

РИТОРИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ БЛОГЕ

*Байдилдаева А.К.¹, [Ахатова Б.А.](#)²

¹докторант, Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана, Алматы, Казахстан,
e-mail: baidildaeva.aigerim@mail.ru,

²д.ф.н., профессор, Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана, Алматы, Казахстан,
e-mail: kazcainfo@gmail.com

Аннотация. Блог – электронный дневник определённого человека, выставленный на всеобщее обозрение. Блоги являются неотъемлемой частью каждого индивидуума в современной мире. Целью данной статьи является выявить механизм стратегий и тактик риторического воздействия в английском языке, используемых в политическом блоге. В статье рассматриваются риторические стратегии и тактики как неотъемлемая часть речевых стратегий, их специфика, а также способы их реализации в качестве вербальных компонентов дискурса. Значимость заключается в том, что проанализированы не только проблемы изучения риторических стратегий и тактик, но и языковые показатели (маркеры), по которым можно судить о стратегическом замысле и тактических задачах говорящего. В данном исследовании использованы семантические и дискурсивные анализы политического блога. Блогерам политического дискурса нужен ряд стратегий и тактик для достижения целей – собрать свою аудиторию, интересно раскрывать тему, освещать проблемы общественно-политического характера, создавать уникальный контент, продвигать свои идеи. Выявлено, что к таким стратегиям относятся: стратегия драматизации, стратегия идентификации, стратегия генерализации, стратегия индивидуализации, стратегия диалогизации, стратегия персонализации, стратегия актуализации темы, стратегия усиления ожидания. Теоретическая значимость исследования заключается в изучении коммуникативных стратегий и тактик, в особенности в изучении риторических стратегий и тактик, которые, как инструмент воздействия на человека, используемый в политических блогах, являются центральным вопросом в современной лингвистике. Практическая значимость заключается в том, что полученные в ходе исследования результаты могут быть использованы при подготовке курсов по политическому дискурсу, прагмалингвистике, риторике.

Ключевые слова: риторика, риторические стратегии, тактики, политический дискурс, политический блог, социальные сети, стратегия воздействия, блогосфера.

Основные положения

В политическом блоге язык используют как мощный инструмент воздействия на аудиторию, часто опираясь на лингвистику, в частности на стилистические приёмы и техники, и чаще всего на риторiku. Авторы блогов относятся очень бережно к тому, что именно будут говорить и писать, и что не-маловажно, как будут пропагандировать свои мысли и идеи, чтобы поменять сознание людей и попытаться расположить их к себе. Важность умения правильно использовать речевые стратегии позволяют блогеру

достичь желаемой цели. Политикам, имеющим свой блог, в первую очередь, необходимо отлично владеть языком, быть оратором, иметь хороший имидж и собрать большую аудиторию, ведь иметь поддержку народа очень важно, чтобы закрепить свою власть и удержаться на желаемой позиции.

Привлечь внимание своей потенциальной целевой аудитории и подписчиков в эпоху развитых технологий и социальных сетей очень сложно ввиду того, что есть тысячи блогов на разные темы и проблемы в обществе. Блогерам нужно знать, как привлечь к себе последователей, применяя определённые языковые стратегии для того, чтобы ежедневно поднимать статистику, информировать об изменениях в окружающем мире и освещать социально-политические проблемы для более широкого круга людей. Популярностью пользуются блоги, которые являются информативными, объективными, ценностно-ориентированными, регулярными.

Введение

Интернет и новые технологии привнесли большие изменения в процесс коммуникации и её структуру и оказались очень полезными для их развития. Социальные сети в силу своей доступности объединяют людей на огромной площадке, называемой платформой, где пользователи из любой точки мира могут комментировать и дискутировать на всевозможные интересующие их темы. К наиболее распространённой области интереса читателей можно отнести блоги про высокую моду, спорт и политику. С появлением современных технологий люди вовлекаются в общественно-политическую жизнь страны с каждым годом все больше и активнее, при этом используются гаджеты, несмотря на существование традиционных печатных изданий и телевидения. На сегодняшний день можно проследить тенденцию, как много людей, используя социальные сети, пытаются построить демократическую страну наряду с политиками, изменить мировоззрение окружающих и расширить кругозор, отстаивать права человека, решать экологические проблемы мира, следить за ходом выборов разных уровней. Понимание политических процессов человеком и вовлечение в них человека происходит тогда, когда он общается об этом с другими. В этом им помогают такие платформы, как YouTube, Instagram, VK, Telegram, Twitter.

Блог лидера общественного мнения (opinion leader) собирает большую аудиторию читателей и, действительно, может влиять на ход событий общественно-политической ситуации. Обсуждение в блоге темы и вопроса, волнующих граждан, плавно переходит на действия читателей. Так, например, люди могут выйти на одиночные пикеты в защиту определённой личности, выйти на зарегистрированный митинг по бытовому насилию и правам женщин. Политические блоги поднимают уровень осознанности и информативности настолько, что многие молодые люди сейчас на добровольной основе идут на выборы голосовать или же быть наблюдателем. Это подтверждает, что блогосфера, действительно, может оказывать влияние на сознание отдельного человека или даже на сознание сотен тысяч людей, тем самым помогая обществу меняться в лучшую сторону. Сообщения,

написанные в блогах, несут скорее эмоциональный оттенок, чем информативный. Следовательно, тексты оказывают убеждающее воздействие на читателя. Все зависит от употребления языка как мощного инструмента блогера.

В наши дни подписчики больше не предпочитают лонгриды (longreads), это происходит от сдвига восприятия пользователей. Люди не хотят много читать, как это было много лет назад, вместо этого они прокручивают вниз все фотографии и читают небольшое описание или подпись. Поэтому политики, проводя свои кампании или ведя блоги, стараются придерживаться этого неписаного правила киберкоммуникации. Очень распространено писать короткие, понятные, мотивирующие тексты, чтобы привлечь последователей.

Политические блоги могут получить выгоду от социальных медиа благодаря таким фактам, как эффективность влияния благодаря быстрому размещению новостей или сообщения для подписчиков. Сообщение, которое было отправлено, будет иметь очень быструю обратную связь в виде репоста, перепоста, лайков, комментирования. Вовлечение в процесс коммуникации людей не из числа подписчиков также может быть выгодным для блогера: следовательно, они могут остаться в этом блоге или сайте, что означает попадание в информационный поток.

Политический дискурс использует стратегии речевого воздействия, которые представляют собой способ интерпретации политической информации с целью манипулирования объектом речевого воздействия, изменения его поведения в необходимом направлении [1].

Как мы знаем, стратегии делятся на несколько видов: коммуникативные, речевые, коммуникативно-речевые, лингвориторические и риторические [2]. А к риторической стратегии относятся такие тактики, как использование метафоры, метонимии, иронии, параллелизма, а также актуализация однозначности и многозначности, использование обращений, риторические вопросы, психологические убеждения, детализация, аргументация, обсуждение, демонстрация, принятие решения, повтор [3; 4]. Среди методов аргументации можно выделить следующие: цитирование, повтор, призыв, риторические вопросы [5]. Однако есть другая классификация Барановой К.С., в которой выявлено восемь риторических стратегий [6]. И в этой статье за основу анализа взята именно эта классификация, так как она подходит нам и помогает лучше проанализировать фактический материал.

Описание материалов и методов

Материалом для статьи послужило видео Тренора Ноа на платформе YouTube под названием “White people unnecessarily calling the cops on black people” [7]. На этапе работы с материалом ведущим становится метод дискурсивного анализа. Дискурс-анализ изучает проблемы, тесно связанные с политикой и обществом. Методика анализа базируется на работах по теории дискурса Т. ван Дейка, Н. Фэркло, Р. Водак. Дискурс -анализ, или критический дискурс-анализ, изучает устный и письменный язык, а именно контекст, адресанта коммуникации, субъекта понимания, результаты этого процесса.

Критический дискурс- анализ базируется на трёх концептах, таких как: власть, история и идеология. Данный метод является качественным методом, антитетическим по отношению к количественному методу. К качественному методу относятся следующие виды анализов: контент, тематический, текстуальный, дискурс- анализы. Анализ дискурса проводится на нескольких уровнях языка: слова, фразы, предложения, структуры текста и жанров. Исследователи критического дискурс-анализа исследуют социальное взаимодействие, в частности его лингвистические компоненты. Критический дискурс- анализ уделяет внимание трем социальным неравенствам: гендерному, расовому неравенству и злоупотреблению властью. В данном исследовании изучено влияние сообщения на аудиторию, рассмотрены лингвистические и стилистические приёмы, стратегии и тактики, используемые автором для ведения блога.

Результаты и обсуждение

Мы взяли за основу анализа эпизод из блога «The Daily Show with Trevor Noah», где комик и блогер Тревер Ноа обсуждает тему расизма в Америке. Именно этот исследуемый материал нами был выбран потому, что Тревер Ноа, со своей аудиторией в 10 миллионов подписчиков, являющийся также политическим комментатором, с периодичностью с понедельника по четверг рассказывает в юмористической форме последние новости в стране и в мире в целом. Жанр данного блога – политическая сатира. Тема данного эпизода называется “White people unnecessarily calling the cops on black people”. Так как это аудиоматериал, мы сделали транскрибирование. Текст из взятого видео выглядит так:

“Are you really calling the cops about this? This is like... like ... these are the police. How crazy is this? Two men arrested, for waiting to meet someone at Starbucks. You see, this.. this here? This is why black people should always show up late. Yeah, if you early, it ’s loitering. For our safety, black people, we show up late everywhere we go.

In fact, maybe, this got me thinking, maybe it ’s not true that black people are never on time, it ’s just that we only know about ones who show up late, because all the early ones got taken away. Maybe that ’s what it is. And I know, I know, I know there were some people saying, “well why were these guys in Starbucks doing nothing, huh? Why?”. Well, because that ’s what Starbucks is for! Everyone is doing nothing! Everyone! Starbucks. Starbucks is basically a bus station, with espresso machines, that ’s all it is.

In fact, the only mistake these black guys made was not using the tactics of the white men, that ’s all they did. Yeah, when the manager accused them of doing nothing, they should have replied: “Ah...Actually, I ’m writing a screenplay, that ’s what I ’m doing.” But look, if I...if I can get serious for just a minute here, I will say this “Do you have any idea? What it does to a person ’s dignity to be arrested by bike cops? Huh? Think about this. Think about this. Someone calls the cops on you, and instead of driving up with sirens wailing, all badass - they ’re like “ding-ding-ding-ding-ding-ding!”. And how do they even get you back to the station? Huh? Do they

throw you on the back of a bicycle built for two? And now, now you are in custody, but you have to help them pedal? You're just there at the back, like "Man, this is some bullshit, man. This is some bullshit! We look adorable, though. We look adorable". But for real though, for real though.

America clearly has a problem with a policing and black people. On the one hand, you have people calling the police, because they see black people as inherently threatening. And then you have police, who only know how to respond to a call with an arrest or violence. So, the question is - What do we do? Do we fix society? Or do we try and fix the police? Or maybe, maybe, got us thinking, maybe all we need to do is change the people who connects civilians to the police?" [7].

Мы разбили вышеизложенный дискурс на несколько частей, классифицируя по риторическим стратегиям [6]:

1. Стратегия драматизации заключается в представлении обсуждаемой проблемы как конфликта двух мнений. *"America clearly has a problem with a policing and black people. On the one hand, you have people calling the police, because they see black people as inherently threatening. And then you have police, who only know how to respond to a call with an arrest or violence" [7].* Задача блогера состоит в том, чтобы не только изначально представить проблему как конфликт двух противоположных позиций, но и всячески поддерживать эту модель в течение всего видео.

Как мы знаем, в США вопрос о правах чернокожих жителей страны достиг своего пика. Многовековое страдание темнокожих людей привело к вспышке гнева с их стороны, и так началось знаменитое движение Black Lives Matter по борьбе с дискриминацией. Black Lives Matter (BLM) – международное общественное движение, созданное в Соединённых Штатах в 2013 году и посвящённое борьбе с расизмом и насилием против чернокожих, особенно в форме жестокости полиции. Название Black Lives Matter сигнализирует об осуждении несправедливых убийств чернокожих людей полицией (в Соединённых Штатах вероятность того, что полиция убьёт чернокожих людей, гораздо выше, чем белых) и о требовании, чтобы общество ценило жизни и человечность чернокожих людей так же, как оно ценит жизни и человечность белых люди [8]. Автор в этом видео затрагивает очень насущный на сегодняшний день вопрос и старается донести мысль о равноправии всех людей и помочь прийти к консенсусу.

2. Стратегия идентификации. Идентификация зрителя с группой людей, проблемы которой обсуждаются в блоге, очень важна, поскольку является гарантом привлекательности видео для зрителя. *"This is why black people should always show up late. Yeah, if you early, it's loitering. For our safety, black people, we show up late everywhere we go. In fact, maybe, this got me thinking, maybe it's not true that black people are never on time, it's just that we only know about ones who show up late, because all the early ones got taken away" [7].* Обращаясь к темнокожим людям (*For our safety, black people*), отправитель сообщения делает их участником данной коммуникации, адресуя проблему, озвученную на видео, к смотрящим, привлекая их к обсуждению данного

вопроса. Кто-либо, идентифицирующий себя как представитель этой расы, вряд ли сможет отнестись к рассматриваемой проблеме поверхностно.

Вторым способом является апелляция к физиологическим и социальным характеристикам, имеющимся у всех людей: пол, возраст, семейное положение, профессиональное занятие, национальность. Использование этих категорий для описания аудитории позволит максимально обобщить рассматриваемую конкретную ситуацию и сделать возможной идентификацию зрителей с темой обсуждения. *“I know there were some people saying, “well why were these guys in Starbucks doing nothing, huh? Why?”. Well, because that’s what Starbucks is for! Everyone is doing nothing! Everyone! Starbucks. Starbucks is basically a bus station, with espresso machines, that’s all it is”* [7]. Повтор слова *“everyone”* акцентирует внимание слушателей, заявляя, что данный предмет обсуждения касается всех, отдельной личности, любой нации, ведь каждый может столкнуться с проблемой дискриминации по каким-либо признакам.

3. Стратегия генерализации. Одним из наиболее распространенных приемов, реализующих стратегию генерализации, является использование личного местоимения 1 лица мн. числа *“we”*. *“So, the question is – What do we do? Do we fix society? Or do we try and fix the police?”* [7]. Персональный дейксис использован блогером для того, чтобы вызвать чувство общности всех жителей Америки, содружество, сплочённость и сострадание к происходящему. При использовании дейксиса происходит нарушение границ чужой личности, это косвенная манипуляция говорящего. Адресант тем самым желает вызвать определённую реакцию у зрителя. Ко всему этому блогер может приписывать всем зрителям некоторое общее свойство, поведение. Например, в предложении *“Or maybe, maybe, got us thinking, maybe all we need to do is change the people who connects civilians to the police?”* [7] предлагает решение данной ситуации путём единогласного действия.

4. Стратегия индивидуализации заключается в том, что блогер обращается к каждому человеку отдельно. К примеру, в предложениях *“Think about this. Think about this. Someone calls the cops on you, and instead of driving up with sirens wailing, all badass - they’re like “ding-ding-ding-ding-ding!””. And how do they even get you back to the station? Huh?”* [7] автор высказывания усиливает важность сказанного посредством дейктических средств (*you*), повторяя их неоднократно. Если в случае с генерализацией обращение отправителя речи не было взято во внимание, то со стратегией индивидуализации адресат вряд ли не заметит персональную адресацию. Адресату будет казаться, что к нему обращаются напрямую, следовательно, вероятность того, что он ответит на запрос или вопрос, высока.

5. Стратегия диалогизации может быть реализована посредством следующих средств: прямое обращение к аудитории, повторение блогером предполагаемого ответа, императив (советы, предупреждения, настоятельные просьбы), приписывание аудитории некоторой речевой или мыслительной реакции, риторический вопрос. Например, в следующих предложениях *“Are you really calling the cops about this? This is like... like ... these are the police. How*

crazy is this? Two men arrested, for waiting to meet someone at Starbucks. You see, this this here?” [7] участник речевого взаимодействия задаёт риторические вопросы, в которых употребляется местоимение 2 лица затем, чтобы усилить выразительность, воссоздать живое общение между ним и зрителями, вызвать у них определённую реакцию, обратную связь посредством секции комментирования. Имитация диалога оживляет речь, стимулирует внимание слушателей, позволяет разъяснить сложные моменты [9].

б. Стратегия персонализации. Реализации данной стратегии способствуют:

а) способы выражения личного мнения и оценки, например, *“How crazy is this? Two men arrested, for waiting to meet someone at Starbucks”* [7];

б) совет: *“This is why black people should always show up late. Yeah, if you early, it’s loitering. For our safety, black people, we show up late everywhere we go”* [7].

в) обращение к своему опыту.

В этой стратегии коммуникант, обращаясь к своему опыту и фоновым знаниям, делится решением сложившейся ситуации, даёт этому явлению свою субъективную оценку. Как в процессе коммуникации адресату хочется услышать мнение адресанта, так и подписчикам или зрителям хочется узнать, что же думает лидер общественного мнения по этому поводу. Поэтому в целях аттракции и для создания баланса лидеру приходится делиться не только фактами, но и своими рассуждениями по данному вопросу. Подписчикам блога важно иметь одни и те же ценности, схожие взгляды на мир с администратором блога.

7. Стратегия актуализации темы состоит в акцентировании таких признаков описываемой в блоге ситуации, как новизна, близость и необычность, которые гарантируют возникновение интереса к блогу. Так же, как и само название видеоконтента, это предложение *“America clearly has a problem with a policing and black people”* [7] точно характеризует нынешнюю ситуацию в стране и является обсуждаемой темой среди жителей. Актуальность темы гарантирует повышенный интерес к контенту и быстрому её распространению среди аудитории и вне ее рамок. Блогеры, как и журналисты, привыкли выкладывать сенсационные новости первыми, чтобы набрать просмотр и/или повысить статистику, что само по себе ведёт к росту подписчиков и к популярности. Проблема, затрагиваемая в данном видео, не потеряла своей значимости по сей день, о чем свидетельствует общее количество просмотров и комментариев под видео.

8. Стратегия усиления ожидания заключается в намеренной задержке момента получения интересной информации зрителем – катастрофическое использование личных местоимений, ложный вопрос, обобщение, оценочное высказывание блогера. В данном примере *“But look, if I...if I can get serious for just a minute here, I will say this “Do you have any idea? What it does to a person’s dignity to be arrested by bike cops? Huh?”* [7] отправитель политического сообщения делает намеренную задержку для акцентуации внимания на человеческих чувствах, рассуждает об унижительном аресте человека

полицейским на велосипеде, а не на машине, как мы привыкли видеть. Стратегия усиления ожидания используется для того, чтобы показать или рассказать ещё более удивительное или же худшее, что могло произойти.

Таким образом, Тревор Ноа, критикуя людей за частое обращение в полицию без какого-либо оправданного повода, ссылаясь на стереотипное мышление о том, что темнокожие люди всегда агрессивны и импульсивны, что могут причинить им вред, обращает внимание своей аудитории на данную острую проблему в американском обществе. Являясь также представителем этой расы, он выступает в их защиту, то есть коммуникант поднимает социальный вопрос посредством риторических стратегий с целью поменять представление о расовых неравенствах, взывая к гуманности сограждан.

Рассмотрим реакцию зрителей на данное видео [7] как подтверждение успешности или антитетического результата. Видео набрало свыше 18 миллионов просмотра, более 476 тысячи лайков и 41 тысячи комментариев, что свидетельствует об актуальности данного вопроса и интересе зрителей. Один из адресатов пишет: “<...> *And Trevor's right - before cell phones, how many innocent people went to jail based on a cop's version of events. It's scary to even comprehend the innocents who spent time in jail for no other reason than they were Black*” [7], тем самым реагируя на стратегию драматизации адресанта о конфликте двух рас. Другой адресат пишет: “<...> *We can be better than we have been and hopefully treat each other better. Thanks Trevor & team. More power brother*” [7] – этими словами реагирует на стратегии индивидуализации и диалогизации, соглашается с автором об нелогичных действиях соотечественников, подтверждая идею автора об абсурдности новостей об этом. Успешное использование стратегии идентификации и генерализации находит свое подтверждение в комментариях, таких как: “*Thank you Trevor for Bringing this kind of situation. Still we are in the primitive age of Racism*”, “*Oh, Trevor thank you Dear for bringing us the difficult truths about our country in a humorous way and we're going to miss you so much*” [7]. Адресаты, идентифицируя себя как представителей расы темнокожих людей, идентифицируя себя как жителей этой страны, вовлечены в этот политический дискурс с особой заинтересованностью.

Заключение

Исходя из вышесказанного, можно подытожить, что сверхзадача и главная коммуникативная цель отправителя речи была достигнута в силу того, что зрители подтвердили актуальность данной темы, к тому же подтвердили слова блогера об иррациональности поступков звонящих и о необходимости урегулирования взаимоотношения между двумя расами на гражданском и законодательном уровне.

Обобщая все вышесказанное, отмечаем, что в контенте политического дискурса политики или блогеры стараются прорекламирровать себя, показать себя с хорошей стороны, предлагая такой контент, в котором знакомят нас с собой и показывают себя с лучшей стороны. В данном анализе можно проследить, как блогер, являясь искусным оратором, посредством языковых

средств и стратегий привлекает внимание аудитории к актуальной на данный момент проблеме темнокожих людей, арестованных полицейскими без достаточных на то оснований, к вопросу о дискриминации и меняет ход их мыслей, призывая всех к ответственности и осознанности, а также за счёт актуализации темы повышает интерес к своему блогу, тем самым создаёт позитивный имидж. Главной же целью политического дискурса является взаимопонимание, обсуждение, общение и стратегии воздействия. В результате анализа материала выявлены следующие риторические стратегии дискурса политического блога, такие как: стратегия драматизации, стратегия идентификации, стратегия генерализации, стратегия индивидуализации, стратегия диалогизации, стратегия персонализации, стратегия актуализации темы, стратегия усиления ожидания. Они позволяют адресанту достичь желаемой цели и иметь успешный блог.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Ахатова Б.А. Политический дискурс и языковое сознание: Монография. – Алматы: Экономика, 2006. – 302 с.
- [2] Артемева Т.В., Катышев П.А. К вопросу об определении понятия «Риторическая стратегия». –Филологические науки. Вопросы теории и практики. –Тамбов: Грамота, 2008. –№1 (1): в 2-х ч. Ч. 1. –С. 11-13. ISSN 1997-2911.
- [3] Покотыло М.В. Особенности коммуникативно-прагматического пространства научного дискурса. –Международный научно-исследовательский журнал. –№ 07 (61). Часть 1. –С.127-129
- [4] Дедюкова М.В. Риторические стратегии дискурса немецких журналов «Der Spiegel» и «Focus». – Режим доступа: URL: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2009/osiya/dedukova.pdf [Дата обращения: 15.01.2022].
- [5] Бастун Е.В. К вопросу о риторических стратегиях в политическом дискурсе. [Электронный ресурс] –С.41-44 – Режим доступа: URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/242105> [Дата обращения: 15.01.2022].
- [6] Баранова К.В. Риторический анализ речевого поведения ведущих американских ток-шоу. Автореферат: дис.канд.фил.наук: 10.02.04 / Баранова Ксения Владимировна. – Санкт-Петербург, 2006. – 17 с.
- [7] Trevor Noah. White people unnecessarily calling the cops on black people. – Режим доступа: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uN84HhcdIws&t=24s> [Дата обращения: 15.01.2022].
- [8] Black Lives Matter [Electronic resource] – URL: <https://web.archive.org/web/20200927205823/https://www.britannica.com/topic/Black-Lives-Matter> [Дата обращения: 15.01.2022].
- [9] Кони А.Ф. Советы лекторам // Об ораторском искусстве. – М., 1973. –С.177-178.

REFERENCES

- [1] Akhatova B.A. Politicheski diskurs i yazykovoe soznanie (Political discourse and linguistic consciousness): Monografiya. Almaty: Ekonomika, 2006. 302 p. [in Rus.]
- [2] Artemeva T.V., Katyshev P.A. K voprosu ob opredelenii ponyatiya «Rtoricheskaya strategiya» (To the question of the definition of the concept of "Rhetorical strategy"). Filologicheskie nauki. Voprosi teorii i praktiki. Tambov: Gramota, 2008. #1 (1): v 2-x ch. Ch.1. P. 11-13. ISSN 1997-2911. [in Rus.]
- [3] Pokotylo M.V. Osobennosti kommunikativno-pragmaticheskogo prostranstva nauchnogo diskursa (Peculiarities of communicative-pragmatic space of scientific discourse). Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'ski zhurnal. № 07 (61). Chast' 1. P.127-129 [in Rus.]

[4] Dedyukova M. V. Ritoricheskie strategii diskursa nemetskikh zhurnalov «Der Spiegel» и «Focus» (Rhetorical strategies of discourse of German magazines "Der Spiegel" and «Focus»). – Rezhim dostupa: URL: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2009/osiya/dedukova.pdf. [Date of access: 15.01.2022]. [in Rus.]

[5] Bastun E. V. K voprosu o ritoricheskikh strategiyakh v politicheskom diskurse (To the question of rhetorical strategies in political discourse). [Electronic resource] P. 41-44. – Rezhim dostupa: URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/242105> [Date of access: 15.01.2022]. [in Rus.]

[6] Baranova K. V. Ritoricheski analiz rechevogo povedeniya vedushikh amerikanskikh tok-shou. (Rhetorical analysis of speech behavior of American talk show hosts). Avtoreferat: dis.kand.fil.nauk: 10.02.04/ Baranova Ksenia Vladimirovna. Sankt-Peterburg, 2006. 17 p. [in Rus.]

[7] Trevor Noah “White people unnecessarily calling the cops on black people” – Rezhim dostupa: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uN84HhcdIws&t=24s> [Date of access: 15.01.2022].

[8] Black Lives Matter [Electronic resource] – URL: <https://web.archive.org/web/20200927205823/https://www.britannica.com/topic/Black-Lives-Matter> [Date of access: 15.01.2022].

[9] Koni A.F. Sovety lektoram (tips for lecturers) // Ob oratorskom iskusstve. M., 1973. P. 177-178. [in Rus.]

САЯСИ БЛОГТАРДАҒЫ РИТОРИКАЛЫҚ ӘСЕР ЕТУ СТРАТЕГИЯЛАРЫ

*Байдилдаева А.К.¹, Ахатова Б.А.²

¹докторант, Абылай хан атындағы ҚазХҚ және ӘТУ,
Алматы, Қазақстан,
e-mail: baidildaeva.aigerim@mail.ru,

²ф.ғ.д., профессор, Абылай хан атындағы ҚазХҚ және ӘТУ,
Алматы, Қазақстан,
e-mail: kazcainfo@gmail.com

Аңдатпа. Блог - белгілі бір адамның көпшілік назарына ұсынылған электронды күнделігі. Блогтар қазіргі әлемдегі әрбір адамның ажырамас бөлігі болып табылады. Бұл мақаланың мақсаты – саяси блогта қолданылатын ағылшын тіліндегі риторикалық әсер ету стратегиялары мен тактикаларының механизмін анықтау. Мақалада риторикалық стратегиялар мен тактикалар сөйлеу стратегияларының ажырамас бөлігі ретінде қарастыру, олардың ерекшелігі, сондай-ақ оларды дискурстың ауызша компоненттері ретінде жүзеге асыру жолдары қарастырылады. Маңыздылығы – риторикалық стратегиялар мен тактикаларды зерттеу проблемалары ғана емес, сонымен қатар сөйлеушінің стратегиялық ниеті мен тактикалық міндеттерін бағалауға болатын тілдік көрсеткіштер (маркерлер) талданады. Бұл зерттеуде саяси блогтың семантикалық және дискурстық талдаулары қолданылды. Саяси дискурс блогерлеріне мақсатқа жету үшін бірқатар стратегиялар мен тактикалар қажет – өз аудиториясын жинау, тақырыпты ашу, қоғамдық-саяси сипаттағы мәселелерді қамту, бірегей контент жасау, өз идеяларын насихаттау. Біз мұндай стратегияларға келесідей стратегиялардың кіретінін анықтадық: драматизация стратегиясы, сәйкестендіру стратегиясы, жалпылау стратегиясы, даралау стратегиясы, диалогтау стратегиясы, жекелендіру стратегиясы, тақырыпты өзектендіру стратегиясы, күтуді күшейту стратегиясы. Теориялық маңыздылығы – саяси блогтарда қолданылатын адамға әсер ету құралы ретінде қазіргі тіл біліміндегі басты мәселе болып табылатын

коммуникативті стратегиялар мен тактикаларды зерттеу, әсіресе риторикалық стратегиялар мен тактикаларды зерттеу. Практикалық маңыздылығы – зерттеу барысында алынған нәтижелер саяси дискурс, прагматлингвистика, риторика курстарын дайындауда қолданылуы мүмкін.

Тірек сөздер: риторика, риторикалық стратегиялар, тактика, саяси дискурс, саяси блог, әлеуметтік медиа, әсер ету стратегиясы, блогосфера.

RHETORICAL STRATEGIES OF INFLUENCE IN POLITICAL BLOGGING

*Baidildayeva A.K.¹, Akhatova B.A.²

¹PhD student, Ablai khan KazUIRandWL,
Almaty, Kazakhstan,

e-mail: baidildaeva.aigerim@mail.ru,

²Doctor of phil.sciences, professor, Ablai khan KazUIRandWL,
Almaty, Kazakhstan,

e-mail: kazcainfo@gmail.com

Abstract. A blog is an electronic diary of a certain person put on public display. Blogs are an integral part of every individual in the modern world. The purpose of this article is to identify the mechanism of strategies and tactics of rhetorical influence in English used in a political blog. The article discusses rhetorical strategies and tactics as an integral part of speech strategies, their specifics, as well as ways of their implementation as verbal components of discourse. The significance lies in the fact that not only the problems of studying rhetorical strategies and tactics are analyzed, but also language indicators (markers) by which one can judge the strategic plan and tactical tasks of the speaker. This study uses semantic and discursive analyses of a political blog. Bloggers of political discourse need a number of strategies and tactics to achieve their goals – to gather their audience, it is interesting to reveal the topic, highlight problems of a socio-political nature, create unique content, promote their ideas. We have found that such strategies include: dramatization strategy, identification strategy, generalization strategy, individualization strategy, dialogization strategy, personalization strategy, topic actualization strategy, expectation enhancement strategy. The theoretical significance is the study of communicative strategies and tactics, especially the study of rhetorical strategies and tactics, as a tool for influencing a person used in political blogs is a central issue in modern linguistics. The practical significance lies in the fact that the results obtained during the research can be used in the preparation of courses on political discourse, pragmatlinguistics, rhetoric.

Keywords: rhetoric, rhetorical strategies, tactics, political discourse, political blog, social media, influence strategy, blogosphere.

Статья поступила 26.12.2022