

# СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ДОНАЛЬДА ТРАМПА

А.А. Тещенкова (Науч. рук. Е.А. Плетнева)

Воронежский государственный университет

**Аннотация:** в статье рассматриваются основные стратегии и тактики речевого манипулирования в политическом дискурсе, применяемые Дональдом Трампом в одном из выступлений. Мы обратимся к характеристике понятия «манипуляция» и кратко рассмотрим приемы манипулирования общественным и индивидуальным сознанием на лексическом, синтаксическом, стилистическом и прагматическом уровнях.

**Ключевые слова:** речевое манипулирование; политический дискурс; стратегия на повышение; стратегия на понижение; стратегия театральности.

В последние несколько десятков лет лингвисты уделяют пристальное внимание такой области изучения, как политический дискурс. В фокус рассмотрения попадают вопросы, связанные с теоретическим обоснованием и конструированием политического дискурса, а именно изучается специфика данного вида дискурса. На сегодняшний день сфера политики играет важную роль в жизни отдельного человека и общества. Следовательно, политические деятели в своих публичных выступлениях и высказываниях стремятся донести информацию до широких масс.

Вслед за Е. И. Шейгал мы придерживаемся широкого понимания политической коммуникации, включая в нее «любые речевые образования, субъект, адресат или содержание которых относится к сфере политики» [12, с. 34]. Следовательно, любая информация, предметом обсуждения которой является политика, или информация, направленная на политического деятеля будет принадлежать сфере политического дискурса. Главной целью политического дискурса, по мнению Е. И. Шейгал, является применение его в роли инструмента политической власти (борьба за власть, захват, поддержание, распределение власти) [12, с. 48]. Принимая во внимание этот факт, мы можем сделать вывод о том, что политический дискурс оказывает явное воздействие на общество и общественное мнение. Главным инструментом этого воздействия является язык. Р. Блакар отмечает, что: «Выразиться нейтрально невозможно. Всякое использование языка предполагает воздействующий эффект» [1, с. 92]. Следовательно, с помощью языка политические деятели могут манипулировать сознанием широких масс.

В настоящее время понятие манипуляция имеет множество схожих определений. Психолог Е. Л. Доценко, изучив множество материалов исследователей и словарей, затрагивающих проблему манипуляции, вывел свое определение данного термина: «Манипуляция – это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» [4, с. 59]. Многие определения других ученых сходятся с дефиницией психолога Е. Л. Доценко.

Для нас представляет интерес особый вид манипулирования, а именно – языковое или речевое манипулирование. С. Г. Кара-Мурза утверждает, что «внушаемость посредством слова – глубинное свойство психики, возникшее гораздо раньше, нежели способность к аналитическому мышлению» [7, с. 84]. Есть ряд определений, характеризующих особенности речевого манипулирования, и мы рассмотрим некоторые из них. Е. В. Денисюк определяет речевое воздействие как «специфическое речевое поведение в процессе общения, направленное на побуждение собеседника совершить невыгодное для него (но выгодное для побуждающего лица) действие. Отличительной чертой этого способа побуждения является его скрытый характер: и цель, и процесс побуждения намеренно скрываются от адресата» [3, с. 66]. По мнению О. Н. Быковой, «языковое манипулирование – вид языкового воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент» [2, с.99]. Проанализировав данные определения, мы можем сделать вывод о том, что они сходятся в указании на скрытый характер этого воздействия, которое несет в себе установки, несовпадающие с имеющимися у адресата. Посредством такого искусного внушения и убеждения манипулятору удастся заставить адресата думать и действовать определенным образом.

В данной статье мы бы хотели рассмотреть основные приемы и тактики манипулирования сознанием в политическом дискурсе на примере публичного выступления Дональда Трампа, в котором он обращается к жителям города Миннеаполис 10 октября 2019 года [13].

Изучив материалы, посвященные анализу средств манипулирования в политическом дискурсе, мы пришли к выводу, что манипулирование на лексическом уровне является частотным. «Выбор слова, выбор номинации – это уже субъективно-оценочный акт», – так рассуждает В. Е. Чернявская [10, с.11]. Помимо денотативного значения, у слова есть и коннотативный компонент. Коннотации включают «эмоциональный, оценочный, экспрессивный и стилистический компоненты значения». Следовательно, коннотации помогают адресанту сообщения передать свое отношение к конкретной ситуации общения [10, с. 12]. Стоит отметить, что выбор слова может навязать адресату сообщения конкретное мнение, отношение к тому, что содержится в сообщении, тем самым руководить восприятием и пониманием адресата [10, с. 12].

Например: *«I want to thank our **great** Vice President Mike Pence and Karen Pence for being here tonight. It is great to be back in the twin cities with the **freedom-loving** American patriots, who make our country run».*

*«For the next 13 months we are going to **fight with all of our heart and soul** and we are going to win the **great** state of Minnesota in 2020».*

В этих примерах выделенные жирным шрифтом лексемы («great», «freedom-loving») являются положительно окрашенными в данном контексте. Говорящий тем самым пытается расположить к себе аудиторию штата Миннесота, называя их штат великим, а жителей свободолюбивыми

патриотами. Дональд Трамп с помощью такого приема сближается с людьми, а они в свою очередь ощущают позитивный настрой. В то же время в одном из предложений использована лексема «fight». В этом контексте мы можем рассматривать эту лексему как имеющую негативную коннотацию, так как в нашем понимании бороться за власть значит прикладывать все усилия, в том числе и физическую силу, чтобы заполучить власть. Таким образом, Дональд Трамп подчеркивает, что в его планы входит борьба за удержание власти в своих руках, и, следовательно, победа на предстоящих выборах.

*«These **corrupt** politicians and the **radical leftists** got rich **bleeding** America dry and they knew that my election would finally end their **pillaging** and **looting** of our country».*

В этом предложении мы замечаем изобилие лексем с негативно окрашенной коннотацией. Дональд Трамп с помощью этих слов рисует образ политической власти и политических партий, которые, по его мнению, финансово обогащаются за счет материальных ресурсов страны. Для аудитории создается отрицательный образ и внушается мысль о том, что другие партии, кроме Республиканской, которую представляет Дональд Трамп, не принесут лучшее будущее стране, а значит нужно голосовать за него.

Другим частотным приемом является лексический повтор, который выводит в фокус внимания аудитории необходимые адресату сообщения единицы с помощью многократного их повторения.

*«They're **crooked** polls, the **crooked** polls».*

*«Thirteen months I gotta move fast because they're not beating us at the polls and they know it despite the **phony**, despite the **phony** polls that you see all the time. They're **phony** polls».*

*«**Polls** are no different than crooked writers. They're **crooked** polls, the **crooked** polls».*

В данных предложениях Дональд Трамп использует повторы в контексте предвыборных опросов и его мнения о них. Мы видим, что отношение говорящего крайне негативное, это подчеркивают использованные лексемы («crooked», «phony»). Дональд Трамп с помощью повторов внушает аудитории, что все эти опросы нечестные и содержат ложные данные, поэтому им не стоит доверять. Таким образом, аудиторию наводят на мысль о том, что верить информации представленной в этих опросах не стоит, так как она могла быть фальсифицирована.

В современном политическом дискурсе наблюдается высокая степень экспрессивности, а именно использование различных стилистических средств, тропов и фигур речи и особенных синтаксических конструкций, не являющихся типичными [11, с.48]. В нашей статье мы рассмотрим наиболее частотные стилистические средства.

О. Л. Михалева замечает, что метафора является одним из наиболее эффективных приемов, которые позволяют манипулировать сознанием. В Словаре лингвистических терминов Т. В. Жеребило дает следующее определение метафоры: «Перенос названия с одного предмета (явления, действия, признака) на другой на основе их сходства» [5, с.192]. Т. В.

Жеребило также разделяет метафоры на три группы, систематизируя их по стилистической окраске и использованию в языке:

- 1) утратившие образность;
- 2) сохраняющие в языке образность;
- 3) авторские, индивидуально стилистические метафоры.

Мы склоняемся к мнению, что в политическом дискурсе чаще всего используются авторские, индивидуально стилистические метафоры.

Одним из главных свойств метафор является их свойство изменять восприятие ситуаций, наталкивать на принятие определенного решения и оказывать влияние на поведение [6, с.163]. Часто метафоры, описывающие политическую жизнь, применяются для дискредитации политических оппонентов [6, с.165].

*«That is why from day one the wretched **Washington swamp** has been trying to nullify the results of a truly great and democratic election».*

*«Democrats are **on a crusade to destroy our democracy**».*

*«Sleepy Joe and his friends **sold out America**».*

В данных примерах мы выделили индивидуально стилистические метафоры, направленные на компрометацию фактов о политических соперниках Дональда Трампа. Говорящий обличает руководство Вашингтона («Washingtonswamp»), которым он крайне не доволен, тем более, тем фактом, что они пытались аннулировать результаты выборов, в которых он победил, используя разные ложные аргументы о нечестности этих выборов. Также Дональд Трамп говорит о Демократической партии США, которая, по его мнению, осуществляет свою деятельность по искоренению демократии. В другом примере Дональд Трамп обличает своего главного соперника на предстоящих выборах Джо Байдена, обвиняя его в участии в различных схемах, с помощью которых были использованы государственные деньги не по назначению. Применение этих метафор является частью прагматической тактики обвинения и тактики обличения.

Наряду с метафорами нами было замечено широкое использование эпитетов. Эпитет – «употребление прилагательного или наречия в качестве определения предмета, признака или процесса», при этом обладающее экспрессивностью, образностью и эмоциональностью [9, с. 70]. О. С. Иссерс добавляет, что, когда эпитет передает эмоциональное отношение к предмету речи, тогда он превращается в средство воздействия [6, с.173].

*«The **do-nothing** Democratic streamers have gone so far left that they believe it should not be a crime to cross our border illegally and it should be a crime to have a totally **appropriate, casual, beautiful, accurate** phone call with a foreign leader».*

*«There's nothing that the **dirty** political establishment hates more than a President that they cannot intimidate, own and control».*

В первом из примеров мы видим использование Д. Трампом цепочки эпитетов, характеризующих его телефонный разговор с президентом Украины. Данный звонок спровоцировал много разговоров, и его пришлось обнародовать. Использование целого ряда эпитетов является частью тактики оправдания того, что телефонный разговор не содержал ничего

противозаконного. В то же время говорящий открыто обвиняет представителей Демократической партии в том, что они так настаивали на обнародовании простого телефонного звонка, не замечая, например, проблемы незаконной иммиграции, что намного серьезнее. К тому же, использование эпитета «do-nothing» показывает пренебрежительное и неодобрительное отношение Д. Трампа к Демократической партии, и это же мнение должно сформироваться у аудитории. Во втором примере Д. Трамп использует эмоциональный эпитет «dirty» («грязный») в отношении политического истеблишмента Америки. И одновременно эпитет служит одним из средств тактики обвинения.

По мнению М. Н. Ковешниковой, риторические вопросы (утверждения, которые преподносятся в форме вопроса) являются «экспрессивным средством активизации адресата» и помогают выделить наиболее важные с точки зрения смысла элементы [8, с.393].

*«Every time a President from a country calls me or I call them, we have to release the text. How can you do business that way? Who's gonna want to speak to your President?»*

*«Actually, is there any place where we could have more fun than at a **Trump** rally?»*

С помощью риторических вопросов, ответ на которые очевиден и однозначен, Д. Трамп подчеркивает значимость и истинность своих идей. К тому же форма риторического вопроса помогает выделить наиболее значимую информацию из потока речи и сфокусировать на ней внимание аудитории. Второе предложение также интересно с точки зрения того, что Д. Трамп говорит о себе в третьем лице. С одной стороны, он дистанцируется от происходящего. С другой стороны, это утверждение выглядит так, будто оно было сказано кем-то другим, а он просто его повторил. Тем не менее, такой прием помогает Д. Трампу разнообразить речь и в очередной раз выделить свое имя.

Также на синтаксическом уровне может использоваться цитирование, воспроизводящее в точности отрывок какого-то текста, либо чьей-то речи. Данный прием помогает говорящему подтвердить и доказать свою точку зрения.

А. П. Чудинов отмечает диалогичную природу политической речи, поскольку она направлена на воздействие [11, с.49]. Стоит дополнить, что в политическую коммуникацию в качестве средств диалогизации добавляют цитаты, скрытые метафоры и аллюзии, что позволяет сделать сообщение «более ярким», а с другой стороны привнести загадку для более глубокого анализа [11, с.50].

*«And today I got a call from one of the top representatives. He said: "Congratulations Mr. President on having a truly great, great economy."»*

*«Do you remember that just 19 minutes after I raised my hand and took the oath of office, the Washington post, a **terrible** newspaper, that doesn't know how to write the truth, published a story. And in this case they might have gotten it pretty correct. They said: "The campaign to impeach President Trump has begun." That was their headline. Little did we know they weren't playing a game».*

Впервопримере прямая речь использована для того, чтобы показать, что мнение о великой Американской экономике принадлежит не только Дональду Трампу, но и представители других государств признают ее величие. Ссылка на чье-то мнение всегда будет срабатывать как манипулятивный прием, так как те же самые мысли, которые пытается донести до аудитории говорящий, принадлежат и другим людям. А если это мнение нескольких людей, то соответственно ему можно доверять.

Второй пример очень интересен с синтаксической точки зрения. В одном из предложений Д. Трамп приводит цитату из заголовка известной газеты «WashingtonPost», которая сообщает о том, что кампания по импичменту президента началась. В данном случае цитирование просто необходимо, чтобы объяснить, почему Дональду Трампу не нравится эта газета, так как в ее отношении он уже употреблял эпитет «terrible» («ужасный, отвратительный»). В последнем предложении использована инверсия. Использование инверсии помогает выделить те элементы сообщения, которые значимы для намерения говорящего [6, с.146]. В данном контексте Д. Трамп подчеркивает всю серьезность намерений данной газеты, которая не остановилась только на одном заголовке, за ним последовал еще целый ряд схожих заголовков.

О. Л. Михалева придерживается мнения, что политический дискурс является сферой выражения борьбы и состязания. В связи с этим она предлагает выделять три прагматических стратегии, используемые в политическом дискурсе [9, с.45]:

1. стратегия на повышение;
2. стратегия на понижение;
3. стратегия театральности.

С помощью стратегии на повышение говорящий стремится повысить свою значимость.

*«But you know I make as a President about four hundred and fifty thousand dollars. So, I give it away».*

*«You can't keep it. You can't actually make a gift. You can give it to your different agencies. So, I can give it to health. I can give it to transportation. I can give it to military. But I give it away all the time».*

*«I lose billions being President. I don't care. It's nice to be rich I guess. But I lose billions».*

*«And as you know, maybe especially in Minnesota, I kept another promise. I issued an executive action, making clear that no refugees will be resettled in any city or any state without the express written consent of that city or that state».*

*«We've also implemented the strongest screening and vetting mechanisms ever put into place. We're keeping terrorists, criminals and extremists the hell out of our country».*

*«We will not make the mistakes made in European countries that allow a violent ideology to take root in our country, on our shores. We're not going to allow it to happen. And, as you all know, to protect our citizens from those who would do harm to us I instituted a very controversial, very hard to get travel ban on some of the world's most dangerous countries».*

В первых четырех примерах Дональд Трамп пользуется тактикой самопрезентации, которая помогает ему построить положительный образ себя как президента США. Говорящий рассказывает аудитории, что он не зарабатывает деньги, а наоборот, раздает их на разные благие цели (здравоохранение, военная отрасль). В контексте речи Д. Трампа такая информация выделяется, так как своих политических оппонентов он представил в невыгодном свете. Очевидно, что с точки зрения манипулирования это продуманный ход. К тому же, Дональд Трамп подчеркивает, что он уже выполнил некоторые свои обещания для жителей Миннесоты, касающиеся политики беженцев. Последующие несколько примеров демонстрируют одновременно и тактику презентации, и стратегию создания круга «своих». Для этой цели зачастую применяются инклюзивные местоимения 1-го л. мн. ч. мы («we»). Характерной чертой данного местоимения можно назвать его способность объединять отправителя и получателя сообщения. Мы – создание образа единого целого президента и всей страны. Дональд Трамп акцентирует внимание аудитории на том, что уже было сделано во время его президентства, а это улучшение структуры проверки и аттестации, борьба с международным терроризмом и экстремизмом, а также ограничение въезда на территорию США граждан из потенциально опасных государств. Все перечисленные действия принадлежат не только Д. Трампу, но и гражданам США, ведь это они его выбрали, а он оправдывает их ожидания.

В своей речи Дональд Трамп также применяет и стратегию на понижение. О. Л. Михалева объясняет, что данная стратегия направлена на противника, другими словами, оппонента, она стремится разоблачить или опровергнуть его установки. Обратимся к примерам.

*«Guy walks in, no experience, no nothing, walks out with a big and five G, flies in on Air Force Two with his father, the Vice President. Don't forget, that's when he was Vice President. So, China gives his son 1.5 billion. How would you like to have Joe Biden take over negotiations right now with China? I don't think so. I don't think so. Meanwhile, Biden allowed China to rip off America for eight years as Vice President. And Barack Obama let him just rob us blind».*

Данный пример демонстрирует тактику обвинения и обличения. Д. Трамп открыто заявляет о том, что Джо Байден и Барак Обама содействовали процессу использования государственных средств не по назначению, при этом, не называя точных аргументов для таких выводов. Мы можем сказать, что эти тактики позволяют манипулировать сознанием аудитории, так как идет внушение, апеллирующее к чувствам и эмоциям людей, которые, очевидно, не равнодушны к своей стране и к бюджету, который формируется, в том числе и за счет налогообложения граждан.

Приведенные примеры в этой статье показывают, что речевое манипулирование является неотъемлемой частью политического дискурса и риторики Дональда Трампа. С одной стороны, данный вид дискурса требует этого в большей или меньшей степени. А с другой стороны, это желание самого Д. Трампа, поскольку в настоящее время его целью является победа на предстоящих выборах.

## Литература

1. Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88-125.
2. Быкова О. Н. Языковое манипулирование / О. Н. Быкова // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 1. – Красноярск, 1999. – С. 99-103.
3. Денисюк Е. В. Феномен манипуляции: речедетельностная интерпретация / Е. В. Денисюк // Культурно-речевая ситуация в современной России: вопросы теории и образовательных технологий: Тезисы докладов и сообщений Всерос. науч-методич. конференции: Екатеринбург, 19-21 марта 2000 г. / Под ред. И.Т. Вепревой. – Екатеринбург, 2000. – С. 66-68.
4. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М.: «ЧеРо», Изд-во МГУ, 2000. – 344 с.
5. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т. В. Жеребило. – 5-е изд., испр. и доп. – Назрань: Пилигрим, 2010. – 486 с.
6. Иссерс О. С. Речевое воздействие : учебное пособие / О. С. Иссерс. – М.: Флинта: Наука, 2009. - 224 с.
7. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 832 с.
8. Ковешникова М. Н. Речевая манипуляция и приемы речевого манипулирования / М. Н. Ковешникова // XVIII Царскосельские чтения: материалы междунар. науч. конф. (22-23 апр. 2014 г.): в 3-х т. / под общ.ред. В. Н. Скворцова. – СПб.: Изд. Ленингр. гос. ун-та, 2014. – Т. 1. – С. 387-394.
9. Михалева О. Л. Политический дискурс : Специфика манипулятивного воздействия / О. Л. Михалева. – М.: ЛИБРОКОМ, 2009. – 256 с.
10. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия : учебное пособие / В. Е. Чернявская. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 136 с.
11. Чудинов А. П. Современная политическая коммуникация: учебное пособие / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2009. – 292 с.
12. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – Волгоград: Перемена, 2000 – 368 с.
13. FULL RALLY: President Trump rally in Minneapolis. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vT3O5WFYUxo> (датаобращения: 24.12.2019).