

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра романо-германской филологии и переводоведения

**Манипулятивные стратегии в американском предвыборном дискурсе**

АВТОРЕФЕРАТ

ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА

студентки 4 курса 422 группы  
направления 45.03.01 «Филология»  
Института филологии и журналистики  
Миколюк Ирины Васильевны

Научный руководитель  
к.ф.н., доцент

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Т.В. Харламова

Зав. кафедрой  
к.ф.н., доцент

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Т.В. Харламова

Саратов 2020

**Введение.** Одним из самых молодых и малоизученных научных направлений в современной лингвистике является исследование дискурса, в том числе и политического. Предвыборный дискурс как одна из ветвей политического дискурса привлекает все большее внимание со стороны исследователей, поскольку именно политическая жизнь является одной из центральных сфер в жизни общества. Речевое поведение, включающее в себя использование различных стратегий и тактик манипулирование сознанием общества, являет собой отличный материал для проведения лингвистического исследования.

**Актуальность** данного исследования определяется многократным обращением лингвистов к проблеме языковой манипуляции в сфере политической коммуникации, а также интересом, связанным с логичной потребностью в создании мер защиты от подобного воздействия.

**Научная новизна** данной квалификационной работы заключается в том, что на данный момент существует крайне малое количество научных статей и работ, посвящённых как предвыборному дискурсу, так и дискурсу в целом.

В качестве **материала** для исследования послужили речи трех кандидатов на пост президента США 2016 года: Дональда Трампа, Хилари Клинтон и Берни Сандерса.

**Цель** данной выпускной квалификационной работы – изучение и анализ реализации стратегий и тактик речевого манипулирования в предвыборных выступлениях политиков.

Для достижения данной цели поставлены следующие **задачи**:

1. изучить теоретико-методологическую литературу по исследуемым вопросам;
2. рассмотреть понятия «дискурс», «политический дискурс», «предвыборный дискурс», «речевые манипуляции»;

3. провести анализ предвыборных выступлений трёх кандидатов в президенты США (Дональда Трампа, Хилари Клинтон, Берни Сандерса) с точки зрения использования языковых средств с целью реализации манипулятивного воздействия;
4. определить взаимосвязь манипулятивных стратегий и тактик в рамках исследуемого дискурса с принятием решения со стороны избирателя.

Для достижения поставленных целей использовались следующие **методы**: сравнительный анализ, контент-анализ в рамках дискурсивного подхода.

Поскольку данное исследование находится на стыке двух смежных наук – лингвистики и политологии, результаты работы могут обладать **практической ценностью** для большого числа специалистов.

**Структура** данной выпускной квалификационной работы включает в себя введение, две главы, заключение и список использованных источников.

**Основное содержание работы.** В первой главе приведен анализ отечественной и зарубежной научной литературы по вопросу изучения терминов «дискурс», «политический дискурс», «предвыборный дискурс», «речевая манипуляция».

Дефиниция феномена «дискурс» с точки зрения лингвистической науки позволила исследователям развить и уточнить такие классические понятия как диалог, речь и текст.

Противопоставление речи дискурсу в большей степени связано с попытками ученых ввести в принадлежащую Фердинанду де Соссюру классическую оппозицию речи и языка некий связующий член. Сам по себе дискурс представляет из себя непосредственно речь, но происходящую в условиях реального общения, и, как вытекающий фактор, включающую в себя ярко-выраженный социальный аспект, что отличается от обычной речевой деятельности индивида. С другой точки зрения, практический аспект в дискурсивном анализе подразумевает под собой глубокое изучение конкретной коммуникативной ситуации, реализуемой, в первую очередь,

посредством взаимообмена репликами со стороны участников коммуникации – диалоговым взаимодействием.

При оппозиции *дискурса и текста* лингвистами была отмечена характерная особенность дискурса – его динамичность. Данная черта, противоречащая классическим представлениям о тексте, не позволяла отнести дискурс к статичной структуре.

В относительно молодой отрасли языкознания, стоящей на стыке двух дисциплин – лингвистики и политологии – политический дискурс является центральным понятием.

В своей работе Е. И. Шейгал приводит целый ряд характерных политическому дискурсу признаков. Среди них:

- дистанцированность;
- театральность;
- фантомность;
- фидеистичность (опора на подсознание);
- смысловая неопределенность;
- эзотеричность – по трактовке А.П. Чудинова данный признак

обусловлен недоступностью понимания политических высказываний слушателям, не входящим в ограниченный «круг избранных».

Еще одна отличительная черта политического дискурса была определена А. К. Михальской [9, с. 68] и О. Л. Михалёвой [10, с. 98] и обозначена как «агональность». «Агон» с греческого означает активную борьбу идей, отстаиваемых в споре двумя или более сторонами. Следовательно, коммуникация, осуществляемая на политической «арене», понимается как состязание, в котором победа становится главной целью общения.

Согласно исследованию А.К. Михальской, предлагается разграничивать два типа отношений:

- 1) агональные (борьба ради победы);

2) гармонизирующие (обратные агональным: целью таких отношений является поиск истины посредством объединения сил и, как следствие, приход к консенсусу).

Согласно Т. Ван Дейку, политический дискурс имеет ряд функций, информативная, персуазивная, манипулятивная, интерпритационная и аргументативная функции.

Проведенный анализ показал, что предвыборный дискурс, будучи подвидом дискурса политического, обладает рядом системообразующих признаков, которые во многом пересекаются с признаками политического дискурса.

Прежде чем рассмотреть, как реализована манипуляция в предвыборном дискурсе, обратимся непосредственно к определению данного понятия.

Манипуляция – это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведёт к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуальными желаниями.

Механизм манипуляции, как правило, можно описать в три этапа:

1. *заражение* – представляет собой процесс психологической подготовки, во процессе которой адресант активно использует эмоциональное воздействие на адресата (в ход идет эмоциональная яркость изложения и выразительные примеры); на языковом уровне реализуется посредством использования в обильном количестве эмоционально-окрашенной лексики;

2. *внушение* – являет собой навязывание четко сформированного мнения адресату, путем воздействия на его подсознание – обращение к чувствам, привычкам и эмоциональному фону, и что самое важное – ценностям аудитории;

3. *убеждение* – в отличие от внушения, в большей степени рационально-ориентировано и выглядит в максимальной степени логичным [25]; зачастую представляет из себя императивные формы, а также формы

модальности (учащенное использование глаголов долженствования); также может представлять собой две разные процедуры (по Е.Н. Зарецкой):

- *вытеснение* – работает в случае, если оратор, при переносе своей системы концепций и ценностей в сознание слушателей приводит достаточное для доказательства некомпетентности адресата количество аргументов;
- *замещение* – представляет собой последующий после вытеснения этап. «После того как система взглядов слушателей вытеснена, в их сознании образуется «вакуум», который возможно заполнить системой убеждений оратора посредством новой системы аргументов. Этот этап называется «замещением»» [20, с. 88].

Таким образом, речевое манипулирование охватывает как эмоциональную, так и рациональную сферы сознания адресата.

В предвыборном дискурсе манипулятивное речевое воздействие оказывается посредством двух основных стратегий: *стратегии дискредитации* оппонента и *стратегии саморекламы*, которые реализуются через ряд определённых тактик.

Н.Э. Гронская предлагает следующую последовательность реализации лингвоманипулятивного процесса:

- 1) мотив – выступает внешним или внутренним, субъективным или объективным фактором, имеющим своей целью изменить мнение собеседника/участника коммуникации;
- 2) интенция – это намерение коммуниканта осуществить коммуникацию для того, чтобы передать собеседнику определённую информацию;
- 3) стратегия – сверхзадача, которую ставит перед собой говорящий;
- 4) тактика – представляет собой те практические шаги, которые предпринимает говорящий для реализации выбранной стратегии;
- 5) языковые средства – это языковой материал, представленный на всех уровнях языка, который использует говорящий.

Во второй главе приведен анализ предвыборных выступлений с точки зрения реализации манипулятивных стратегий и тактик на языковом уровне.

На основе изученного материала нами был проведён анализ программных речей трёх кандидатов в президенты Соединённых Штатов Америки: Хиллари Клинтон, Дональда Трампа и Берни Сандерса. Необходимо отметить, что стратегически речевое манипулирование в предвыборных программах представленных кандидатов осуществлялась в двух направлениях: саморекламы через приписывание себе политического опыта, обещания, призыва проголосовать; и в агрессивном направлении – дискредитации своего оппонента посредством различных тактик, обвинения, критики, лжи, оскорблений и т.д.

В целом, схема, по которой формируется выступление кандидатов, носит шаблонный характер. Во-первых, любому из кандидатов необходимо доказать потенциальным избирателям, насколько все-таки плохо положение государства на момент происходящей предвыборной кампании, и в том числе насколько неблагоприятно положение каждого гражданина в отдельности; затем указать на оппонента, обвинив его во всех проблемах, тем самым дискредитируя его в глазах электората; и, наконец, описать, каким процветающим станет государство, если пост президента займёт непосредственно выступающий, который уже описал себя самым лестным образом в попытках заручиться максимальной поддержкой аудитории. Кроме того, нами было отмечено, что чем ближе к исходу предвыборной гонки, тем враждебнее становится дискурс предвыборных выступлений.

Итак, был выявлен основной механизм речевой манипуляции, который можно описать в три этапа: заражение, внушение и убеждение. Данный алгоритм был выделен в ходе проведенного нами анализа выступлений Х. Клинтон. Примерно такого же алгоритма старается придерживаться в своем выступлении и Д. Трамп, однако необходимо отметить, что для этого он использует другие речевые приемы.

Механизм манипуляции в речи всех трех кандидатов также можно представить в виде таблицы:

Таблица 1. Механизмы манипуляции в речи американских политиков

Механизм манипуляции	1. Заражение	2. Внушение	3. Убеждение
Хиллари Клинтон	<p><b>Стратегия саморекламы:</b></p> <p><i>Тактика ценностного ориентирования</i> (метафоры, пассивные конструкции, обезличивающие настоящего деятеля)</p>	<p><b>Стратегия дискредитации:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Тактика обвинения</i> (анафора)</li> <li>- <i>Тактика косвенного намека</i> (метафоры, ироническая аллюзия)</li> </ul> <p><b>Стратегия саморекламы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Тактика присвоения себе политического опыта</i> (параллельные конструкции, градация)</li> <li>- <i>Тактика обещания</i> (глаголы сильной модальности)</li> <li>- <i>Тактика ценностного ориентирования</i> (эпифора)</li> <li>- Тактика идентификации с адресатом</li> </ul>	<p><b>3.1 Вытеснение</b> (отсутствует)</p> <p><b>3.2 Замещение:</b></p> <p><b>Стратегия саморекламы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Тактика обещания</i> (вводная конструкция, глаголы сильной модальности, синтаксический параллелизм, лексические единицы с ярко-выраженной положительной коннотацией)</li> </ul>
Дональд Трамп	<p><b>Стратегия саморекламы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Тактика героизации</i> (вульгаризация и милитаризация лексики, синтаксический</li> </ul>	<p><b>Стратегия дискредитации:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Тактика обвинения</i> (стилистически сниженная лексика)</li> <li>- <i>Тактика противопоставления</i> (оппозиция «свой-чужой»)</li> <li>- <i>Тактика</i></li> </ul>	<p><b>3.1 Вытеснение:</b></p> <p><b>Стратегия саморекламы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Тактика присвоения себе профессионального опыта</i> (глаголы деятельности в сочетании с личными</li> </ul>

	<p>и лексический повтор)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Тактика идентификации с адресатом</i> (вводные конструкции, разговорные лексемы, стилистически сниженная лексика)</li> </ul>	<p><i>оскорбления</i> (грубая уничижительная лексика)</p> <p><b>Стратегия саморекламы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Тактика идентификации с адресатом</i> (лексические единицы с ярко-выраженной положительной коннотацией)</li> <li>- <i>Тактика обратного-прямого обращения</i> (фамильярные обращения)</li> </ul>	<p>местоимениями, лексические единицы с ярко-выраженной положительной коннотацией)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Тактика противопоставления</i> (условные придаточные, метадискурсивные фразы)</li> </ul>
<p>Берни Сандерс</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p><b>3.2 Замещение:</b></p> <p><b>Стратегия саморекламы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Тактика ценностного ориентирования</i> (лексический повтор, анафора)</li> <li>- <i>Тактика приведения статистических данных</i> (статистический массив, анафора)</li> <li>- <i>Тактика идентификации с адресатом</i> (лексические единицы с ярко-выраженной положительной коннотацией)</li> <li>- <i>Тактика призыва к действию</i> (императивные словосочетания)</li> </ul> <p><b>Стратегия дискредитации:</b></p>

			- <i>Тактика косвенного намека (лексические единицы с ярко-выраженной негативной коннотацией, контекстуальная антитеза)</i>
--	--	--	---

Речь Хиллари Клинтон четко структурирована согласно выявленному нами алгоритму. Также в своих выступлениях политик задействует стратегию саморекламы, с помощью которой стремится произвести хорошее впечатление о себе и своей партии перед аудиторией, а также стратегию дискредитации оппонентов, а именно – Республиканской партии, которую она активно подставляла под удар, обвиняя во многих проблемах относительно политической и экономической сфер США. Стоит также отметить, что самым распространенным стилистическим средством, используемым в тактиках для реализации обеих стратегий, была именно метафора и её разновидности.

Речь Д. Трампа резко отличается от речи его главного оппонента Х. Клинтон стилистически. Специалисты из Института лингвистических технологий Университета Карнеги-Меллона заявили, что речевой портрет Д. Трампа демонстрирует уровень семиклассника общеобразовательной школы, в первую очередь ввиду простого синтаксиса, несогласованности между собой некоторых частей общего высказывания и обрывистой структуры предложений в речи политика. В целом, стиль речи Д. Трампа относится к разговорному типу, а не к публицистическому, к которому большинство лингвистов привыкли относить жанр публичного политического выступления: здесь нет ни большого ряда лексических единиц, относящихся к тематике государственности, ни образных средств, которые помогли бы создать яркий, запоминающийся адресату образ. Однако, несмотря на отсутствие образности и выразительности в предвыборной речи, Д. Трамп

смог произвести впечатление на потенциальных избирателей, что подтверждается количеством проголосовавших за его кандидатуру.

В речи Берни Сандерса механизм речевой манипуляции выражен только в виде этапа убеждения, однако включает в себя использование обеих стратегий, характерных для предвыборного дискурса. Отличительной характеристикой речи Берни Сандерса является наличие большого количества глаголов долженствования, что особенно характерно для этапа убеждения в механизме речевой манипуляции в предвыборном дискурсе.

Тот факт, что 12 июля 2016 года Берни Сандерс покинул предвыборную гонку, оставив лишь двух главных кандидатов на пост президента США, которые получили максимум голосов по предварительным опросам – Хиллари Клинтон и Дональда Трампа, дает основание предположить, что механизм речевой манипуляции, в котором опущены такие этапы, как заражение и внушение является недостаточно эффективным в сфере американского предвыборного дискурса.

Кандидаты на пост президента преследуют, как минимум, две основные задачи: во-первых, им необходимо показать себя в положительном свете, т.е. сформировать свой собственный положительный имидж; во-вторых, им необходимо сформировать отрицательный образ оппонента, представив его в негативном свете и доказав несостоятельность выражаемых им идей.

Стратегия и тактика выступления политика определяют набор речевых средств, с помощью которых достигается необходимое воздействие на адресата. Языковая манипуляция проявляется на всех уровнях языка, что сопровождается большим количеством стилистических приёмов, таких как эпитеты, метафоры, синтаксические повторы, гиперболы, градации.

Необходимо отметить, что стратегически речевое манипулирование в предвыборных программах представленных кандидатов осуществлялась в двух направлениях: саморекламы через приписывание себе политического опыта, обещания, призыва проголосовать; и в агрессивном направлении –

дискредитации своего оппонента посредством различных тактик, обвинения, оскорблений, косвенного намека и т.д.

На языковом уровне речевые тактические приёмы воплощаются с помощью ряда лингвостилистических средств, таких как: эмоционально-оценочная лексика с отрицательной коннотацией, дискредитирующая оппонента в глазах потенциальных избирателей; и с положительной коннотацией – для формирования собственного имиджа, для реализации стратегии саморекламы. Это пример реализации тактической оппозиции «свои-чужие», как наиболее характерной для предвыборного дискурса. При этом у «своих» актуализируются исключительно положительные характеристики, в то время как достоинства «чужих» принижаются на фоне выделения на первый план негативных сторон.

Кроме того, одним из наиболее распространенных стилистических приемов, которым пользуются все кандидаты без исключения, является использование синтаксического повтора. Техника повтора используется для того, чтобы методично внушить адресату нужную автору речи мысль. Повторы также устанавливают четкий ритмический рисунок определенного фрагмента речи, что придает ему риторический оттенок агитационности.

Для американского предвыборного дискурса характерно использование таких ценностно-значимых понятий, как: *freedom, democracy, civil rights, independence, equity, unity* и т.д., которые воспроизводят ценности американского общества. Подбором подобных лексических единиц придаётся особый пафос выступлению: говорящий апеллирует к чувствам и эмоциям адресата, «настраивает» аудиторию на нужную ему волну, что также выступает элементом манипуляции в предвыборном дискурсе.

Таким образом, предвыборный дискурс по своей сути крайне манипулятивен. Для достижения главной цели – завоевания и удержания власти, кандидатам на пост президента США приходится применять арсенал лингвориторических средств с целью обеспечения поддержки со стороны

максимального количества потенциальных избирателей и, в конечном итоге, для влияния на их электоральное решение исключительно в свою пользу.

**В заключении** подводятся общие итоги исследования, а также дается вывод о значимости манипулятивных стратегий и тактик в предвыборном дискурсе.