

## БЛАГОДАРНОСТЬ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК СРЕДСТВО МАНИПУЛЯЦИИ И СУГГЕСТИИ

**О.В. Запрудская**

*Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта, г. Санкт-Петербург, Россия*

В статье предлагается общий обзор политического идеологического дискурса и коммуникативного акта благодарности как средства речевого воздействия в Германии 30-х годов. Коммуникативный акт благодарности часто применялся в немецкой политической коммуникации как этикетная тактика для реализации общей конвенциональной стратегии, но он не рассматривался в идеологическом дискурсе как средство пропаганды и агитации. Важнейшей системной характеристикой тоталитарного режима является роль идеологического воздействия, применение различных форм идеологического манипулирования. В ходе исследования был проведен анализ актуализации тактики благодарности в манипуляционной стратегии политического дискурса, а также реализации ее как средства суггестивного речевого воздействия. Было установлено, что коммуникативный акт благодарности применялся как тактика для реализации манипуляционных и презентационных стратегий, стратегий создания ретроспективы позитивного прошлого и перспективы светлого будущего, стратегии гиперболизации.

*Ключевые слова:* речевое воздействие, политический идеологический дискурс, прагматика благодарности, коммуникативные стратегии, манипуляция, суггестия.

**Политическая коммуникация** понимается в лингвистике как специфический вид политических действий, в рамках которых общественно-политические идеи распространяются посредством языка как инструмента борьбы за власть с целью воздействия на массовое сознание людей [17, с. 35]. Политическая коммуникация синонимична с понятием **политический дискурс**, который включает в себя **все речевые акты**, используемые в политических дискуссиях, а также правила публичной политики [3, с. 6]. В процессе борьбы за власть политики оказывают эксплицитное и имплицитное речевое воздействие, нацеленное на формирование у реципиентов необходимого перлокутивного (например, согласие с точкой зрения оратора) и посткоммуникативного (осуществление политического выбора соответствующего кандидата) эффекта [11, с. 3]. Коммуникативный акт благодарности в политической коммуникации вызывает у нас большой интерес, так как он тоже используется в агитации и пропаганде, но редко подвергается подробному анализу.

Политический дискурс у некоторых исследователей рассматривается как вид идеологического дискурса [2, с. 265], в основе которого находится идеология, рассматриваемая с точки зрения эпистемологии как искаженное восприятие/презентация реальности, а с точки зрения социологии – как средство влияния на общество (Stadtfeld 2002).

С одной стороны, идеология позволяет выражать собственное видение реальности как реализованной, так и нереализованной, представить личные воззрения и интересы, а с другой, – воздействовать на аудиторию путем самопрезентации и презентации противников. Политический дискурс практически не существует без идеологической составляющей, соответственно, является неотделимой частью идеологического дискурса. [11, с. 32]. Такой дискурс выполняет следующие **общезыковые функции**: регулятивно-побудительную функцию, распространение информации, определение повестки дня, проекция в будущее и прошлое, референтную или креативную и магическую функции (Шейгал 2004, Лесняк 2014). Регулятивно-побудительная функция характеризуется следующими чертами: логоцентричность, агональность и прагматическая направленность [16, с. 203–204].

**Цель** нашего исследования – проанализировать как на примере речевых актов благодарности (прямых и косвенных) осуществлялось речевое воздействие в немецкой политической коммуникации 30-х годов 20 века. **Материалом** для исследования послужили акты благодарности А. Гитлера, взятые из его политических речей (правительственных речей; речей, приуроченных к каким-либо историческим, общественно-социальным и дипломатическим событиям). Он, будучи красноречивым оратором, включал в свои коммуника-

тивные акты благодарности дополнительные речевые приемы и ходы для осуществления максимального воздействия на сознание немецкого рода, своих коллег и иностранных сторонников своего режима.

Речевое воздействие в политическом идеологическом дискурсе осуществляется при помощи **стратегий**, которые, в свою очередь, реализуются в **речевых тактиках** – речевых приемах, позволяющих достичь поставленных целей в конкретной ситуации. Речевая/коммуникативная (данные понятия рассматриваем как синонимичные) тактика, в противовес стратегии как общей канве коммуникативного поведения рассматривается как совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия. В политическом дискурсе в основном выделяют **манипуляционные, конвенциональные и презентационные (самопрезентационные)** дискурсивные стратегии, которые отличаются друг от друга по объекту деятельности, характеру используемых инструментов и содержанию. Эти три типа коммуникационных стратегий являются основными и концептуально описывают главные социальные процессы, порождающие коммуникационные действия. К ним относятся презентация (или самопрезентация), манипуляция и конвенция. Коммуникативные стратегии отличаются по степени открытости, симметрии и способу производимой коммуникации: презентационный тип относится к *пассивной коммуникации*; манипуляционный – к *активной коммуникации*, конвенциональный – к *интерактивной*. Соответственно основными средствами являются: для презентации – послание, для манипуляции – сообщение, для конвенции – диалог [7].

Манипуляционные стратегии представляют для нас наибольший интерес. Если в конвенциональных коммуникативных действиях объектом деятельности являются социальные проблемы, то в манипуляционных – граждане. Инструменты манипуляционных действий чаще скрыты и их цель заключается в управлении ситуацией через управление поведением людей [7]. Коммуникативное пространство текста создается заранее и определенным образом «упаковывается» для того, чтобы изменить его смысловую, целевую или ценностную идентификацию адресантом. Манипуляционные стратегии коммуникации чаще всего характерны для таких способов структурирования информации, как идеология, пропаганда. Самыми частыми стратегиями являются стратегии самопрезентации и стратегия манипуляции. **Презентационная стратегия также может сочетаться и с манипуляционной стратегией, если в ходе ее реализации знание передается не открыто, а в «упакованном» виде** [19, с. 2]. К манипулятивным тактикам можно отнести приемы, называемые в разных исследованиях тактиками гиперболизации, подмены понятий, имплицитной информации, апелляции к чувствам.

Мы согласны с мнением Н.Б. Рубежцевой о том, что в рамках политического дискурса нельзя выделить манипулятивные стратегии и тактики в чистом виде: **все стратегии** и конкретные тактические схемы их реализации **в той или иной степени содержат манипулятивную** составляющую, все направлены на то, чтобы сформировать или изменить картину мира адресата, транслировать ему авторскую точку зрения на лицо, событие или явления, волевым усилием внедрить ее в сознание слушателя, то есть являются одним из способов программирования.

В немецком политическом дискурсе действие речевой стратегии манипуляции может быть четко прослежено не только в масштабе текстового единства, но и в рамках отдельного иллокутивного типа речевого акта, а именно **речевого акта благодарности**. При реализации манипулятивной стратегии данный тип речевого акта обнаруживает иллокутивную установку говорящего на выражение признательности по оцененному/оцениваемому поведению, но и наряду с актом благодарения навязывание определенных мнений и лозунгов, касающихся процессов в стране и обществе. Часто эти манипулятивные приемы выражены эксплицитно.

Манипулятивная функция языкового знака связана с лингвистической безопасностью, понимаемой в рамках когнитивного подхода как специфический модус реализации мысли. В 1933 году в нацистской Германии были созданы первые концентрационные лагеря. 29 октября того же года А. Гитлер произносит благодарность за *делку со своей честью*, и здесь же подменяет понятие *отправки в концлагерь* понятием *изоляции*. В лингвистике такое явление называется эвфемизмом. В самом понятии эвфемизма скрывается его манипулятивный потенциал: за счет замены слов и создания нейтральной или положительной коннотации меняется отношение адресата к событию, возникает ассоциация с чем-то полезным, хотя на самом деле речь идет о чем-то негативном. Это имеет место при строгих нормах и табуированных смыслах, там, где сущность сознательно должна быть замаскирована (сокрыта), например, в публичной речи во избежание общественного возмущения в тоталитарных политических системах. В качестве эвфемизмов могут использоваться не только отдельные словоформы (например, конфликт), но и целые описательные конструкции (например, любитель использовать служебное положение в личных целях). «Зачастую реальные мотивы действий политиков не могут быть открыты широкой аудитории, так как способны вызвать негативную реакцию большей части избирателей. Поэтому язык политики полон эвфемизмов и туманных формулировок» [9, с. 11–12]:

*«Ich BEDANKE mich für Vereinbarungen, die ich mit meiner Ehre einkaufen soll. Und wenn man sagt, dann werdet ihr isoliert sein, dann erkläre ich:*

*Lieber ehrenhaft isoliert sein, als ohne Ehre geduldet zu werden».*

При этом он заявляет слушателям, что лучше быть «изолированным» с честью, чем терпеть без чести. Употребленная лексема Ehre принадлежит к группе лексем, связанных с ценностями (Würde, Ehre, Vertrauen, Zuversicht, Mut, Einigung). Данную группу лексем иногда называют «лозунговыми словами» [13, с. 155–156]. Они имеют положительную окраску, обладают большой убеждающей силой и создают у реципиента положительное отношение к тексту и его отправителю.

Одним из самых распространенных приемов, используемых политиком для выражения благодарности, является перенос интенции благодарения на немецкий народ:

- das deutsche Volk VERDANKT,
- ihm unzählige Millionen Deutsche innerlich DANKBAR SIND,
- SPRECHE ich (...) nicht nur in meinem und im Namen der Reichsregierung, sondern im Namen des ganzen deutschen Volkes Ihnen, ...den tiefsten und ehrerbietigsten DANK AUS,
- dafür DANKE ich Ihnen, und dafür DANKT Ihnen das deutsche Volk
- das deutsche Volk EMPFINDET DANKBAR
- das deutsche Volk VERDANKT ihn in erster Linie
- im Namen der ganzen deutschen Nation DEN DANK (...) AUSZUSPRECHEN. (Das ganze deutsche Volk ist stolz auf Sie!)

А. Гитлер переносит интенцию благодарения с себя на народ, тем самым программируя и наделяя его мнимой властью и возможностью полноправного участия в политической и социальной жизни страны. При этом реализуются следующие стратегии:

1) стратегия самопрезентации **Я = Немецкий народ**. Гитлер представлял себя волеизъявителем воли немецкого народа.

2) стратегия презентации немецкой нации, которая тождественна в представлениях общественности (в т. ч. и мировой) германскому рейхсканцлеру.

**Немецкий народ = Я**. Немецкий народ как волеизъявитель намерений канцлера. К тому же перенос адресанта благодарности с самого себя на немецкий народ позволяет значительно масштабировать саму благодарность.

3. При такой «посреднической» миссии немецкого народа на первый план выходит стратегия единения **Наши цели и намерения совпадают**.

Выражая благодарность от имени правительства, партии или всего немецкого народа, А. Гитлер всецело принимает на себя роль абсолютного лидера и наделяет себя абсолютной властью.

В коммуникативной стратегии «создание перспективы и ретроспективы» актуализируется оппозиция «темное прошлое» и «светлое буду-

щее». Основная цель стратегии соотносится с общей целью политического дискурса – борьбой за власть – и заключается в формировании необходимой говорящему оценки уже свершившейся или прогнозируемой ситуации. Эта стратегия носит универсальный (прототипический) характер и реализуется в двух тактиках: «создание темного прошлого» и «создание светлого будущего» [10, с. 77].

Создание ретроспективы в качестве иллюстрации **позитивного опыта** используется в случае, если говорится о себе или соратниках. Создание подобной перспективы или ретроспективы используется в целях достижения необходимого перлокутивного и посткоммуникативного воздействия на реципиента и применялось в агитации в Германии времён Третьего Рейха.

В августе 1934 года Гитлер был настолько неуверен в себе, что оправдывался в том, что занял пост рейхспрезидента, не дожидаясь референдума. Он утверждал, что это было «необходимо в интересах немецкого народа и Рейха»:

*«Der Herr Reichspräsident Generalfeldmarschall von Hindenburg war vom Schicksal ausersehen, der große Mitter zu sein zwischen dem Deutschland der Vergangenheit und dem der Zukunft. In seinem ehrwürdigen Alter, entrückt jedem eigensüchtigen Wunsche, war er für uns alle der überpersönliche Repräsentant unseres Volkes. Ich HABE in den letzten anderthalb Jahren oft und oft der Vorsehung GEDANKT, daß nach ihrer Fügung die nationalsozialistische Bewegung durch meine Person noch den Treueid in die Hände dieses wahren Vaters der Nation ablegen durfte, daß sie mir nach so schweren Kämpfen endlich doch noch die gütige Freundschaft des alten Herrn schenkte und somit ein Verhältnis begründete, das mich beglückte, für die Nation aber von hohem Nutzen war».*

А. Гитлер создает ретроспективу позитивного прошлого, говоря о своем соратнике Генерал-фельдмаршале Гинденбурге и называя его великим посредником между Германией прошлого и Германией будущего и сверхличным представителем немецкого народа. Далее связующим, главенствующим элементом выступает **благодарность**. Только благодаря тому, что рейхсканцлер **очень часто благодарил на протяжении полутора лет** Божие провидение и Высшие силы (*Ich habe in den letzten anderthalb Jahren oft und oft der Vorsehung gedankt*), эти самые Высшие силы позволили ему стать и назначили его *истинным отцом нации*, позволили принять присягу на верность ей, и благосклонная дружба со стороны старого джентльмена стала для него счастливым событием. Данный текстовый фрагмент, на наш взгляд, является ярким примером манипулятивного и суггестивного (от лат. suggestio – внушение) воздействия.

В нем используется большое количество мелиоративной лексики, посредством которой формируется позитивная оценка генерал-

фельдмаршала и через него позитивная оценка прошлого Германии *der große Mittler, ehrwürdigen Alter, entrückt jedem eigensüchtigen Wunsche, überpersönliche Repräsentant unseres Volkes, dahee wahren Vaters der Nation, gütige Freundschaft, hohem Nutzen*. Перечисляются концепты: SCHICKSAL: Fügung, Vorsehung, ZEIT: Vergangenheit, Zukunft, Wunsche, Glück, WAHRHEIT: Treueid, WERT: Nutzen VOLK: Volk (номинарует одноименный концепт), Nation «Volk». В немецком языке СУДЬБА (**Schicksal**) часто воплощается в образе Бога [5], **Fügung** и **Vorsehung** – слова-репрезентанты, актуализирующие концепт Schicksal. При этом в отрывке **отсутствует** лексема **Gott**. Мы можем лишь *предположить*, что в данном тексте она *намеренно избегается автором* при осуществлении имплицитного речевого воздействия, направленного на внушение идеи, что все политические победы Гитлера и его «сверх»-предназначение – это Провидение Высших сил. Тем самым постулируется неотвратимость будущего прихода и пребывания А. Гитлера у власти. Посредством лексем Schicksal, Fügung, Vorsehung актуализируется взаимосвязь политического дискурса с религиозным, поскольку «божественное одобрение традиционно ассоциируется с обещанием лучшего будущего в раю для тех, кто разделяет соответствующее вероучение, а те, кто его не разделяет, будут подвергнуты наказанию» [6, с. 259].

Еще одним приемом манипулятивного и суггестивного воздействия, используемого фюрером, является стратегия **гиперболизации (преувеличения)**. Фигура речи, используемая для актуализации наглядности преувеличения, – гипербола. Высокая степень преувеличения усиливает выразительность и придает высказыванию эмоциональный характер [1, с. 99]. Использование гиперболы в качестве манипулятивного приема объясняется присущими человеку чертами характера. Е.В. Поликарпова придерживается мнения, что гипербола служит для того, чтобы воздействовать на сознание массы, особенно успешно это получается с людьми, склонными к преувеличению [14, с. 15]. Основными средствами гиперболизации выступают лексические, грамматические и стилистические средства (метафоры, повторы, контекстуальные синонимы, количественные, темпоральные, локальные маркеры и др.).

Анализ материала показал, что наиболее часто А. Гитлером преувеличивался объем выражаемой благодарности, её стимул/повод, а также качественные, а главное – количественные характеристики адресата благодарности. Политик использует намеренное преувеличение для достижения максимального воздействующего эффекта на эмоциональном и когнитивном уровне.

О склонности А. Гитлера к гиперболизации в своей работе указывает М. Ведлефф. В классификации стилистических, синтаксических и лексиче-

ских особенностей его риторики в качестве стилистического маркера Ведлефф выделяет так называемый «стиль крика» [22, с. 108]. Но завершает она свое исследование тезисом о том, что залогом успеха речей Гитлера были вовсе не содержание и форма, а преимущественно его гипнотическая сила.

Кроме гиперболизации в лингвистической литературе встречается понятие «**хронотопический максимализм**» [12, с. 200–206]. Опираясь на определение Лесняк М.В., мы понимаем под номинацией «хронотопический максимализм» **количественные, временные и пространственные** характеристики понятийного поля политического дискурса, воссоздаваемые разными тактиками (в исследовании М.В. Лесняк рассматривается в рамках данного явления только техника «создание темного прошлого»). В нашем исследовании рассматривается акт благодарности, иллюкутивной силой которого является положительная оценочность, и, следовательно, тактики будут ориентированы скорее на «создание прошлого и светлого будущего» и другие тактики.

«DANKEN möchte ich aber dann weiter den **unzähligen** deutschen Konstrukteuren und Technikern, deren **Genialität** die **Wunderwerke** menschlicher Erfindergabe schafft.»

«Ich fasse es als Zeichen eines edleren Gerechtigkeitssinnes auf, daß der französische Ministerpräsident Daladier in seiner letzten Rede Worte des Geistes eines versöhnlichen Verstehens gefunden hat, **für die ihm unzählige Millionen Deutsche innerlich DANKBAR SIND.**»

«Heute DANKE ich den **Millionen deutscher Volksgenossen** aus übervollem Herzen für das geschichtlich einzigartige Bekenntnis zu einer *wahrhaftigen Friedensliebe*, genau so aber auch zu unserer *Ehre* und zu unseren ewigen gleichen *Rechten.*»

В данных примерах гиперболизирован массовый адресат благодарности, преувеличены сами субъекты лексемой **Millionen**, при этом данная лексема употребляется как в самостоятельном значении, так и как количественная характеристика в сочетании с **Deutsche** или **deutscher Volksgenossen**, гиперболизируется количественный признак адресата и так максимально выделенного прилагательным **unzählige** (бесчисленные). Также встречаются **Hunderttausenden und Hunderttausenden deutscher Frauen** и т. д. Тем самым автор намеренно демонстрирует, как важны ему все представители своего народа, и внушает и навязывает мысль, что на самом деле сторонников его политического режима так много, что их невозможно посчитать, и каждый должен стать ответственным членом этого движения, чтобы быть в рядах тех, кому А. Гитлер выражает свою признательность (речь также идет о «вовлечении в свой круг»).

Также можно проследить гиперболизацию в следующем примере: «Daß wir heute so hier stehen können und diese Tage so zu feiern vermögen, **VERDANKEN** wir der **unendlichen** Tatkraft, dem

**unendlichen** Fleiß, der **unendlichen** Arbeit unseres Volkes.», где кроме преувеличения **unendlichen** (бесконечный) дополнительно используется (как суггестивный) прием повтора этого прилагательного.

В следующих речевых отрывках, в которых актуализируется благодарность, гиперболизируются поводы благодарности, самыми частыми лексемами в которых выступают **Arbeit, Verdienste и Treue**. Политик намеренно использует именно эти поводы благодарности как бенефактивные чаще всего в своих обращениях, тем самым он выделяет их **как приоритетные задачи** для всего немецкого народа (работа и преданность режиму):

«Für die in selbstloser, **hingebender Pflichttreue geleistete Arbeit** des vergangenen Jahres SPRECHE ich euch meinen DANK und meine Anerkennung AUS.»

Обнаружены также следующие стимулы благодарности: für die **so überaus großen Verdienste, wahrhaft großen Verdienste, Jede wirkliche Anregung, jede wirkliche Mitarbeit, für Ihre hervorragende Tat** или «Ich würdige **diese** Bereitwilligkeit durchaus und DANKE Ihnen **hierfür**» и т. д. Помимо качественных эпитетов, которые употребляются с модальными наречиями **überaus großen, wahrhaft großen**, стоит обратить внимание на остальные дейктические элементы, обладающие большой потенциальной воздействующей семантикой, например, **jede/Ihre**.

Сфера дейксиса включает: указание на участников речевого акта (ролевой дейксис) – говорящего и адресата (так называемые Ich-дейксис и Du-дейксис, по К. Бругману и К. Л. Бюлеру), выражается различными видами местоимений; указание на предмет речи; указание на степень отдалённости объекта высказывания (Der/Jener-дейксис), выражается указательными местоимениями и частицами; указание на временную и пространственную локализацию сообщаемого факта (хронотопический дейксис), выражается местоименными наречиями, например, *здесь, сейчас*. В речах А. Гитлера наблюдается высокая степень употребления таких элементов. Они используются в качестве риторического приема – обращения к аудитории, – в котором политик пытается внушить адресантам, что он разделяет мнение своих слушателей. Главная роль в этом акте манипуляции отведена дейктику «мы», содержащему в себе значение «солидарности» (единения):

«Am Tage des Abschlusses des Jahres der nationalsozialistischen Revolution muß ich Ihnen, mein lieber Heß, aus meinem ganzen Herzen heraus **für die so überaus großen Verdienste** DANKEN, die Sie sich um die Bewegung und um das deutsche Volk erworben haben.»

«Am Abschluß des Jahres der nationalsozialistischen Revolution drängt es mich daher, Ihnen, mein lieber Doktor Goebbels, für die **wahrhaft großen Verdienste** ZU DANKEN, die Sie sich um die natio-

nalsozialistische Bewegung, ihren Sieg und damit um das ganze deutsche Volk erworben haben.»

Важнейшей системной характеристикой тоталитарного режима является приоритетная роль идеологического воздействия, применение различных форм идеологического манипулирования. Поэтому в заключение хотелось бы рассмотреть идеологический аспект благодарности. Как было указано ранее, агитация – это обязательный компонент политического идеологического курса, который осуществляется посредством лозунгов. Лингвисты обычно проявляют интерес к лозунгам в связи с изучением феномена тоталитарного языка (Klemperer, 1982; Геллер, 1994; Гловинский, 1996; Клемперер, 1998; Левин, 1998; Becker, 2001; Fix, 2008, Вальтер, 2016 и др.), который способствует формированию особого, идеологически заданного мышления. Лозунг – «визитная карточка» политика, партии или социальной программы; это краткая и ёмкая фраза (способная выполнять задачу привлечения внимания), содержащая основную идею, которую необходимо донести до адресата [4, с. 39]. К основным содержательным характеристикам лозунга относятся: тематическая однофактность, максимальная эксплицитность в выражении идеи, злободневность содержания, аксиологическая маркированность, которая проявляется как идеологическая заданность, эмоциональность.

А. Гитлер использовал благодарственные лозунги, манипулируя сознанием людей и внушая им основные догматы проводимой политики и побуждая их к определенным действиям. Используя благодарность, он имплицитно манипулировал человеческим сознанием:

– «Die einzigartige Größe des Erfolges ist für euch alle die größte Anerkennung. DIE RETTUNG DES VATERLANDES ABER WIRD DEREINST EUER DANK SEIN.»

– «Ich DANKE euch für euere treue Pflichterfüllung. Gehorcht auch im Neuen Jahr der ewigen Lösung: ALLES FÜR DEUTSCHLAND!

– «Und Gott sei Dank, WIR SIND HEUTE AUCH STARK GENUG, UM UNS SELBST SCHÜTZEN ZU KÖNNEN!...»

– «So SPRECHE ich euch denn als des deutschen Volkes Führer und des Reiches Kanzler im Namen aller Deutschen, deren Sprecher ich in diesem Augenblicke bin, DEN DANK der Nation AUS und **VERSICHERE EUCH** des Glückes, das uns in dieser Stunde bewegt, da IHR NUN WIEDER BEI UNS SEIN WERDET ALS SÖHNE UNSERES VOLKES UND BÜRGER DES NEUEN DEUTSCHEN REICHES!».

Основными идеями лозунгов в коммуникативных актах благодарности выступают идея *создания «новой» Германии*, идея *спасения и защиты Родины*, *всё для Германии*, идея *абсолютной верности и преданности*, идея *исполнения долга перед фюрером и страной*. В основном эти лозунги, отражающие фундаментальные категории, на-

правлены: 1) на подмену понятий «Родина – А. Гитлер и его политический режим»; 2) то, что служение режиму сопряжено с идеей счастья; 3) внушение идеи и долга быть верным и преданным. В этих лозунгах благодарность как речевая тактика позитивного позиционирования и тактика конструирования надцели (сверхцели) вплетена в общую стратегию самопрезентации А. Гитлера, стратегию презентации будущего Германии.

Среди основных речевых инструментов в борьбе за власть с целью воздействия на массовое сознание людей политическим лидером Германии в 30-е годы коммуникативный акт благодарности применялся как тактика для реализации манипуляционных и презентационных стратегий, стратегий создания ретроспективы позитивного прошлого и перспективы светлого будущего, стратегии гиперболизации (преувеличение касалось адресанта, адресата, масштаба актуализируемой благодарности и её повода). Выявлены высокая степень смешения политического дискурса с религиозным (благодарность высшим силам) и использование интенции благодарности в агитационных лозунгах, при этом благодарность является средством внушения, средством манипуляции общественным сознанием и средством побуждения к действиям. Так как коммуникативные акты благодарности – это акты позитивной оценочности, то при его реализации ожидается повышенный уровень внимания и доверия со стороны адресата, таким образом становится проще осуществлять речевое воздействие, внушая основные идеи, проще манипулировать сознанием, подменяя идеологические аспекты с негативной коннотацией на более положительные.

### Литература

1. Ахманова, О.С. *Словарь лингвистических терминов* / О.С. Ахманова. – М., 1969. – С. 99–524.
2. Базылев В.Н. *К изучению политического дискурса в России и российского политического дискурса* / В.Н. Базылев // *Политический дискурс в России 2 (материалы рабочего совещания)* / под ред. Ю.А. Сорокина и В.Н. Базылева. – М.: Диалог-МГУ, 1998. – С. 6–8.
3. Баранов, А.Н. *Парламентские дебаты: традиции и новации. Советский политический язык (от ритуала к метафоре)* / А.Н. Баранов, Е.Г. Казакевич. – М.: Знание, 1991. – 63 с.
4. Вальтер, Х. *Лозунг как речевой жанр публицистического дискурса* / Х. Вальтер // *Медиалингвистика*. – 2016. – № 3 (13). – С. 33–45.
5. Годжаева, Н.С. *Актуализация концепта SCHICKSAL в немецком языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04* / Н.С. Годжаева. – Иркутск, 2008.
6. Голоднов, А.В. *Персуазивность как универсальная стратегия текстообразования в риторическом метадискурсе (на материале немецкого языка):*

*дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04* / Голоднов Антон Владимирович. – Санкт-Петербург, 2011. – 402 с.

7. Дацюк, С.А. *Коммуникационные стратегии* / С.А. Дацюк. – Центр гуманитарных технологий, 1999. – <https://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/2751> (дата обращения: 27.10.2021)

8. Желтухина, М.Р. *Политический медиадискурс в XXI веке: угрозы, слухи, страхи социально-гуманитарные аспекты международных отношений: сборник материалов X Конвента РАМИ 8–9 декабря 2016 г.* МГИМО–Университет.

9. Кочкин, М.Ю. *О манипуляции в современном политическом дискурсе* / М.Ю. Кочкин // *Языковая структура и социальная среда*. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. техн. ун-та, 2000. – С. 9–13.

10. Лесняк, М.В. *Дискурсивные практики немецких политиков в 1930–1933 гг.: прагмалингвистический аспект: дис. ...канд. филол. наук* / М.В. Лесняк. – Ростов н/Д., 2014.

11. Лесняк, М.В. *Дискурсивные практики немецких политиков в 1930–1933 гг.: прагмалингвистический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04, 10.02.19* / Лесняк Марина Валерьевна; [Место защиты: Юж. федер. ун-т]. – Ростов н/Д., 2014. – 23 с.

12. Матвеева, Т.В. *Сто лет не видались или разговорный максимализм* / Т.В. Матвеева // *Русское слово в языке, тексте и культурной среде*. – Екатеринбург, 1997. – С. 200–206.

13. Михальская А.К. *Русский Сократ: Лекции по сравнительноисторической риторике. Учеб. пособие для студентов гуманитарных факультетов* / А.К. Михальская. – М.: Издат. центр «Academia», 1996. – 189 с.

14. Поликарпова, Е.В. *Гипербола в современном немецком языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук* / Е.В. Поликарпова. – М., 1990. – 19 с.

15. Руженцева, Н.Б. *Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе: моногр.* / Н.Б. Руженцева. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2004. – 294 с.

16. Русакова, О.Ф. *Дискурс-анализ публичных коммуникаций* / О.Ф. Русакова // *Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика* / под ред. Л.Н. Тимофеевой. – М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН). *Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН)*, 2012. – 327 с.

17. Самарина И.В. *Коммуникативные стратегии «создание круга чужих» и «создание круга своих» в политической коммуникации: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19* / Самарина Ирина Владимировна. – Ростов н/Д., 2006. – 158 с.

18. Сафина, А.В. *Коммуникативные средства выражения манипуляции в межличностном общении немцев (на материале синематографа XXI века): дис. ... канд. филол. наук* / А.В. Сафина. – Уфа, 2018.

19. Тетова, Л.В. Коммуникативные стратегии в политическом дискурсе / Л.В. Тетова. – [www.pglu.ru/lib/publications/University.../uch\\_2010\\_III\\_00019.pdf](http://www.pglu.ru/lib/publications/University.../uch_2010_III_00019.pdf) (дата обращения: 27.10.2021)

20. Шейгал, Е.И. Семантика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01, 10.02.19 / Шейгал Елена Ивановна. – Волгоград, 2000. – 431 с.

21. Max Domarus Hitler. Reden und Proklamationen 1932–1945. – <https://archive.org/details/HitlerRedenUndProklamationen19321945/page/n11/mode/thumb?view=theater>

22. Wedleff, M. Zum Stil in Hitlers Maireden / M.Wedleff // *Muttersprache*. – 1970. – 80, H.3/4. – S. 107–127.

Запрудская Ольга Вадимовна, старший преподаватель, Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта (Санкт-Петербург), [olgaminjailo@mail.ru](mailto:olgaminjailo@mail.ru)

Поступила в редакцию 15 января 2022 г.

DOI: 10.14529/ling220209

## GRATITUDE IN POLITICAL COMMUNICATION AS A MEANS OF MANIPULATION AND SUGGESTION

O.W. Zaprudskaya, [olgaminjailo@mail.ru](mailto:olgaminjailo@mail.ru)

Lesgaft National State University of Physical Education, Sport and Health,  
St. Petersburg, Russian Federation

This article deals with studying political ideological discourse and the communicative act of gratitude as a means of speech impact in Germany in the 1930s. The communicative act of gratitude was often used in German political communication as an etiquette tactic of general conventional strategy, but it was not considered in ideological discourse as a means of propaganda and agitation. The most important characteristic of a totalitarian regime is the role of ideological influence, the use of various forms of ideological manipulation. The article analyzes the tactic of gratitude in political discourse as a means of manipulation and suggestion. We proved that the communicative act of gratitude pursues the strategies of manipulation and presentation, strategies aimed at creating the positive image of the past and the future, hyperbolization.

*Keywords: linguistic manipulation, political ideological discourse, pragmatics of gratitude, communication strategy, manipulation, suggestion.*

### References

1. Ahmanova O.S. *Slovar' lingvisticheskikh terminov* [Dictionary of linguistic terms]. M.oscow, 1969, pp. 99–524.
2. Bazylev V.N. [To study of political discourse in Russia and Russian political discourse]. *Politicheskij diskurs v Rossii 2. Materialy rabocheho soveshchaniya* [Political discourse in Russia. Workshop proceedings]. Ed. by Yu.A. Sorokin i V.N. Bazylev. Moscow, Dialog-MGU Publ., 1998, pp. 6–8. (in Russ.)
3. Baranov A.N., Kazakevich, E.G. *Parlamentskie debaty: tradicii i novacii. Sovetskij politicheskij yazyk (ot rituala k metafore)*. [Parliamentary debates: traditions and innovations. The political language of the Soviet Union (from ritual to metaphor)]. Moscow, Znanie Publ., 1991, 63 p.
4. Walter H. [Slogan as a speech genre in the publicistic discourse]. *Medialingvistika* [Media Linguistics], 2016. 3 (13), pp. 33–45. (in Russ.)
5. Godzhaeva N.S. *Aktualizaciya koncepta SCHICKSAL v nemeckom yazyke* [Tekst]: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.04 [Actualization of the «fate» concept in German. Abstract of Cand. sci. diss.]. Irkutsk, 2008.
6. Golodnov A.V. *Persuazivnost' kak universal'naya strategiya tekstoobrazovaniya v ritoricheskom meta-diskurse (na materiale nemeckogo yazyka)*: dis. ... dokt. filol. nauk. [Persuasiveness as a universal strategy of text formation in the rhetoric metadiscourse (on the material of the German language)]. [Doct. sci. diss.]. St. Petersburg, 2011, 402 p.
7. Datsyuk S.A. *Kommunikacionnye strategii. Centr gumanitarnyh tekhnologij*. [Communication strategies. Humanitarian technologies centre] 1999. Available at: <https://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/2751> (accessed: 27.10.2021).

8. Zheltukhina M.R. Politicheskij mediadiskurs v XXI veke: ugrozy, sluhi, strahi social'no-gumanitarnye aspekty mezhdunarodnyh otnoshenij [Political media discourse in the 21 century: threats, rumours, fears]. *Proceedings of the 10th RAMI Convention* 8–9 December 2016. MGIMO University.
9. Kochkin M.Yu. [About manipulation in modern political discourse]. *Yazykovaya struktura i social'naya sreda*. [Linguistic Structure and the Social Environment]. Voronezh, Voronezh St. Techn. Univ. Publ., 2000, pp. 9–13. (in Russ.)
10. Lesnyak M.V. *Diskursivnye praktiki nemeckih politikov v 1930–1933 gg.: pragmalingvisticheskij aspekt*. Dis. kand. filol. nauk. [Discourse practices of german politicians in the 1930–1933: pragmatic and linguistic aspects]. Rostov-on-Don, 2014.
11. Lesnyak M.V. *Diskursivnye praktiki nemeckih politikov v 1930–1933 gg.: pragmalingvisticheskij aspekt: avtoreferat kand. dis.* [Discourse practices of german politicians in the 1930–1933: pragmatic and linguistic aspects]. Rostov-on-Don, 2014, 23 p.
12. Matveeva T.V. [One hundred years without seeing each other or colloquial maximalism]. *Russkoe slovo v yazyke, tekste i kul'turnoj srede* [Russian word in language, text and cultural environment]. Ekaterinburg, 1997, pp. 200–206. (in Russ.)
13. Mihal'skaya A.K. *Russkij Sokrat: Lekcii po sravnitel'noistoricheskoy ritorike. Ucheb. posobie dlya studentov gumanitarnykh fakul'tetov* [The Russian Socrates: Lectures in Comparative and Historical Rhetoric. Textbook for humanities students]. Moscow, Izdatel'skij centr "Academia", 1996, 189 p.
14. Polikarpova E.V. *Giperbola v sovremennom nemeckom yazyke. Avtoref. kand. diss.* [Hyperbole in modern German language (lexicological aspect)]: Abstract of cand. diss. (Philol.) Moscow, 1990, 19 p.
15. Ruzhenceva N.B. *Diskreditiruyushchie taktiki i priemy v rossijskom politicheskom diskurse* [Defamatory tactics and techniques in Russian political discourse]. Monografiya. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical Univ., 2004, 294 p.
16. Rusakova O.F. Diskurs-analiz publicnyh kommunikacij [Discourse analysis of public communications]. *Politicheskaya kommunikativistika: teoriya, metodologiya i praktika* [Political communication theory: theory, methodology and practice] by Ed. L.N. Timofeevoj. Moscow, Rossijskaya asociaciya politicheskoy nauki (RAPN). Rossijskaya politicheskaya enciklopediya (ROSSPEN), 2012, 327 p.
17. Samarina I.V. *Kommunikativnye strategii "sozdanie kruga chuzhix" i "sozdanie kruga svoix" v politicheskoy kommunikacii*. Dis. ... kand. filol. nauk [Communicative strategies of forming outsiders' and insiders' circles in political communication. Cand. Sci. Diss.]. Rostov-on-Don, 2006, 158 p.
18. Safina A.V. *Kommunikativnye sredstva vyrazheniya manipuljatsii v mezhluchnostnom obshchenii nemcev (na materiale sinematografa XXI veka)*. dis. ... kand. filol. nauk [Means of manipulation in German interpersonal communication (based on the cinematographic material in the XXI century). Cand. Sci. diss.]. Ufa, 2018.
19. Tetova L.V. *Kommunikativnye strategii v politicheskom diskurse* [Communication strategies in political discourse] URL: [www.pglu.ru/lib/publications/University.../uch\\_2010\\_III\\_00019.pdf](http://www.pglu.ru/lib/publications/University.../uch_2010_III_00019.pdf) (accessed: 27.10.2021).
20. Shejgal E.I. *Semiotika politicheskogo diskursa. Dis. ...dokt. filol. nauk* [Semiotics of political discourse. Doct. Sci. diss.]. Volgograd, 2000. 431 p.
21. Max Domarus Hitler. Reden und Proklamationen 1932–1945. Available at: <https://archive.org/details/HitlerRedenUndProklamationen19321945/page/n11/mode/thumb?view=theater>
22. Wedleff M. Zum Stil in Hitlers Maireden. *Muttersprache* 80, H.3/4. 1970, pp. 107–127.

**Olga V. Zaprudskaya**, Senior lecturer, Lesgaft National State University of Physical Education, Sport and Health (St. Petersburg), [olgaminjailo@mail.ru](mailto:olgaminjailo@mail.ru)

*Received 15 January 2022*

---

### ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Запрудская, О.В. Благодарность в политической коммуникации как средство манипуляции и суггестии / О.В. Запрудская // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2022. – Т. 19, № 2. – С. 65–72. DOI: 10.14529/ling220209

### FOR CITATION

Zaprudskaya O.V. Gratitude in Political Communication as a Means of Manipulation and Suggestion. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2022, vol. 19, no. 2, pp. 65–72. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling220209