 Aug 2022). (In Russ.)

Tertychnyy A. A. Modeli argumentatsii v sovremennykh mediatekstakh [Models of reasoning in modern media texts]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism], 2016, issue 6, pp. 46–69. Available at: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2016/6/modeli-argumentatsii-v-sovremennykh-mediatekstakh/> (accessed 27 Aug 2022). (In Russ.)

Khutyuz I. P., Kolchevskaya V. A. Persuzivnost': spetsifika fenomena v nekotorykh tipakh institutsional'nogo diskursa [Persuasion: The specificity of the phenomenon in some types of institutional discourse]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philology. Theory & Practice]. Tambov, Gramota Publ., 2018, issue 2 (80), pt. 2, pp. 391–394. Available at: [https://www.gramota.net/articles/issn\\_1997-2911\\_2018\\_2-2\\_44.pdf](https://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2018_2-2_44.pdf) (accessed 27 Aug 2022). (In Russ.)

Chernyavskaya V. E., Loginova I. Yu. Programma politicheskoy partii kak persuzivnyy tekst [The program of a political party as a persuasive text]. *Izvestiya rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta imeni A. I. Gertsena* [Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences], 2005. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/programma-politicheskoy-partii-kak-persuzivnyy-tekst> (accessed 27 Aug 2022). (In Russ.)

Chernyavskaya V. E. *Diskurs vlasti i vlast' diskursa: Problemy rechevogo vozdeystviya* [The Discourse of Power and the Power of Discourse: Problems of Speech Persuasiveness]. Moscow, Flinta: Nauka Publ., 2006. 136 p. (In Russ.)

Sheygal V. I. *Semiotika politicheskogo diskursa*. Diss. doct. filol. nauk [Semiotics of political discourse. Dr. philol. sci. diss.]. Available at: <https://www.dissercat.com/content/semiotika-politicheskogo-diskursa> (accessed 27 Aug 2022). (In Russ.)

Habermas J. *Reason and the Rationalization of Society* (The Theory of Communicative Action, vol. 1). Transl. into Eng. by Thomas McCarthy. Boston, Beacon Press, 1984. 562 p. Available at: <https://teddykw2.files.wordpress.com/2012/07/jurgen-habermas-theory-of-communicative-action-volume-1.pdf> (accessed 27 Aug 2022). (In Eng.)

Mutz D. C., Sniderman P. M., Brody R. A. *Political Persuasion and Attitude Change*. Univ. of Michigan Press, 1996. 295 p. (In Eng.)

## Persuasiveness of Political Discourse: Cognitive Mechanisms

Lyubov V. Voronina

Associate Professor in the Department of Social Disciplines and Humanities

Ryazan Branch of the Vladimir Kikot Moscow University

of the Ministry of Internal Affairs of Russia

18, 1-ya Krasnaya st., Ryazan, 390043, Russian Federation. lv-voronina@mail.ru

SPIN-code: 6870-6089

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4333-6685>

ResearcherID: AHC-1930-2022

*Submitted 08 Oct 2022*

*Revised 27 Oct 2022*

*Accepted 01 Dec 2022*

### For citation

Voronina L. V. Kognitivnye mekhanizmy persuazivnosti politicheskogo diskursa [Persuasiveness of Political Discourse: Cognitive Mechanisms]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya* [Perm University Herald. Russian and Foreign Philology], 2023, vol. 15, issue 1, pp. 17–27. doi 10.17072/2073-6681-2023-1-17-27 (In Russ.)

**Abstract.** The article deals with the persuasiveness of political discourse from a cognitive perspective. The research object is text units with the semantics of purpose functioning in the contexts of persuasive speech in natural dialogues of the reciprocal-response type. These units were obtained for the study from transcripts of political interviews with representatives of the Russian political elite using the unselected sampling method. The paper aims to describe cognitive models (frames, situational models) of natural language interaction (and persuasion) in discourse of the argumentative type and to identify cognitive mechanisms. The key concept used is persuasiveness, which, as applied to contexts with the semantics of purpose and viewed from a cognitive perspective, is understood in the paper as a change in the initial knowledge of the addressee or (in the absence of such knowledge) as its formation at the time of communication in the course of interaction, and which is presented as a unidirectional strategic action (as opposed to communicative). Using the methods of discourse analysis and elements of conversational analysis, basing on the principles of frame semantics and sociolinguistics, the author describes the cognitive mechanisms of 6 cognitive models of the persuasive argumentative discourse, including causative and circular, built on the principle of circular composition. Each model was studied through selection and detailed consideration of priority cognitive tools. The paper identifies groups of cognitive mechanisms in terms of their functionality, describes options for their inclusion both in a dialogically directed discourse (within the framework of speech interaction) and in the process of speech as a strategic action performed solely for the purpose of persuasion.

**Key words:** cognitive mechanisms; cognitive models; persuasiveness; political discourse; purpose semantics.