ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

 «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**Дискредитация положительного облика политика и средства её выражения (английский и русский язык)**

основная образовательная программа магистратуры по направлению подготовки 45.04.02 «Лингвистика»

Исполнитель:

Обучающийся 2 курса

Образовательной программы

 «Литературный перевод (английский язык)»

очной формы обучения

Асланукова Бэла Руслановна

Научный руководитель:

 к.ф.н., доц. Пилатова В.Н.

Рецензент:

 к.ф.н., ст. преп. Горн Е.А.

 Санкт-Петербург

2018

Содержание

Введение 3

1.1 Политический дискурс и его специфика 6

1.2.Функции политического дискурса 13

1.3. Способы дискредитации положительного облика человека 22

1.3.1 Стратегические приемы 23

1.3.2 Тактические приемы 29

Глава 2. Практическое исследование языковых средств дискредитации облика политика 37

2.1 Фальсификация 37

2.2 Намеки (аллюзия) 40

2.3 Неверное истолкование 43

2.4 Отрицательная оценка 46

2.5 Негативное прогнозирование 51

Заключение 55

Интернет источники 62

Приложение 1. 64

Приложение 2. 65

Приложение 3. 74

# Введение

Выпускная квалификационная работапосвящена изучению языковых средств дискредитации в англоязычном политическом дискурсе на материале выступлений политиков и журналистов.

Политическая деятельность всегда играла особую роль в жизни общества. От определенной политической позиции или ситуации зависит место страны на международной арене, ее взаимоотношения с другими государствами, ее роль в деятельности мирового сообщества.

Среди основных социальных институтов исследователи выделяют политический институт. Происходящая внутри политического института коммуникация между его представителями рассматривается как политический дискурс, то есть общение коммуникантов с позиции их институциональной принадлежности.

Политический дискурс как сфера реализации дискредитационного воздействия на политиков, выступающих в роли продуцентов сообщений с доминирующей манипулятивной интенций, в последнее время привлекает интерес все большего числа ученых-лингвистов.

Данная тенденция прослеживается в ряде монографий и публикаций следующих авторов: Д. Арутюнова, А.Н. Баранов, Г.П. Грайс, Т. ван Дейк, В.З. Демьянков, Ж. Деррида, Д. В Джонсон, Ю. Н. Караулов В.В. Колесов, Е.С. Кубрякова Дж. Лакофф, Дж. Лич, П.Б. Паршин, Н.И Формановская, М. Фуко, Е.И. Шейгал и др.

**Актуальность** избранной темы исследования определяется несколькими факторами:

1)недостаточной изученностью такого значимого явления современной социальной и политической жизни, как дискредитация в политическом дискурсе, сочетающий в себе признаки институциональной, риторической и ритуальной коммуникации;

2)необходимостью накопления и систематизации данных о способах, методах и приёмах дискредитационного воздействия на общественное сознание, что

может служить как поддержанию социальной и политической стабильности общества, так и формированию в обществе критического восприятия текстов, реализуемых политиками.

**Объектом** исследования выступает англоязычный политический дискурс.

**Предметом** данной работы являются особенности языковых средств дискредитации в англоязычном политическом дискурсе.

**Цель исследования:** выявить и систематизировать языковые средства дискредитации в англоязычном политическом дискурсе.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

1)определить сущность понятий «дискредитация», «политический дискурс»;

2)рассмотреть особенности политического жанра речи, как формы политической коммуникации;

3)охарактеризовать способы, стратегии и тактики дискредитации положительного облика политика;

4)проанализировать структуру политического жанра речи: его участников, содержание, социально-политический контекст, формы, каналы, функции, а также средства проведения;

5)установить место процесса речевой дискредитации в общей системе процессов речевого воздействия в англоязычном политическом дискурсе;

6)выявить языковые средства, обладающие потенциалом дискредитационного воздействия на сознание человека, также фальсификацию и неверное истолкование в англоязычном политическом дискурсе.

Для решения поставленных задач использовались следующие **методы:** теоретический анализ литературы по проблеме исследования, метод контекстологического анализа, обобщение результатов исследования.

**Теоретико-методологической базой исследования** послужили работы отечественных и зарубежных учёных Н. Д. Арутюновой, Р. А. Будагова, Э. Косериу, Ю. С. Степанова, Т. А. ван Дейка, В. 3. Демьянкова, В. И. Карасика, Е. И. Шейгал и др. Рассматривая частные вопросы политического дискурса, мы ссылаемся на исследования А. Н. Баранова, А. П. Чудинова, Дж. Лакоффа и др.

**Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Наиболее продуктивными и частотными лингвистическими приемами, использующимися в политических публичных выступлениях, являются лексические (оценочная лексика, аллюзии, идиомы, фразеологические единицы, метафоры, эпитеты, метонимия, сравнение и др.), синтаксические (повторы, параллельные конструкции, риторические вопросы, эллипсис), фонетические средства, что обусловлено эмоциональным потенциалом данных средств, позволяющих полнее раскрыть отношение политика к предмету обсуждения и более эффективно воздействовать на аудиторию.
2. Воздействующая функция англоязычного политического дискурса реализуется посредством стратегии самопрезентации (тактика отождествления и солидаризации), стратегии дискредитации (тактика обвинения и нападения), стратегии удержания власти (тактика манипулирования, тактика признания существования проблемы, тактика указания на путь решения проблемы, тактика единения, тактика учета ценностных ориентиров), стратеги агитации (тактика обещания и призыва), что способствует манипулированию сознанием слушающих.

**Материалом для исследования** послужили тексты речей и публичные выступления политических деятелей, а также журналистов, задействованных в предвыборной кампании США.

**Научная новизна** настоящего исследования заключается в том, чтобы выявить языковые средства реализации политического дискурса, обладающие потенциалом дискредитационного воздействия на сознание масс.

**Теоретическая значимость настоящего исследования** состоит в том, что оно способствует дальнейшему углублению теории политического дискурса, развитию теории языкового воздействия, а также теории управления обществом; обогащает современное языкознание идеями и положениями, относящимися к вопросам прагмалингвистики, риторики, языкового манипулирования и дискредитации. Характер исследования способствует выявлению лингвокультурных особенностей политических картин мира на примере текстов предвыборного дискурса в США.

**Практическая значимость работы** определяется возможностями использования ее материалов в практике преподавания иностранного языка и курсов по межкультурной коммуникации, теории и практики перевода, когнитивной и политической лингвистике, лингвокультурологии, а также при написании дипломных и курсовых работ по лингвистике.

**Структура исследования.** Работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложения.

**Глава 1. Политический дискурс как объект лингвистических исследований**

## 1.1 Политический дискурс и его специфика

Дискурс предстает многозначным термином-понятием, которое отражает явление, изучаемое многими гуманитарными науками (лингвистикой, литературоведением, социологией, философией и др.) и трактуется по-разному в соответствии с целями и задачами этих наук. Основоположник дискурсологии Ван Дейк дает определения дискурса в двух основных смыслах. В широком смысле ученый интерпретирует дискурс как «коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и прочем контексте». Он также приводит определение дискурса в узком смысле ― как текст или разговор, коммуникативное действие. В этом смысле, ― пишет Ван Дейк, ― термин “дискурс” обозначает завершенный или продолжающийся “продукт” коммуникативного действия, его письменный или речевой результат, который интерпретируется реципиентами. То есть дискурс в понимании исследователя – «это письменный или речевой вербальный продукт коммуникативного действия» [Ван Дейк,3], где метафора неизменно выполняет важную функцию обеспечения взаимодействия агентов коммуникации.

Н.Д. Арутюнова определяет **дискурс как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами;… речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие…».** Таким образом, с лингвистической точки зрения дискурс сочетает в себе сам текст как изолированный вербализованный результат речи и контекст, в котором он функционирует, – ситуативный и культурный [Арутюнова,1990:137].

В понимании Карасика В.И., дискурс, понимаемый как текст, погруженный в ситуацию общения, допускает множество измерений. С позиций прагмалингвистики дискурс, уточняет автор, представляет собой интерактивную деятельность участников общения, установление и поддержание контакта, эмоциональный и информационный обмен, оказание воздействия друг на друга, переплетение моментально меняющихся коммуникативных стратегий и их вербальных и невербальных воплощений в практике общения, определение коммуникативных ходов в единстве их эксплицитного и имплицитного содержания. С позиций психолингвистики дискурс интересен как развертывание переключений от внутреннего кода к внешней вербализации в процессах порождения речи и ее интерпретации с учетом социально-психологических типов языковых личностей, ролевых установок и предписаний.

Социолингвистический подход к исследованию дискурса, подчеркивает ученый, предполагает анализ участников общения как представителей той или иной социальной группы и анализ обстоятельств общения в широком социокультурном контексте [Карасик, 2000:15].

Принимая во внимание тот факт, что дискурс создается в определенной ситуации общения, где участники обладают различными социальными ролями и установками, с позиций социолингвистики выделяют **два типа дискурса** - **персональный** (личностно-ориентированный) и **институциональный** (статусно-ориентированный). В персональном дискурсе говорящий выступает как личность во всем богатстве своего внутреннего мира, в институциональном как представитель определенного социального института.

По словам В.И. Карасика, персональный дискурс существует в двух основных разновидностях: **бытовое и бытийное общение**. Бытовое общение, поясняет автор, происходит между хорошо знакомыми людьми, оно сводится к поддержанию контакта и решению обиходных проблем. Его особенность состоит в том, что это общение диалогично по своей сути, участники общения хорошо знают друг друга и поэтому общаются на сокращенной дистанции, не проговаривая детально того, о чем идет речь. Этот тип дискурса характеризуется спонтанностью, сильной ситуативной зависимостью, ярко выраженной субъективностью, нарушениями логики и структурной оформленности высказываний.

В бытийном дискурсе, отмечает автор, предпринимаются попытки раскрыть свой внутренний мир во всем его богатстве, общение носит развернутый, предельно насыщенный смыслами характер, используются все формы речи на базе литературного языка. Бытийный дискурс может быть прямым и опосредованным. Прямой бытийный дискурс представлен двумя противоположными видами: смысловой переход и смысловой прорыв. Композиционно-речевой формой смыслового перехода является рассуждение, т.е. вербальное выражение мыслей и чувств, назначением которого является определение неочевидных явлений, имеющих отношение к внешнему или внутреннему миру человека. Опосредованный бытийный дискурс - это аналогическое (переносное) и аллегорическое (символическое) развитие идеи через повествование и описание.

**Институциональный дискурс** представляет собой общение в заданных рамках статусно - ролевых отношений. Выделяют следующие виды институционального дискурса: политический,  дипломатический, административный, юридический, военный, педагогический, религиозный, мистический, медицинский, деловой, рекламный, спортивный, научный, сценический и массово-информационный.

**Институциональный дискурс** выделяется на основании двух системообразующих признаков: **цели и участники общения**. Цель политического дискурса, поясняет автор, это завоевание и удержание власти, а основными участниками институционального дискурса являются представители института (агенты) и люди, обращающиеся к ним (клиенты) [Карасик, 2000:20].

Моделируя **институциональный дискурс**, В.И. Карасик выделяет четыре группы признаков:

1. конститутивные признаки дискурса,
2. признаки институциональности,
3. признаки типа институционального дискурса,
4. нейтральные признаки.

Рассмотрим данные группы признаков более подробно.

Конститутивные признаки дискурса включают участников, условия, организацию, способы и материал общения, т.е. людей в их статусно-ролевых и ситуационно-коммуникативных амплуа, сферу общения и коммуникативную среду, мотивы, цели, стратегии, канал, режим, тональность, стиль и жанр общения и, наконец, знаковое тело общения (тексты и/или невербальные знаки).

Признаки институциональности фиксируют ролевые характеристики агентов и клиентов институтов, типичные хронотопы, символические действия, трафаретные жанры и речевые клише. Специфика институционального дискурса раскрывается в его типе, т.е. в типе общественного института, который в коллективном языковом сознании обозначен особым именем, обобщен в ключевом концепте этого института (политический дискурс - власть, педагогический - обучение, религиозный - вера, юридический - закон, медицинский - здоровье и т.д.), связывается с определенными функциями людей, сооружениями, построенными для выполнения данных функций, общественными ритуалами и поведенческими стереотипами, мифологемами, а также текстами, производимыми в этом социальном образовании.

Нейтральные признаки институционального дискурса включают общедискурсивные характеристики, типичные для любого общения, личностно-ориентированные признаки, а также признаки других типов дискурса, проявляющиеся "на чужой территории", т.е. транспонированные признаки (например, элементы проповеди как части религиозного дискурса в политическом, рекламы - в медицинском, научной дискуссии - в педагогическом).

Для описания конкретного типа институционального дискурса целесообразно рассмотреть его следующие компоненты:

1. участники,
2. хронотоп,
3. цели,
4. ценности (в том числе и ключевой концепт),
5. стратегии,
6. материал (тематика),
7. разновидности и жанры,
8. прецедентные (культурогенные) тексты,
9. дискурсивные формулы.

Политический дискурс является специфической разновидностью дискурса и многочисленные работы таких авторов, как Е.И. Шейгал, В.З. Демьянкова,  М. Р. Желтухиной,    И. М. Кобозевой    используют    данный   термин, вкладывая в него разное содержание.

Так, в лингвистической литературе **политический дискурс** представлен как многоаспектное и многоплановое явление, как комплекс элементов, образующих единое целое. Политический дискурс является сложным объектом исследования, поскольку лежит на пересечении разных дисциплин - политологии, политической филологии, социальной психологии, лингвистики и связан с анализом формы, задач и содержания дискурса, употребляемого в определенных политических ситуациях.

По мнению А.П. Баранова, политический дискурс - это совокупность «всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом» [Баранов, 2001:71].

Согласно позиции Е.И. Шейгал , при определении границ политического дискурса, в него включены как институциональные, так и не институциональные формы общения, если к сфере политики относится хотя бы одна из трех составляющих: субъект, содержание сообщения, адресат. Широкий подход, уточняет автор, опирается на два уровня в определении политики: при первом «политика определяется как набор некоторых действий, направленных на распределение власти и экономических ресурсов в какой-либо стране и мире между странами. Второй уровень политики - личностный, он представляет собой сам способ, которым первый уровень актуализируется в индивидуальном сознании, как он проявляется в личности, в семье, во взаимоотношениях людей, в профессиональной деятельности, а также в восприятии человеком произведений литературы и искусства» [Шейгал, 2006: 23].

При узком понимании политический дискурс будет ограничен только институциональными формами общения (например, инаугурационная речь, указ, отчетный доклад, партийная программа, послание президента о положении в стране и т. д.), то есть такими, которые осуществляются в общественных институтах, где общение является составной частью их организации.

В понимании автора, помимо вышеупомянутых двух уровней, **политический дискурс** имеет два измерения: **реальное и виртуальное**. Под реальным измерением исследователь понимает текущую речевую деятельность в определенном социальном пространстве, а также возникающие в результате данной деятельности речевые произведения (тексты), взятые во взаимодействии лингвистических, паралингвистических и экстралингвистических факторов. Виртуальное измерение дискурса, поясняет автор, это семиотическое пространство, включающее вербальные и невербальные знаки, совокупным денотатом которых является мир политики, тезаурус высказываний, набор моделей речевых действий и жанров, специфических для общения в данной сфере (Шейгал,2006: 24).

Интересна точка зрения А.П. Чудинова, согласно которой политический дискурс является одним из важнейших терминов политической лингвистики, «важной задачей которой является исследование многообразных взаимоотношений между языком, мышлением, коммуникацией и политическим состоянием общества в конкретные исторические периоды» [Чудинов, 2001:4].

В содержание политического дискурса, подчеркивает исследователь, должны входить «все присутствующие в сознании говорящего и слушающего (пишущего и читающего) компоненты, способные влиять на порождение и восприятие речи» [Чудинов,2001:18]. Этими компонентами являются и другие тексты, и политические взгляды автора, и задачи, которые он ставит перед собой при создании текста, и политическая ситуация, в которой создается сам текст. Политический язык манифестируется прежде всего средствами массовой коммуникации, так как именно они способствуют раскручиванию политической деятельности партии, объяснению сложившейся политической ситуации в стране и в мире и т.д.

Исходя из вышеизложенного, следует, что политическому дискурсу присуще институциональность, то есть общение происходит не между конкретными людьми, а между представителями одного социального института (правительства, парламента, общественной организации) и представителем другого социального института или гражданином (избирателем).

В рамках семиотического подхода политический дискурс определяется как своеобразная знаковая система, в которой происходит модификация семантики и функций разных типов языковых единиц и стандартных речевых действий [Баранов,2001:5]. Политический дискурс трактуется как институциональная коммуникация, которая, в отличие от личностно-ориентированного общения, использует определенную систему профессионально-ориентированных знаков, т.е. обладает собственным подъязыком (лексикой, фразеологией). С учетом значимости ситуативно-культурного контекста, политический дискурс, уточняет автор, представляет собой феномен, суть которого может быть выражена формулой "дискурс = подъязык + текст + контекст". Следовательно, цель политического дискурса - не описать, а убедить, пробудив в адресате намерения, дать почву для убеждения и побудить к действию.

Необходимо отметить, что у исследователей нет единого мнения относительно понятия "политический дискурс". В связи с этим не может быть единого подхода для выделения функций политического дискурса, которые мы рассмотрим в следующем параграфе.

## 1.2.Функции политического дискурса

Ведущей регулятивной функцией политического дискурса, по словам Е.И. Шейгал, является его использование в качестве инструмента политической власти [Шейгал, 2006:35]. Кроме того, в рамках этой «инструментальной» функции исследователем выделяются следующие функции:

* социальный контроль (манипуляция общественным сознанием);
* легитимизация власти (объяснение и оправдание решений относительно распределения власти и общественных ресурсов);
* воспроизведение власти (укрепление приверженности системе);
* ориентация (через формулирование целей и проблем, формирование картины политической реальности в сознании социума);
* социальная солидарность (интеграция в рамках социума);
* социальная дифференциация (отчуждение социальных групп);
* агональная (инициирование и разрешение социального конфликта, выражение несогласия и протеста против действий властей);
* акциональная (проведение политики через мобилизацию или «наркотизацию» населения);
* распространение информации;
* проекция в прошлое и будущее;
* креативная (такое положение дел, при котором языковые сущности оказываются первичными по отношению к сущностям внеязыковым);
* магическая.

Рут Водак, к **основным функциям** политического дискурса относит:

* персуазивную (убеждение)
* информативную
* аргументативную
* персуазивно-функциональную (создание убедительной картины лучшего устройства мира)
* делимитативную (отличие от иного)
* групповыделительную (содержательное и языковое обеспечение идентичности) [Водак,1997: 51].

Обобщая вышеизложенное, можно заключить, что **функции политического дискурса**исходят из главного принципа этого вида речевой коммуникации, а именно борьба за власть. Благодаря **совокупности функций** политического дискурса происходит **манипуляция политическим сознанием.**

Основной содержательный признак политических текстов – «это отражение в них деятельности партий, других общественных организаций, органов государственной власти, общественных и государственных лидеров и активистов, направленной на развитие (в широком смысле) социальной и экономической структуры общества. Целевой признак политического характера текста – это его предназначенность для воздействия на политическую ситуацию при помощи пропаганды определенных идей, эмоционального воздействия на граждан страны и побуждения их к политическим действиям» [Чудинов, 2000:68].

По мнению А.Ю. Мазаева, дискурс политика всегда имеет ярко окрашенный эмоциональный характер, так как целью подобных выступлений является убеждение слушающих, что требует подбор и использование специальной лексики. Важно отметить, что специально ориентируясь на широкую аудиторию, политик использует искусственно созданный дискурс, не свойственный ежедневному внеаудиторному общению [Мазаев,2001:11].

Вслед за автором, считаем целесообразным для нашего исследования обратить особое внимание на тот факт, что для политического дискурса характерны следующие **языковые особенности (признаки):**

* клише и штампы используются в политическом дискурсе для того, чтобы вызвать в сознании слушателей существующие стереотипы, сделать информацию сжатой, более доступной для понимания;
* аксиологическая (оценочная) лексика является в политическом
* дискурсе своеобразным центром притяжения, акцентирующим внимание и воздействующим на сознание читателя.

По мнению В. Малеевой, в политическом дискурсе метафора часто встречается «в связи с трудностями выражения коннотативных значений. Язык политики является сферой применения выражений с семантикой конфликта, весь экспрессивный вокабуляр и метафорика которых развились из образа вооруженной борьбы». В своей книге “Власть и ее метафоры” Франческа Риготти /1994/ выделяет следующие **функции политической метафоры:**

* орнаментальную;
* эвокативную - вызывает в сознании ситуации, лично затрагивающие читателя;
* конститутивную - метафора как составная часть политического тезиса.

Представленные функции являются второплановыми по отношению «к основной функции политической метафоры – быть эвфемизмом в зачастую грубой и неприглядной политической борьбе» [Малеева,2001; 22].

Кроме того, некоторыми исследователями отмечается, что для современного политического дискурса характерно наличие экспрессивных языковых элементов, содержащих в своей семантике обиду, злость, иронию и сарказм.

Эта экспрессия связана с десакрализацией ритуала, с переоценкой идеологических ценностей, с разоблачением лексических фантомов [Малеева:2001:31].

Все выше названные языковые феномены, наличествующие в тексте, являются типичными показателями текстов в рамках политического дискурса. Поэтому при анализе политического дискурса лингвисты должны учитывать, как экстралингвистические факторы (обстоятельства, сопровождающие описываемые в тексте события, фон, поясняющий эти события, оценка участников события), так и собственно лингвистические факторы (фонетический строй текста, грамматические, лексические особенности текста)» [Маклецова,3].

Политический текст может соотноситься с разными жанрами.

Так, А.П. Чудинов перечисляет наиболее частотные жанры политической речи: к малым (по объему) относятся лозунг, слоган, речевка; к средним – выступление на митинге или в парламенте, листовка, газетная статья и др.; к крупным – партийная программа, политический доклад, книга политической публицистики и др.

По мнению таких исследователей, как Е.И. Шейгал, И.С. Маклецова, политический дискурс тесно связан с публицистикой. На сегодняшний день мы наблюдаем следующую тенденцию – «политики все реже общаются напрямую с населением, и все чаще делают это через средства массовой информации» [Шейгал,2000:25]. Печатные СМИ дают возможность читателю неоднократно возвращаться к интересующей информации, анализировать и сопоставлять ее с уже ранее известным материалом. Письменный текст, имеющий непосредственное отношение к какой-либо политической личности или ситуации и способный влиять на читательское сознание, является продуктом политического дискурса. «Любой материал в средствах массовой информации, в котором речь идет о политике и автором которого является политик или, наоборот, адресованный политику, следует относить к полю политического дискурса» [Шейгал, 2000:26].

Таким образом, политический (публицистический) текст создается для того, чтобы охарактеризовать наметившиеся (или потенциальные) явления, происходящие в политической сфере, понять их суть, дать им авторскую оценку, указать пути логического завершения или разрешения конкретной политической ситуации.

Исходя из вышесказанного, можно заключить, что политический дискурс  – это совокупность речевых произведений в контексте политической деятельности.

Особенности политического дискурса обусловливают наличие специфических черт языка политики, а также использование специальных средств, способствующих реализации основных функций политического дискурса. Политические дискурсы являются сегодня мощным властным ресурсом, посредством которого государственные и общественные институты осуществляют самопрезентацию, конструируют и продвигают в выгодном для них свете те или иные образы окружающей нас действительности.

Более того, Е.Р. Левенкова отмечает, что политический дискурс приобретает все чаще самостоятельное значение, становится некоей реальностью, в которой действуют свои правила [Левенкова,2002: 36].

Говоря о языке как инструменте общественной власти, Р. Блакар имеет в виду присущую языку способность к структурированию и воздействию. Он выделяет **шесть «инструментов власти»,** которыми располагает отправитель:

* выбор слов и выражений;
* создание (новых) слов и выражений;
* выбор грамматической формы;
* выбор последовательности;
* использование суперсегментных признаков;
* выбор имплицитных предпосылок [Блакар,11].

К инструментам языковой власти Р. Блакар относит операции с конкретными языковыми единицами разных уровней. В свою очередь Р. Барт выделяет некоторые речевые характеристики:

* демонстрация аргументов, приемов защиты и нападения;
* исключение соперника из диалога сильных, монологизация дискурса;
* структурная завершенность, четкость, императивность речи.

Особую значимость для интерпретации политического дискурса приобретает также его сюжетно-ролевая структура, для которой характерна оппозиция «свой – чужой» или более частные ее варианты: «друг – враг», «союзник – оппонент». Данную оппозицию можно считать функциональной, потому что наличие противоборствующих сторон является неотъемлемой чертой политического дискурса в силу его природы, его агонистики [Чудинов,2000:72].

По классификации Ж.В. Зигмана, политические жанры представлены иерархической структурой, возглавляет которую гипержанр, включающий следующие виды:

* гипержанр "программные документы" (программа, манифест, устав);
* гипержанр "предвыборная агитация" (предвыборная платформа, политическая реклама);
* гипержанр "политические дебаты" [Зигман, 2003:38].

По характеру ведущей интенции, характеризующей политический дискурс, Е.И. Шейгал предложила разграничивать:

* ритуальные жанры (инаугурационная речь, юбилейная речь, традиционное радиообращение);
* ориентационные жанры, представляющие собой тексты информационно-прескриптивного характера (партийная программа, манифест, конституция, послание президента о положении дел в стране, отчетный доклад, указ, соглашение);
* агональные жанры (лозунг, рекламная речь, предвыборные дебаты, парламентские дебаты) [Шейгал,2001:27].

Вслед за Е.И. Шейгал, Б.С.Каримова описывает политический дискурс как конгломерат определенных жанров, имеющий структуру, в центре которой находятся жанры, прототипные для данного типа дискурса, а на периферии - "маргинальные" жанры, имеющие двойственную природу и находящиеся на стыке разных типов дискурса". На основе этого автор распределяет политические тексты на четыре группы: программные документы, публичная речь политика, предвыборная агитация, политическая мемуаристика, которые образуют гипержанры. К центральным жанрам относятся следующие гипержанры:

* программные документы
* публичная речь политика
* предвыборная агитация

К политическому дискурсу как виду инстуционального общения можно отнести предвыборное выступление, которое является вербальным оформлением коммуникативных отношений института выборов. Применительно к политическому дискурсу как типичной ситуации статусно-ориентированного общения основными участниками институциональной коммуникации являются представители института (агенты), с одной стороны, и люди, обращающиеся к ним (клиенты), с другой. Агентами являются политические институты и их представители, т.е. политические лидеры. Клиентами политического дискурса выступает все население, прибегающее к услугам политических институтов. В рамках предвыборного дискурса клиентами политической коммуникации выступают избиратели, голосующие за конкретную политическую партию или кандидата.

Политический дискурс является продуктом политической деятельности и имеет ряд отличий от других смежных с ним типов дискурса (например, публицистического, исторического), а именно:

* **активный характер**, выражающийся либо в непосредственной реакции  аудитории, либо в полемике, дискуссии, устной или письменной;
* **направленность на немедленный результат** — какое-либо политическое событие (избрание президента, депутатов на выборах, уход в отставку политика, призыв к забастовке);
* **существенное значение паралингвистических факторов** (жестов, мимики) в устных жанрах политического дискурса;
* **массовость и доступность**;
* **наличие имплицитных приёмов** языкового манипулирования сознанием и поведением массовой аудитории.

Коммуникативные цели политического дискурса предполагают, что за тем или иным знаковым выражением стоят чьи-то интересы или намерения.

В связи с этим функция воздействия на адресата в политическом дискурсе представляется одной из исходных и основополагающих. Экстралингвистическим фундаментом политического дискурса является коммуникативная деятельность субъекта политической сферы, направленная на свой специфический объект — общественность, избирателя, политический процесс.

Поскольку конечной целью участников политической коммуникации является приход к власти и ее удержание, одной из главных функций политического дискурса можно считать борьбу за власть. Причем и в тоталитарном, и – особенно – в демократическом государстве основным орудием этой борьбы является речевая коммуникация.

Интересной представляется точка зрения Ю.М. Ивановой, которая исследуя политический дискурс США, выделяет варьирующую, аддитивную и интродуктивную стратегии.

О.В. Гайкова анализирует манипулятивные и аргументативные стратегии предвыборного дискурса США.

По концепции А.Н. Баранова и Е.Г. Казакевича политический дискурс образует совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освещенных традицией и проверенных опытом, подчеркивается его институциональность [Баранов, 2000:26].

В.З. Демьянков считает, что политический язык отличается от обычного тем, что в нем:

* политическая лексика терминологична, а обычные, не чисто «политические» языковые знаки употребляются не всегда так же, как в обычном языке;
* специфическая структура дискурса - результат иногда очень своеобразных речевых приёмов;
* специфична и реализация дискурса - звуковое или письменное его оформление.

Выделяя в рамках политической филологии политическую лингвистику, В.З. Демьянков указывает, что её предметом являются:

а) синтактика, семантика и прагматика политических дискурсов;

б) инсценировка и модели интерпретации этих дискурсов, в частности именования политологически значимых концептов в политическом употреблении в сопоставлении с обыденном языком.

Общественное предназначение политического дискурса, отмечает Демьянков В.З., внушить адресатам необходимость «политически правильных» действий и /или оценок [Демьянков, 1995:237].

Таким образом, политический дискурс отражает борьбу за власть и это определяет особенности коммуникативных действий, основой которых является стремление воздействовать на интеллектуальную, волевую и эмоциональную сферу адресата.

Для политика воздействие на аудиторию - не самоцель, автор политического текста старается не только убедить в чем-либо аудиторию, но и использовать полученный результат в своих интересах, которые могут заключаться в формировании позитивного имиджа, следовательно в достижении желаемого социального и профессионального статуса. Такие социальные цели, как установление и поддержание статуса политического лидера, напрямую связаны с его стремлением к власти. Значит, доминирующими мотивами для вступления политика в коммуникацию могут считаться создание требуемого имиджа и достижение высокого социального положения.

Согласно точке зрения П.О. Морозовой, **в политическом дискурсе** **моделирование общественно политической ситуации** осуществляется за счет **речевых тактик**, ориентированных на создание образов светлого или темного настоящего, светлого или темного прошлого, светлого или темного будущего. Другими словами, прошлое, настоящее и будущее выступают в контексте редукционизма в двух ипостасях. Им даются условные метафорические определения «светлое - темное». Стереотипное преподнесение проблемы с полюсами «светлое - темное» предназначено для коррекции представлений адресата, касающихся ситуации в политике и экономике страны. Необходимо подчеркнуть, что разграничение речевых тактик с учетом темпорального аспекта достаточно условно, поскольку даже в рамках одного текста не всегда можно провести четкую грань между созданием образа настоящего и образа будущего [Морозова,2005:12].

**Политическое манипулирование,** по мнению многих исследователей - это скрытое управление политическим сознанием и поведением людей с целью принудить их действовать или бездействовать в интересах манипуляторов, навязывание воли манипулятора манипулируемому в форме скрытого воздействия. Для всякого манипулирования характерна некоторая закрытость, иллюзия, невидимый механизм, психологическое воздействие на сознание с целью формирования тех или иных убеждений или предпочтений.

## 1.3. Способы дискредитации положительного облика человека

Сегодня всё чаще можно услышать о теории дискредитации, сторонники которой придерживаются беспристрастного и логического подхода к решению политических, экономических и социальных вопросов. Под самой дискредитацией здесь понимают «способ развенчания истинности антинаучных и алогичных проявлений», а дискредитаторами называют людей, способных представить любую проблему в виде математической формулы или модели.

**Дискредитация** – это искусство так выставить противника, чтобы ему никто не смог подать руку. Это умение умственно спекулировать, искусно «опустить» другого, используя все доступные способы обмана – компромат, фальсификацию, подлог, клевету, ложь и сплетни, словом, весь богатейший инструментарий человека, у которого давно совесть потеряла право голоса.

**Дискредитация власти** – юридический термин, впервые появившийся ещё в советском уголовном праве и означающий подрыв авторитета государственной власти должностным лицом. При этом такие действия расцениваются как уголовно наказуемое злоупотребление служебным положением и вверенной властью. В более широком смысле дискредитацией государственных властей называют целый ряд скрытых и открытых манипуляций, совершаемых умышленно с целью ухудшения (очернения) имиджа органов законной власти в глазах граждан и направленных на снижение доверия и поддержки избирателей.

В декабре 2015 года группа депутатов представила на рассмотрение Госдумы РФ законопроект, предусматривающий уголовную ответственность за дискредитацию России с наложением штрафа в размере до 2 миллионов рублей. Авторы инициативы понимают под таким определением любые действия, направленные на подрыв государственного авторитета России: умышленное распространение ложных сведений об экономической, политической и социальной обстановке в РФ, а также правовом положении российских граждан. При этом депутаты предложили считать отягчающими обстоятельствами очернение России должностными лицами и распространение ложной информации в СМИ.

## 1.3.1 Стратегические приемы

Главной интенцией политического дискурса является борьба за власть, что и определяет особенности коммуникативных действий, основой которых является стремление воздействовать на интеллектуальную, волевую и эмоциональную сферу адресата.

Активно использующаяся в политической коммуникации воздействующая функция языка реализуется через применение речевых стратегий. В научной литературе отсутствует общепринятое определение термина “стратегия".

Для эффективного достижения коммуникативной цели отправителю сообщения - политику - необходимо не только достаточное количество информации о реципиенте, но и стратегическое планирование приемов воздействия и возможной реакции слушающих. Поскольку в ситуации публичного выступления практически отсутствует обратная связь между отправителем и получателем сообщения выступление нельзя корректировать по ходу, основываясь на непосредственном анализе реакции получателя сообщения. Реакция аудитории, как правило, может проявляться лишь в последующем оказании поддержки данному политическому лидеру или же ее отсутствии, поэтому роль стратегического планирования речи велика.

В рамках нашего исследования, мы сочли необходимым, в первую очередь, определить такие понятия как «манипуляция», «манипулирование» и «речевое манипулирование» с позиций как отечественных, так и зарубежных исследователей.

**Манипуляция** – акт влияния на людей или управления ими с ловкостью,особенно с пренебрежительным подтекстом, как скрытое управление и обработка [Оксфордский словарь английского языка, 2005: 150].

В понимании Е.Л. Доценко, **манипуляция** представляет собой вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведёт к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями [Доценко,1996:23].

**Манипуляция**– программирование мнений и устремлений масс, их настроений и даже психического состояния с целью обеспечить такое их поведение, которое нужно тем, кто владеет средствами манипуляции [Кара-Мурза, 2000:218].

**Речевое манипулирование** — это вид речевого воздействия, целью которого является неявное внесение в психику адресата чуждых ценностей, желаний и целей с использованием [психолингвистических](https://ru.wikipedia.org/wiki/%252525252525D0%2525252525259F%252525252525D1%25252525252581%252525252525D0%252525252525B8%252525252525D1%25252525252585%252525252525D0%252525252525BE%252525252525D0%252525252525BB%252525252525D0%252525252525B8%252525252525D0%252525252525BD%252525252525D0%252525252525B3%252525252525D0%252525252525B2%252525252525D0%252525252525B8%252525252525D1%25252525252581%252525252525D1%25252525252582%252525252525D0%252525252525B8%252525252525D0%252525252525BA%252525252525D0%252525252525B0) механизмов, приводящих к некритическому восприятию адресатом речевого сообщения [свободная энциклопедия https://ru.wikipedia.org/wiki/Я].

По определению Л.Ю. Веретенкиной, под **речевым манипулированием** понимается «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» [Веретенкина, 1999: 99].

В этой связи, мы сочли необходимым процитировать высказывание Р.М. Блакара о том, что «каждый языковой элемент является очень сложным и чувствительным инструментом, на котором играет тот, кто пользуется языком. Восприятие и понимание, рождающееся у получателя, зависят от того, как пользуется этим тонким инструментом отправитель» [Блакар,1987: 90].

Необходимо уделить особое внимание рассмотрению следующих **характеристик речевого манипулирования**:

* замена убеждения внушением, которое достигается благодаря особой подаче информации;
* в основе речевого манипулирования лежат такие психолингвистические механизмы, которые вынуждают адресата некритично воспринимать речевое сообщение, способствуют возникновению в его сознании определенных иллюзий и заблуждений;
* способы языкового воздействия, используемые при речевом манипулировании, весьма разнообразны: от преднамеренного искажения в тексте реальной действительности посредством закрепления за ключевыми словами не свойственных им ранее коннотаций, до тонкой, виртуозной игры слов, создания желаемого впечатления при помощи средств языковой выразительности - тропов, стилистических (риторических) фигур и т.д.;
* речевое манипулирование осуществляется как межличностном общении, так и в массовой коммуникации;
* реклама, предвыборная кампания, пропаганда – сферы, в которых языковое манипулирование направлено на формирование у людей определенных вкусов, убеждений, стереотипов, выгодных для манипулятора [Копнина, 2001: 89].

Исходя из вышеизложенного, совершенно очевидно, что **речевое воздействие** осуществляется посредством **стратегий и тактик**, суть которых заключается в операции над знаниями адресата, над его ценностными категориями, эмоциями, волей.

В первую очередь, обратимся к лексикографическим изданиям с целью раскрытия значений терминов «стратегия» и «тактика».

Интерпретации понятия **«стратегия»** варьируются в зависимости от применяемого подхода: текстологического, психологического, риторического, когнитивного, прагмалингвистического.

В общем смысле, по словам О.С.Иссерса,  **стратегия** может пониматься как система выстроенных «по принципу иерархии компонентов», «когнитивный план общения» [Иссерс 1999: 74], «общий план, или «вектор», речевого поведения», некоторая инвариантная «модель действия или нескольких действий, направленных на преодоление определенного затруднения» [Шейгал,2000:24], целью которого является достижение коммуникативных целей говорящего.

**Стратегия** целенаправленна, системна, интерактивна и **реализуется** **посредством набора речевых тактик,** а также реализующих речевые тактики коммуникативных ходов или приемов. В каком-то смысле стратегия не реализуется, но создается в процессе достижения цели (конкретной интеракции).

**Стратегия** - направление речевой деятельности, подразумевающее достижение определенной цели, то есть интенционально обусловленное, которое определяет использование частных подструктур, способствующих реализации общего коммуникативного замысла. Целенаправленный набор стратегий, а также реализующих их тактик и приемов, можно обозначить как стратегическое планирование речи. По мнению признанного эксперта в области коммуникативных тактик русской речи О.С. Иссерс, коммуникативные стратегии можно разделить на две обширные группы: по характеру и глобальности целей (общие и частные), а также по функциям и характеру их содержания (основные, вспомогательные). Основные стратегии (семантические, когнитивные) непосредственно воздействуют на адресата, его картину мира, целевые установки, моральные и общественные ценности, а вспомогательные оптимизируют речевое воздействие и способствуют более эффективному влиянию на адресата [Иссерс,1999: 131].

В рамках прагмалингвистического подхода **стратегия** определяется как совокупность речевых действий, цепочка решений говорящего, его выборов определенных коммуникативных действий и языковых средств.

С позиции психологингвистики **под стратегией** понимается способ организации речевого поведения в соответствии с замыслом, интенцией коммуниканта, осознание ситуации в целом, определение направления развития и организация воздействия, "развернутая во времени установка субъекта на общение.

А.К. Михальская, основывая свое определение коммуникативной стратегии на понятии выбора между двумя коммуникативными тенденциями: к сближению и к индивидуальности. Выбор одной из возможных тенденций и проявление этого предпочтения в речевом общении автор называет коммуникативной стратегией [Михальская,2004: 98].

Существует большое количество стратегий и тактик, направленных на подрыв авторитета дискредитируемого объекта. Наиболее же действенной во всех отношениях называют речевую (коммуникативную) стратегию.

В нашем исследовании мы будем придерживаться определения О.С. Иссерс, согласно которой, **речевая стратегия** представляет собойкомплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей, [Иссерс, 1999:54]. Ученый считает, что стратегии и тактики речевого поведения непосредственно связаны с основными этапами речевой деятельности - планированием и контролем. В связи с этим, стратегия представляет собой когнитивный план общения, посредством которого контролируется оптимальное решение коммуникативных задач говорящего в условиях недостатка информации о действиях партнёра [Иссерс,1999: 100].

Исследователи политического дискурса называют различные виды коммуникативных стратегий: дискурсивные, стилистические, семантические, прагматические, риторические, диалоговые и т.д. В научной литературе нет единой, общепринятой классификации стратегий и тактик политического дискурса.

Е.И. Шейгал выделяет в политическом дискурсе следующие **виды стратегий:**

* стратегия вуалирования, затушевывания нежелательной информации;
* стратегия мистификации;
* стратегия анонимности [Шейгал,2001: 28].

А.А. Филинский приводит следующую классификацию стратегий политического дискурса:

* стратегия реификации, то есть конструирование образа врага;
* стратегия делегитимизации - разрушение образа оппонента;
* стратегия амальгамирования "мы"- дискурс.

О.С. Иссерс исследуя политический дискурс на материале письменных текстов средств массовой информации, проанализировала стратегии дискредитации и самопрезентации [Иссерс,1999: 101].

Ю.М. Иванова в ходе изучения политического дискурса США, сочла необходимым выделить следующие стратегии: варьирующую, аддитивную  иинтродуктивную [Иванова, 2003:11].

В нашем исследовании мы будем придерживаться классификации стратегий и тактик, предложенной О.Н. Паршиной, поскольку данная классификация наиболее полно отражает существующие стратегии и их соотношение с тактиками политического дискурса.

Исследователь выделяет следующие **стратегии и тактики политического дискурса:**

1. **Стратегия самопрезентации,** то есть построение имиджа политика

- тактика отождествления (демонстрации символической принадлежности к определённой социальной, статусной или политической группе);

- тактика солидаризации (стремление создать впечатление общности взглядов, интересов, устремлений говорящего и аудитории);

- тактика оппозиционирования (разграничение "своих" и "чужих").

2. **Стратегия дискредитации и нападения**, то есть подрыв авторитета дискредитируемого объекта, опорочивание оппонента в глазах избирателей

- тактика обвинения;

- тактика оскорбления.

3. **Манипулятивная стратегия** подразумевает различного рода уловки в дискурсе, имеющие целью обманным путем убедить адресата встать на позиции отправителя речи

- демагогические приемы - гиперболизация своих достоинств;

- манипулятивные тактики,  то есть тактика вежливости, тактика гиперболизации, утрирования, тактика отвлечения внимания от основной проблемы

4. **Стратегия самозащиты**подразумевает убеждение в необоснованности разного рода обвинений

- тактика оправдания;

- тактика оспаривания;

- тактика критики.

5. **Информационно-интерпретационная стратегия,** то есть информирование граждан о важнейших событиях социальной, экономической и политической жизни

- тактика признания существования проблемы;

- тактика акцентирования положительной информации;

- тактика разъяснения;

- тактика комментирования (использование высказываний, поясняющих смысл контекста или некоторых слов и выражаемых ими понятий);

- тактика рассмотрения проблемы под новым углом зрения;

- тактика указания пути решения проблемы.

6. **Стратегия формирования эмоционального настроя адресата**

- тактика единения;

- тактика обращения к эмоциям адресата;

- тактика учета ценностных ориентиров адресата.

7. **Аргументативная стратегия**

- тактика обоснованных оценок;

- тактика контрастивного анализа;

- тактика указания на перспективу;

- тактика иллюстрирования.

8. **Агитационная стратегия**

- тактика обещания;

- тактика призыва.

 [Паршина, 2007:135].

Необходимо обратить особое внимание на то, что в научной литературе отсутствуют четкие основания выделения типов стратегий и их соотношения с тактиками. В связи с этим тактики, относящиеся к одной стратегии или группе стратегий, могут способствовать реализации другой стратегии. Активно используемая **в политической коммуникации воздействующая функция языка реализуется через применение речевых стратегий и тактик.**

## 1.3.2 Тактические приемы

**Тактика** - это конкретный речевой ход в процессе осуществления речевой стратегии, представляющий собой одно или несколько действий, способствующих реализации стратегии [Иссерс, 1999:112]. Тактика соотносится с определенным этапом в осуществлении стратегии и направлена на реализацию отдельной коммуникативной задачи данного этапа.

С точки зрения П.О. Морозовой, в политическом дискурсе моделирование общественно политической ситуации осуществляется за счет речевых тактик, ориентированных на создание образов светлого или темного настоящего, светлого или темного прошлого, светлого или темного будущего. Другими словами, поясняет автор, прошлое, настоящее и будущее выступают в контексте редукционизма в двух ипостасях. Им даются условные метафорические определения «светлое - темное». Стереотипное преподнесение проблемы с полюсами «светлое - темное» предназначено для коррекции представлений адресата, касающихся ситуации в политике и экономике страны [Морозова,2001:71].

**Речевая (коммуникативная) тактика** — это речевое действие (речевой акт или несколько взаимосвязанных речевых актов), соответствующее тому или иному этапу в реализации речевой стратегии и направленное на решение частной коммуникативной задачи этого этапа. Использование речевой тактики или некоторой их совокупной последовательности призвано обеспечить осуществление речевой стратегии и, в конечном итоге, достижение коммуникативной цели говорящего/пишущего [Сковородников 2012: 246—247].

Причем, надо полагать, что если стратегия, обусловленная коммуникативной целью, выбирается сознательно, то тактики могут «нащупываться» интуитивно в процессе создания текста.

Для выявления и описания речевых тактик были проанализированы 34 статьи, опубликованные преимущественно в 2014 и 2015 гг. Результаты наших наблюдений таковы.

Во всех анализируемых текстах, взятых в своей совокупности, по сути дела, осуществляется одна генеральная стратегия — стратегия дискредитации — и ее субстратегии: дезинформация, диффамация, дегероизация, «глушение», или искажение исторической памяти, примитивизация сознания, осмеяние и др., направленные на такие мишени, как патриотические организации современной России; ее внешняя и внутренняя политика; властная вертикаль во главе с Президентом В. В. Путиным; партия «Единая Россия», составляющая парламентское большинство; российская правоохранительная система; Русская православная церковь; идея имперской России и соответствующие ей символы; возвращение Крыма в лоно Отечества; жители Новороссии, защищающие право быть людьми русской культуры, говорить на русском языке, и помогающие им российские добровольцы и др.

Параллельно, в противовес этому, осуществляется стратегия апологетики антироссийских политических сил: организаций, партий, персон, настроенных по отношению к России враждебно; политики США и Евросоюза, направленной против России; деятелей культуры, оскорбляющих своими действиями русское национальное сознание и православную веру; украинских шовинистов и экстремистов; НКО, существующих на зарубежные гранты, деятельность которых (по крайней мере некоторых из них) сомнительна с точки зрения национальной безопасности.

Генеральная стратегия дискредитации реализуется с помощью тактик, языковых средств и приемов, в том числе тропов и речевых фигур, использование которых нарушает лингвопрагматические принципы (постулаты, максимы), носящие в основном этический характер.

**1. Лингвопрагматическая категория количества, включающая два постулата:** «Твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется для текущей цели диалога»; «Твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется» [Иванов 2003: 496].

Нарушение первого постулата осуществляется в следующих тактиках:

1.1 Тактика неприведения или неопределенности (неуточненности) данных об источнике информации.

1.2. Тактика неприведения фактических данных, подтверждающих обоснованность того или иного положения (высказывания).

1.3. Тактика одностороннего освещения того или иного события (явления); умолчания о фактах, которые могли бы поставить под сомнение оценочные высказывания об этом событии.

1.4. Тактика такой детализации отрицательной характеристики мишени в широком смысле (ситуации, события, чьих-либо действий и т. д.), которая создает иллюзию компетентности автора (авторов) этой характеристики и позволяет создать в тексте тональность осуждения (или по крайней мере неприятия данного события или ситуации).

1.5. Тактика нагнетания негативных оценок мишени, содержащихся в высказываниях сторонних лиц или СМИ, что создает иллюзию объективности.

**2. Нарушения постулатов категории способа,** требующих ясности и однозначности высказывания.

2.1. Тактика намека, т. е. такая организация высказывания, которая «предполагает понимание по догадке», по ассоциативным связям, и создает нужный манипулятору подтекст.

2.2. Тактика привлечения в качестве доказательства не документов, а текстов, для которых документальность не релевантна.

2.3. Тактика двойных стандартов в оценке действий одного порядка: то, что делается идеологически близкими, оценивается положительно, а то, что делается идеологическими оппонентами, — отрицательно.

2.4. Тактика похвалы противников или критиков мишени, часто на фоне негативных о ней высказываний.

Следует подчеркнуть, что все выделенные тактики, нарушающие лингвопрагматические категории количества и способа, одновременно нарушают и лингвопрагматическую **категорию качества**, требующую истинности высказывания.

**3. Нарушение категории качества особенно заметно в следующих тактиках.**

3.1. Тактика аргументативно недостаточных объяснений и оценок каких-либо фактов, событий, процессов, часто сочетающаяся с искажением действительного положения вещей.

3.2. Тактика подачи желаемого (гипотетического) как действительно имеющего или имевшего место без каких-либо обоснований.

3.3. Тактика инверсии фактического положения вещей.

3.4. Тактика приписывания оппоненту каких-либо мыслей, намерений, высказываний.

3.5. Тактика положительной оценки того, что с точки зрения общечеловеческой морали всегда оценивалось отрицательно (например, предательство).

3.6. Тактика создания компрометирующих ассоциаций.

3.7. Тактика подмены понятий.

3.8. Близкая к предыдущей тактика не соответствующего действительности обвинения мишени в отождествлении нетождественного.

3.9. Тактика искажения логических, в том числе причинно-следственных, отношений.

3.10. Тактика «вброса» (как бы случайного включения) в нейтральный текст идеологически оценочного фрагмента.

3.11. Тактика подачи диффамирующей информации в нарочито гипотетической модальности с расчетом посеять сомнения, поколебать уверенность реципиентов в чем- или ком-либо и в то же время избежать обвинения в клевете.

3.12. Тактика дискредитации мишени путем указания на некомпетентность или необъективность того, кто дает ей позитивную характеристику.

3.13. Тактика выражения сомнений в искренности и правдивости высказываний диффамируемой мишени.

3.14. Тактика развенчания исторически позитивных мифов.

3.15. Тактика привлечения авторитетного источника (известного ученого, государственного деятеля, артиста, писателя и т. д.) для подтверждения правоты своей позиции.

3.16. Тактика изображения оппонента интеллектуально неполноценным (недалеким, импульсивным, неосведомленным и т. п.).

3.17. Тактика «навешивания» ярлыков.

3.18. Близкой к предыдущей является тактика использования терминов со сформировавшейся под влиянием социально-исторических причин отрицательной аурой.

3.19. Тактика контрастного сопоставления то- го, что считается автором текста положительным, и того, что считается отрицательным (так сказать, оценочная антитеза).

3.20.Тактика многократного повторения дискредитируемого слова-понятия (часто на протяжении всего текста) в лексическом окружении, придающем этому слову негативную ауру.

**4.** Постулат **категории отношения** нарушается, в частности, тактикой «мягкой», комплиментарной нейтрализации политического оппонента, осуществляемой по методу «ложку дегтя в бочку меда».

**5.** Нарушение **категории вежливости** можно усмотреть в следующих тактиках.

5.1. Тактика иронии, сарказма и оскорблений, иногда пронизывающих весь текст наряду с отрицательно-оценочными характеристиками.

5.2. Наиболее резко нарушение категории вежливости проявляется в использовании тактики глумления над национальными символами, святынями, героями и даже над самим народом.

5.3. Тактика уничижительно-иронического преуменьшения каких-либо достоинств мишени (качества, силы, значимости, масштабности и т. д.) или/и преувеличения ее недостатков.

Что касается собственно языковых маркеров дискредитации, участвующих в реализации той или иной тактики, то на первом месте по частотности стоят лексико-фразеологические средства языка. Отметим главные.

1. **Оценочные эпитеты:** кромешные резульаты, коррумпированный и мафиозный режим, состояние полной беспомощности и апатии, имперская политика, бессубъектная история, преднамеренное банкротство, вовремя подсутившийся, феерические новости, громкоголосые молодчики, сепаратисткое движение (Донбасса), абсурдное представление, негативное общественное мнение, некачественное расследование, заплеванный пол, преступная группировка, запятнанная честь, нехитрая мысль, кривляющийся перед камерой казак, рыбодержавные идеи, живодерская идея, катастрофическое истребление, непродуманные антисанкции, варварское браконьерство и т. п.
2. **Слова, обозначающие негативные явления, или слова и фразеологизмы с отрицательно-оценочной коннотацией, характеризующие ту или иную мишень (личность, партию, идеологию, процесс и т. д.):** эйфория, мифы, аннексия, преступления, дискредитация, зачистка, ущерб, банкротство, абсурд, молодчики, сепаратисты (вместо ополченцы), фигурант (уголовного расследования), вылазка, подделка, отморозки, донос, империя зла, репрессии, несправедливость, фальсификация, закручивание гаек, насаждение, муть, говорящие головы, агрессия, интервенция, оккупация, тирания, эксплуатация, выпрашивание, негодяи, вакханалия, синдром, гадина, ад, предатели, ненависть, фальшивка, несознанка, бесстыдство, бред, клептократия, клоуны, безвременье, раз- водка, хулиганство, людоедство, челядь и т. п.
3. **Политические ярлыки**, под которыми пони- маются «слова и словосочетания общественно- политического содержания с односторонней оценкой, с ослабленным деннотативным значением и гипертрофированным коннотативным» [Булгакова 2015: 172]. Добавим к этому, что, как правило, политические ярлыки в силу своей повторяемости представляют собой стереотипные языковые единицы типа красно-коричневые, национал-патриоты, фашисты, коммуняки, и т. п.
4. **Синтаксические конструкции с отрицательно-оценочными предикатом** (группой сказуемого): ...Это единственный язык, который понимает Путин; ...Рэнд Пол осудил аннексию Крыма...; Кремлевские силы <...> ностальгируют по СССР и хотели бы его реставрации;
5. **Стилистические фигуры и тропы**, под которыми понимаем прагматически мотивированные отклонения от языковой или речевой нейтральной нормы, способствующие усилению экспрессивности высказывания. В рассмотренных текстах встретились следующие примеры: антитеза, антифразис, оксюморон, гиперболизация, трансформация прецедентного текста или фразеологизма, намек, парентеза, эллипсис, метафора, метонимия, дилогия, экспрессивное иносказание, гипофора, силлепсис оценочного типа.

Все рассмотренные тактики, будучи средством манипуляции сознанием, нарушают речевую этику, и прежде всего лингвопрагматические постулаты, имеющие этический характер.

**Выводы по главе 1**

Анализ подходов к изучению политического дискурса позволил нам сделать следующие выводы:

1. Политический дискурс - отражающее менталитет политических субъектов вербальное и невербальное информационно-коммуникативное взаимодействие политических субъектов по поводу политических идей, идеологий, принципов, оценок, мнений, осуществляемое посредством социальных институтов для достижения политических целей. Общественное предназначение политического дискурса - внушить адресатам необходимость политически правильных действий и оценок.

2. Политический дискурс отличается многомерностью и многогранностью структуры, включающей множество жанров. Первичные жанры политического дискурса образуют жанры институциональной коммуникации, составляющие основу собственно политической деятельности: речи, заявления, дебаты переговоры, конституции, партийные программы и т.д., а жанры бытового общения выступают по отношению к ним как вторичные. Политическому дискурсу присуще институциональность, т.е. общение происходит не между конкретными людьми, а между представителями одного социального института (правительства, парламента, общественной организации) и представителем другого социального института или гражданином (избирателем).

3. К основным функциям политического дискурса относят: персуазивную,  информативную,  аргументативную, персуазивнофункциональную, делимитативную,  групповыделительную.

4. Принципиальное отличие политического дискурса заключается не в использовании каких-либо особых формальных средств, но в таком изменении соотношения между знаком (словом) и значением, при котором привычные единицы языка получают необычную интерпретацию.

5. Коммуникативные цели политического дискурса предполагают, что за тем или иным знаковым выражением стоят чьи-то интересы или намерения, связанные с приходом к власти и ее удержания.

6. Дискредитация - подрыв доверия к кому-, чему-либо, умаление авторитета, значения кого-, чего-либо. Сама по себе дискредитация, разумеется, включает не только речевые действия: подрывать доверие может обнародование каких-либо негативных фактов или мнения, действия против кого-либо, сигнализирующие о недоверии (прямо или косвенно), и т. д.

Таким образом, стратегия дискредитации реализуется путем подрыва доверия к субъекту речи, оскорбительной оценки его профессиональных и личностных качеств, умаления его авторитета через осмеяние, акцентирования отрицательных результатов его деятельности, иронических авторских комментариев. Основными средствами воплощения анализируемой стратегии выступают эмоционально-оценочная лексика и фразеология с отрицательной коннотацией, негативные суждения о моральных и профессиональных качествах объекта дискредитации, ресурсы синтаксического уровня, композиционные особенности текстов.

# Глава 2. Практическое исследование языковых средств дискредитации облика политика

## 2.1 Фальсификация

**Фальсификация** – это многофакторное явление, представляющее собой смесь злого умысла лжи и невольного заблуждения, совместно искажающих достоверность в угоду чьим-либо тайным или явным интересам. Фальсификация – это конструирование политической истории в духе позитивного патриотизма (селективный подход, демонизация одних и восхваление других, замалчивание и многочисленные оговорки и комментарии, сводящие утверждение на нет, и т. д.).

Однозначный ответ на то, что представляют собой ложь и обман не был дан ни в рамках социологии, ни философии, ни психологии. Определенный вклад в решение поставленной проблемы может внести лингвистика.

Фальсификация представляет собой передачу заведомо ложной информации. Ее можно поставить в один ряд с ложью и обманом. А акт лжи осу- ществляется посредством языка. Но лингвистика не в силах искоренить ложь. Многие вещи просто фальсифицируются в угоду сиюминутным политическим интересам. [Клюев, 2001: 12-13]

С точки зрения прагматической лингвистики, использование языка с целью обмана определяется намерением говорящего еще до локутивного акта. При этом для обмана могут быть использованы любые немаркированные языковые средства, следовательно, язык при имеющейся интенции обмануть собеседника может стать орудием лжеца. Такого рода обман мы будем называть неязыковой ложью, поскольку сам факт обмана содержится не в языке, а лишь осуществляется с его помощью. Для лжи характерна интенция говорящего обмануть собеседника. В зависимости от наличия или отсутствия намерения обмануть одно и то же высказывание можно рассматривать как истину, ложь или заблуждение.

Обману в прагматическом аспекте противопоставляется чисто языковая ложь, которая далеко не всегда рассматривается как обман с точки зрения прагматики. Сюда можно отнести многочисленные риторические фигуры, такие как эвфемизмы, гиперболы, эллипсисы, амфиболию, иронию, антропоморфизмы, метафоры и т.д. Основным критерием, позволяющим причислить все данные фигуры к сфере иррационального, является отсутствие прямого соответствия означающего означаемому, знака - референту, формы - содержанию. В данном случае происходит целенаправленная подмена одного другим.

Какой бы ни была ложь, она не заложена в отдельные изолированные слова. Даже если у говорящего есть интенция обмануть собеседника, он не может реализовать ее, используя одно слово. Обман осуществляется с помощью предложений, следовательно, рассматривать языковую ложь следует на синтаксическом уровне.

Говоря о лжи, обмане можно утверждать, что фальсификация осуществляется при помощи языка, однако здесь речь идет, скорее всего, о его коммуникативной стороне. Есть намерение ввести в заблуждение, значит, есть обманутый и обманувший. Однако если абстрагироваться от процесса коммуникации, то можно говорить о непосредственно языковой лжи. Существуют языковые средства, которые сами по себе являются противоречивыми. В данном случае речь идет о тропах.

Все тропы представляют собой паралогическое преобразование значений слов и словосочетаний. С точки зрения логики, они порождают неистинные смыслы и конфликтны по отношению к критерию истинности.

Обязательными составляющими фальсификации, согласно Е.И. Потаповой, являются следующие:

1) наличие обманывающего (субъекта);

2) наличие обманываемого (объекта);

3) намеренность, сознательность действий обманывающего;

4) цель - введение в заблуждение (интенция);

5) способ - искажение действительного положения вещей;

6) форма - утвердительное высказывание [Потапова, 1999: 157].

Трамп обвиняет телевизионный канал за фальсификацию, передавая пренебрежительное отношение к власти:

(1)“*Well, now that collusion with Russia is proving to be a total hoax and the only collusion is with Hillary Clinton and the FBI/Russia, t****he Fake News Media*** *(Mainstream) and this phony new book are hitting out at every new front imaginable. They should try winning an election. Sad!”*

## 2.2 Намеки (аллюзия)

В языкознании существуют два подхода к трактовке понятия**«аллюзия»**: ряд ученых считает, что аллюзия отсылает не только к общеизвестным фактам, но и к знакомым только узкому кругу лиц, возможно даже только «непосредственному адресату», бытовым фактам, вещам, лицам и событиям их частной жизни.

При другом подходе для определения термина «аллюзия» используются слова «намекать», «намек». Аллюзией называется «намёк на историческое событие или литературное произведение, которые предполагаются общеизвестными». Аллюзия в данном примере причислена к классу вербального намёка, следовательно, имеет его категориальные признаки. Ограничения, дающие возможность выделять её среди намёков, заключаются в минимизации номенклатуры и максимизации известности того, на что намекают.

Стилистический прием аллюзии широко распространен в современной литературе и публицистике, она, наряду с мифологическими или библейскими сюжетами, представляет собой сознательный авторский намек и содержит в себе имплицитное сравнение, при котором признаки упоминаемого лица или факта приписываются другому лицу или другому событию.

Аллюзия и намек имеют разные формы воплощения, аллюзия может выражаться только вербально, а намек находит свое отражение, как в вербальном, так и невербальном воплощении. Аллюзия является упоминанием события библейского, мифологического и исторического происхождения, она может выражаться через имя героя, персонажа эпоса и так далее; это явление необязательно для категории намека.

Для четкого определения аллюзии как способа выражения намека рассмотрим это явление с точки зрения семиотики. При семиотическом подходе аллюзию принято рассматривать как замещение одного слова другим словом в письменной речи. Данное определение позволяет раскрыть понятие аллюзии шире и глубже.

Аллюзия может выражаться в намеке следующим образом: как ссылка на известную фразеологическую единицу или упоминание части фразеологизма вместо всей единицы, и как взаимодействующие лексические значения логического и номинативного типов.

1)Различные фразеологические единицы обеспечивают аллюзию «узнаваемостью». Данный подход принято рассматривать во фразеологической стилистике, где аллюзию отличают от фразеологических единиц. Значения последних, даже утрачивающие со временем свою мотивировку, остаются понятными носителям языка независимо от контекста. К данной группе отнесем, в частости, также аллюзии на библейские, мифические события и героев.

Так, в следующем примере автор высказывается аллюзией на библейский сюжет, намекая на то, что бывший президент США Барак Обама является «блудным сыном»:

(2)*Before this economic-political appointment Obama could be marked as* ***The Prodigal Son*** *in his former homeland Indonesia. The US president used to live in this Asian country from 1967 to 1971. During his visit he was repetedly sharing his memories and used some Indonesian phrases in his speech.* [SZ, 10.11.2010]

В статье описывается приезд американского президента в Индонезию, где он проживал с 1967 по 1971 год. В евангелии есть притча, в которой повествуется о сыне, покинувшем отцовский дом и прокутившем все свое состояние. Возвратившись обратно в свою семью ни с чем, он падает на колени перед своим родителем, который, проявив милосердие и доброту, прощает нерадивого отпрыска.

2)При взаимодействии лексических значений логического и номинативного типа аллюзия проявляется путем включения в текст различных лексических единиц, выполняющих функцию вторичной номинации, которые косвенным образом относятся к различным фактам общественной жизни: например, социальным, историческим, культурным и так далее, и носят эмоционально-оценочный характер.

Декодирование намека, выраженного аллюзией происходит довольно легко, поскольку она связана с упоминанием общеизвестного или общепринятого факта или события. В случае, если адресат достаточно владеет энциклопедическими пресуппозициями, то основной этап декодирования может произойти автоматически:

(3)"***Когда умирал Пётр Первый, его ненавидели все, начиная от семьи и кончая последним российским мужиком. Прошло 20 лет, и выяснилось, что Пётр был великим правителем...*** *Ельцин в любом случае войдёт в историю со знаком плюс – как первый Президент России, создатель нового государства. Забавно наблюдать, как нынешняя политическая шушера измывается над его памятью. Кто бы они были сегодня, если бы не Ельцин?"* [АиФ, 26.01.2011].

В статье под названием «Царь-бунтарь» Рудольф Пихоя, бывший главный государственный архивист России, заведующий кафедрой Российской академии госслужбы, доктор исторических наук, говорит о любви народа, которая, как он поясняет, является переменчивой. В данном примере намек реализуется при помощи аллюзии на известный исторический факт того, что Петра Первого принято рассматривать как царя-бунтаря, реформатора, который не всегда оставался понятый своим народом, и которой вводил достаточно жесткие для того времени реформы.

В следующем примере правление бывшего президента США Рональда Рейгана представлено аллюзией на «Тридцатилетнюю войну»:

(4)“*Since Ronald Reagan's tenure, US wealth has been systematically and massively redistributed from the bottom up. In their hit, myth-destroying book "Winner-Take-All Politics the US political scientists Jacob Hacker and Paul Pierson call it a* ***"Thirty Years' War””***[SZ, 11.07.2011].

В примере говорится о том, что американские политологи Джекоб Хэнкер и Пол Пирсон в своей разрушающей мифы книге «Winner-Take-All Politics» называют время правления Рональда Рейгана «Тридцатилетней войной».

Также, намек можно выразить в форме иронии. **Ирония** – «вид комического, в котором критическое отношение к объекту осмеяния, в отличие от юмора, носит осуждающий характер и выражается в несколько завуалированном виде».

Например, высмеивается возмущение В. В. Путина:

(5)“*Путин на посту, Путин никому спуску не даст, он ведь просто не знал о том, какие безобразия творятся за его спиной, а узнав, тут же все* ***разрулил****. Отечество, ликуй!”* [Новая газета 06.02.2015]

Ирония ставит под сомнение положительный смысл фраз. Ирония выражает насмешку, превращает событие в фарс, тем самым искажается реальность.

Ирония как средство дискредитации политического оппонента получила в настоящее время очень большое распространение, и прежде всего вследствие ограничений в использовании прямых инвективных средств для умаления чьего - либо авторитета. Эмоциональное воздействие апеллирует к целому ряду человеческих чувств, но в первую очередь к чувству юмора и базируется на иронии, сарказме и таких приемах, как гротеск и гипербола.

## 2.3 Неверное истолкование

К речевым приемам неверного истолкования мы относим навешивание ярлыков, использование коммуникативной категории «свой-чужой», эвфемизмов, дисфемизмов и выразительных средств языка в манипулятивных целях. С помощью этих приемов журналисты приукрашивают или очерняют действительность, формируют определенное отношение к сообщаемому явлению: вызывают одобрение, восхищение или, наоборот, неодобрение, презрение. Разнообразные номинации нередко превращаются в стереотипы, штампы или ярлыки, которые тиражируются в прессе.

«Навешивание ярлыков» - один из эффективных приемов неверного истолкования. Ярлык представляет собой неаргументированную, необъективную характеристику человека или явления, выраженную в эмоционально окрашенной форме. Его воздействующая сила отмечается Н. И. Клушиной: «Негативная номинация – это и есть публицистический ярлык, «конденсирующий» в себе отрицательный эмоциональный заряд, оказывающий мощное воздействие на восприятие читателя» [Клушина 2008: 140]. Ярлыки употребляются в политике для достижения выгодных манипулятору целей: «Прием «приклеивания (наклеивания) ярлыков» - это использование слов негативной окраски с целью дискредитировать идеи, планы, личности, вызвать чувство предубеждения, страха, ненависти, не прибегая к объективной оценке или анализу» [Булгакова 2012: 42]. По мнению А. П. Сковородникова, ярлыки представляют собой «до предела линейно свернутый негативный миф» [Сковородников 2016: 275]. А. М. Цуладзе называет ярлыки "манипулятивными терминами" и отмечает: «Опасность их в том, что, входя в широкий обиход благодаря прежде всего СМИ, они приживаются надолго, становятся привычными, повседневными словами, порой замещая, вытесняя другие — смежные, но менее агрессивные понятия» [Цуладзе 1999: 86-87].

Таким образом, прием «навешивание ярлыков» позволяет оппозиционным изданиям дискредитировать образ власти. Бездоказательные слова с негативным подрывают ее авторитет.

В США есть принятая фразеологическая единица "дохлая утка”.

*«Дохлая утка»* — в американской политической системе президент, который покидает свой пост, фигура, от которой мало что зависит, а всё внимание общественности сосредоточено на кандидатах.

Расстановка политических сил в стране изменилась после того, как на промежуточных выборах большинство голосов в Сенате получили республиканцы, а не демократы:

(6)«*Для Обамы это плохое известие, он превращается, если не формально, то по сути, в* ***«дохлую утку»*** *на оставшиеся два года нахождения в Белом доме, от него будут дистанцироваться коллеги по Демократической партии,* - прокомментировал результаты промежуточных выборов в США зам. гендиректора Центра политических технологий Алексей Макаркин [МК 06.11.2014];

В связи с ограничениями сроков полномочий, закрепленными в Конституции США, Барак Обама не имеет права избираться на третий срок. Используя обидное прозвище («дохлая утка»), журналисты лишний раз подчеркивают, что он теряет свою власть. Ярлык навешивается преждевременно, задолго до начала президентской гонки. Этот прием приводит к тому, что читатель представляет, будто Б. Обама уже ничего не решает в стране, но при этом не принимается во внимание то, что он еще является действующим президентом.

(7)*“Some people say –* ***don’t count your chickens before they are hatched****. Well, Republicans have already hatched their chickens in this campaign – and George Bush is a* ***dead duck****” (E. Kennedy, 1988).*

В данном примере, помимо удачного вкрапления пословицы, автор применяет фразеологическое выражение. *«A deаd duck»* имеет переносное значение и переводится как «дохлый номер», которая в свою очередь не имеет негативного оскорбительного оттенка. Хотя в данном случае, благодаря удачно подобранной пословице, где речь идет о домашней птице, употребление словосочетания «a dead duck» переводится как «дохлая утка», как и в предыдущем примере.

Как видно из примеров, ярлыки используются и по отношению к первым лицам государства. Они характеризуют личные качества президента или стиль правления.

Повтор, тоже является эффективным языковым средством дискредитации. **Повтор** – «общее название ряда стилистических приемов, основанных на повторении в речи языковых единиц (звуков, морфем, слов, синтаксических конструкций), а также принцип, лежащий в основе построения этих стилистических приемов» [Копнина 2012: 458]. Повторение одних и тех же утверждений закрепляет в сознании читателя полученную информацию. Тем самым помимо языкового воздействия на читателей, усиливается и психологическое давление.

(8)“*Look, Obama, what did he do?* ***No deal.  He never did a deal.  He did one deal.*** *A house.  And if you did that house you'd be in jail right now, okay.  He got away with murder.  But I can tell you, e-mails.  IRS, the e-mails, thousands of them,* ***they were lost; they were lost.*** *If you were in my world you would know that* ***e-mails can't be lost; they can't be lost.  So why aren't our politicians finding out where those e-mails are?”***

*«Deal»*, – неоднократно произносит Д. Трамп, чтобы стало ясно, что за все время срока Обама не сделал для страны ничего. Для большей убедительности он также повторяет «they were lost», имея ввиду, что Обама и его команда облажались. Отметим также обилие отрицаний, усиливающих воздействующий эффект.

Также в его речи присутствует аллитерация, она часто сопровождается ассонансом, то есть повторением гласных в высказывании, что придает речи ритмичность и динамичность.

Также Джулиан Ассандж резко выссказался про Хиллари Клинтон на программе “Познер”.

(9)“***She*** *was aware that* ***she*** *was a woman running for president of the United States; that the United States has a strong military industry, a six-million-strong staff in the security service. Therefore,* ***she*** *wanted to prove that* ***she*** *was capable of destroying the state, that* ***she*** *was cruel enough and bloodthirsty to destroy an entire country and thus be accepted into the struggle with the Republicans. And* ***she******did it! She did it! She killed tens of thousands of people - tens of thousands !!!*** *- because of his political ambition. Although the analysts of the CIA and \the Pentagon command said - we do not have a plan for conducting this war, this may end badly.* ***She did it, she*** *neglected these objections -* ***she killed tens of thousands of people,*** *which led to the rise of IGIL. It also facilitated the transport of Libyan arms to Syria, where similar problems began.* ***She is highly professional - highly professional! - and very dangerous - very dangerous!*** *- a person familiar with all the levers of political pressure in the United States“.*

Ассанж использует средство повтора “she did it” усилить воздействующий эффект и оказывая психологическое воздействие. Наречие *“very”* усиливает высказывание, придавая большую эмоциональную силу. Ассанж отмечает жестокость политического деятеля “she killed”, что добавляет экспрессии речи. Наречие “highly professional” придает речи выразительность и насыщенность и служит воздействием на публику.

## 2.4 Отрицательная оценка

Обращение к изучению отрицательной оценки вызвано тем, что критическое отношение к действительности через осознание ее отрицательных моментов является стимулом для её же поступательного преобразования. По своей прагматической направленности политический дискурс очень часто тяготеет к выражению отрицательной оценки, так как одной из задач политического дискурса является обозначение проблемы и кризисных моментов в общественно-политической сфере. Из этого следует, что освещение негативных моментов в обществе посредством выражения отрицательной оценки - одно из главных предназначений политического дискурса.

Оценка может быть выражена «лексическими, словообразовательными и даже графическими (кавычки) средствами», а также имея в своей семантике «отрицательную экспрессию».

(10)“*Two lies in one screenshot:* ***the butcher*** *of Libya--Hillary Clinton--blames "Russian WikiLeaks" while sitting in front of #SheBringsPeace sign”.*

*Мясник* – это имя существительные с ярко выраженной отрицательной коннотацией, название профессии, употребляемое в переносном значении. Оно относится к основным категориям лексических и фразеологических единиц, которые в определенных контекстах употребления могут носить в адресации к тому или иному лицу оскорбительный для данного лица характер.

Лексика политического дискурса по характеру оценочной экспрессии подразделяется на три группы: позитивнооценочная (важный, действительно демократические выборы, взаимовыгодная игра, человеколюбивый президент, политический цирк); негативнооценочная (внешнеполитические зигзаги, близорукие попытки, звучащие проблемы, катастрофическая война, эгоцентричный и ненадежный лидер); нейтральная (право, идея, пульс времени).

Многообразные оттенки эмоционально-экспрессивной окраски принято делить на два больших разряда: с положительной и с отрицательной характеристикой. Положительной характеристикой обладают слова с торжественным, возвышенно-поэтическим оттенком, а также слова, содержащие эмоциональную оценку одобрения, ласкательности и т.д. А негативная характеристика выражается словами с неодобрительным, презрительным, укоризненным, ироническим, пренебрежительным, бранным оттенком [Кожина 2008].

Так, с подачи Алексея Навального в оппозиционной среде за партией «Единая Россия» закрепился ярлык *«партия жуликов и воров»*. 2 февраля 2011 года известный оппозиционер и блоггер в прямом эфире радиостанции «Finam FM» сказал следующее:

(11)«*К партии «Единая Россия» я отношусь очень плохо. Партия «Единая Россия» — это партия коррупции, это партия жуликов и воров»* [URL: http://navalny.livejournal.com/553708.html?thread=67159020#t67 159020].

 Данное оценочное высказывание получило широкое распространение, стало часто упоминаться и в независимой прессе для создания негативного образа правящей партии и ее членов:

(12)*“Всё, больше не увидим мы этого славного представителя Партии Жуликов и Воров на сайте ГосДумы.Только что Владимир Пехтин заявил, что слагает с себя полномочия депутата ГосДумы. Теперь может окончательно переселиться в Майами и спокойно жить, не выслушивая никаких претензий"*, - написал в своем блоге Алексей Навальный [МК 20.02.2013];

Так, одна из политических сил, которую в простонародье зачастую именуют *«партией жуликов и воров»*, выдвинула в гордуму [кандидатуру] Александра Тюрина [МК 01.07.2015]; Собственно говоря, эту же точку зрения фактически отстаивал и Навальный:

*(13)«Голосуй за кого угодно, кроме партии жуликов и воров! Главное – любой ценой снизить результат «Единой России»* [Новая Газета 13.02.2012].

Напомним, скандальное высказывание депутат сделал 13 июля, когда принимался закон «О клевете». Пономарев был категорически не согласен с новыми поправками к закону и заявил, что призывает *«жуликов и воров»* за него не голосовать [МК 25.09.2012]; Вместе с представителями ряда как думских, так и непарламентских партий Евгений Урлашов созывает горожан на митинг против "Единой России". И мероприятие, по его мнению, всерьез напугало *"жуликов и воров"* [МК 18.06.2013].

*Жулик, вор* – это имена существительные с ярко выраженной отрицательной коннотацией, обозначающие осуждаемую обществом деятельность. Семантически они близки к таким выражениям как *мошенник, обманщик, нечестный человек, преступник, незаконные действия, расхищать, грабить, присваивать себе чужое.* Эмоциональное обобщение *партия жуликов и воров* дискредитирует представителей партии «Единая Россия» и формирует негативное отношение читателя, причем не к конкретным людям, а ко всей партии. Искажение информации привело к тому, что репутация партии власти была подорвана, и на ее восстановление ушло немало времени: Глава фракции единороссов в Госдуме Владимир Васильев сконцентрировался на партийных проблемах.

(14)"*Вы нам очень помогли уйти от того ярлыка, который нам навесили наши политические конкуренты. Помните – «партия жуликов и воров?»* – напомнил он [РГ 14.01.2013].

В сознание адресата внедряются стереотипы, оттенком что чиновники – это воры, взяточники, жулики, самодуры, тусовка, а значит им не стоит доверять.

К таким примерам с ярко выраженной отрицательной коннотацией можно отнести пост Дональда Трампа в твиттере про Хиллари Клинтон:

(15)“*Crooked Hillary Clinton is the worst (and biggest)* ***loser*** *of all time. She just can’t stop, which is so good for the Republican Party. Hillary, get on with your life and give it another try in three years!”* [Twitter]

Трамп называет Клинтон “лузером”, то есть человеком, вечно проигрывающий в борьбе.

Не только политические партии, но и члены правительства становятся объектом критики в печатных изданиях. Представляемая журналистами информация бывает необъективной. С помощью эмоционально-оценочной лексики передается пренебрежительное отношение к власти. Слова, содержащие в своем значении негативную, причем весьма экспрессивную оценку – патологическая безграмотность, самодурство, правящая тусовка – создают образ неграмотных руководителей, в речах и указах которых встречаются ошибки. Чтобы показать, в чем проявляется «самодурство», произвол властей, журналист напоминает о так называемой «реформе времени» (отмене сезонного перевода часов на «зимнее время»).

В рамках этого приема описываемое лицо характеризуется с отрицательных сторон, осуждению подвергаются личностные и профессиональные качества политика, результаты деятельности за весь период его политической карьеры.

В предвыборной кампании М. Ромни наблюдается довольно частое обращение к указанному манипулятивному приему, акцент делается на данных Б. Обамой в прошлый предвыборный период обещаниях и их последующее невыполнение:

(16)«*Four years ago, candidate Obama promised to do so very much, but he has fallen so very short. He promised to be a "post-partisan president" but he became the most partisan — blaming, at- tacking, dividing. He was going to focus on creating jobs. Instead, he focused on Obamacare, which killed jobs. He said he was going to cut the federal deficit by half; then he doubled it. He said that the unemployment rate would now be 5,2%; today we learned that it is 7,9% — it is 9 million jobs short of what he promised. Unemployment is higher today than when Barack Obama took office...».*

Антиподом приема отрицательной характеристики в предвыборной кампании Б. Обамы выступает прием выражения благодарности и похвалы. Специфика этого приема заключается в том, что адресантом являются сами избиратели, которые выступают с лестными отзывами, высказывают одобрение с перечислением положительных качеств баллотирующегося лица или группы лиц.

На официальном сайте Б. Обамы можно найти видеописьма людей, записанные с целью выражения благодарности политику за участие в их судьбе и изменении их жизни к лучшему. Так, американский студент признателен президенту за появившиеся возможности для реализации своих способностей в сфере образования:

(17) *«As for the opportunity to the sup-higher education I want to thank you to help other American people it is possible. Perhaps I can not see my dream from the back seat of the car window, but today my dream is made possible thanks to you. We are moving forward in a right direction. And I am excited for the next for use both for collage and everything that you can to for the country».*

Прием переноса негатива. М. Ромни неоднократно переключает внимание реципиента с отрицательных эмоций к описываемому явлению на личность Б. Обамы. Данному действию соответствует манипулятивный прием переноса негатива. Особенность приема заключается в переносе негативного отношения с одушевленного или неодушевленного предмета или ситуации, стереотипно воспринимаемых всем или большинством населения как нечто плохое, на дискредитируемый предмет манипуляции. Таким образом предмет манипуляции начинает приобретать все негативные качества и свойства, присущие другому предмету.

(18) *«Oil production is down 14 percent this year on federal land, and gas production is down 9 percent. Why? Because the president cut in half the number of licenses and permits for drilling on federal lands and in federal waters. So where’d the increase come from? Well, a lot of it came from the Barren Range in North Dakota. What was his participation there?».*

В предвыборной кампании Б. Обамы манипулятивному приему переноса негатива противопоставляется прием поддержки населения.

## 2.5 Негативное прогнозирование

Особенностью данного приема является анализ прошлого и настоящего для создания прогноза о будущем. Манипулятору необходимо показать два варианта развития выбранной для обсуждения ситуации: первый, при котором наступают катастрофические или негативные для реципиента последствия, исключает участие манипулятора, второй — изображает утопию, которую возможно достичь только при участии манипулятора.

(19) M. Ромни: *«There's no question in my mind that if the president were to be re-elected you'll continue to see a middle-class squeeze with incomes go- ing down and prices going up. I'll get incomes up again. You'll see chronic unemployment. We've had 43 straight months with unemployment above 8 percent. If I'm president, I will create — help create 12 million new jobs in this country with rising incomes... And finally, military. If the president's re-elected, you'll see dramatic cuts to our military. The secretary of defense has said these would be even devastating. I will not cut our commitment to our military. I will keep America strong and get America's middle class working again».*

Б. Обама в своей предвыборной кампании не дает негативных прогнозов развития страны. Их отсутствие восполняется признанием Б. Обамой своих ошибок в осуществляемой им политической деятельности и самокритикой. Прием признания собственных ошибок. Публичное признание собственных ошибок перед массовым адресатом, положенное в основу данного приема, позволяет манипулятору самостоятельно, в деликатной, ненавязчивой форме, избегая использования эмоционально окрашенной лексики и отдавая предпочтение нейтральной, указать на слабые стороны своей деятельности.

Рассмотрим пример из предвыборной кампании Б. Обамы:

(20) *«You know, four years ago I said that I'm not a perfect man and I wouldn't be a perfect president. And that's probably a promise that Governor Romney thinks I've kept. But I also promised that I'd fight every single day on behalf of the American people and the middle class and all those who are striving to get in the middle class»*.

М. Ромни неоднократно в своей предвыборной кампании прибегает к негативному позиционированию своего оппонента, предавая критике личность Б. Обамы и подвергая сомнению его методы руководства страной, что реализуется использованием приема отрицательной характеристики. Б. Обама, со своей стороны, использует прием выражения благодарности и похвалы, демонстрируя в своих предвыборных речах положительные отзывы электората на проводимую им политическую деятельность. Рассмотрим использование этих приемов на конкретных примерах.

**Выводы по главе 2**

Вербальная дискредитация становится сегодня самым популярным и эффективным инструментом воздействия на имидж. К ее приемам относятся следующие приемы: загадка, аллюзия, псевдологический вывод, отрицательная импликация, сравнение, лексическая демагогия и наведение семы, сообщение лишней информации, кавычки и их заменители, использование «домашнего» имени, присоединение к имени клички, обвинение в психическом расстройстве, цинизме, гомосексуализме, ирония, гротеск, метафоризация, риторический вопрос, предположение, императив, коннотация слова, актуализация скрытых оттенков значения.

Основным источником языковых средств дискредитации имиджа является лексика, а именно: лексика телесного низа, бранная и просторечная лексика, криминальный и молодежный жаргон, а также эвфемизмы обсценной лексики.

Среди различных способов дискредитации имиджа именно вербальный способ является наиболее распространённым за счет большого разнообразия языковых и стилистических средств и имеет много эксплицитных и имплицитных форм.

К эксплицитным формам вербальной дискредитации имиджа относятся обвинение в аморальном поведении, использование инвективной лексики, лексики телесного низа, резкой экспрессивной лексики, непристойные ассоциации, сравнение с одиозными персонажами, бранное обозначение национальностей, лингвистическая дискриминация меньшинств, обозначение людей как преступников до решения суда.

К имплицитным (скрытым, латентным) формам вербальной дискредитации имиджа относятся вербальные факты как форма дискредитации, намек, расширение сочетаемости, оценочность с помощью модификации фамилии или личного имени, каламбур, метафора, (псевдо)оговорка, отношения импликации, прием умолчания. Особое место в этом ряду занимает воспроизведение прямой речи.

В онлайн-коммуникации вербальные формы дискредитации приобретают более конкретный и прямолинейный характер.Приемы имплицитной дискредитации являются латентными формами дискредитации имиджа в газетных заголовках.

Языковые средства, присутствующие в тексте или в его заголовке в качестве эксплицитных или имплицитных форм дискредитации становятся признаками дискредитации имиджа.

# Заключение

В рамках нашего исследования были рассмотрены языковые средства дискредитации в англоязычном и русскоязычном политическом дискурсе политических деятелей на материале речей и выступлений политических деятелей.

Дискредитация представляет собой сложный психолингвистический процесс, разновидность речевого воздействия. Основными признаками дискредитации являются: изменить взгляд адресата, представления и т.д.; искусное владение языковыми и психологическими навыками; особая речевая организация текста, способствующая возникновению заблуждений в сознании собеседника; отсутствие защитной реакции у адресата и создание у него иллюзии самостоятельности принятия решений. Передаваемая в современной прессе информация не всегда бывает достоверной и полной. Читатель, который некритично воспринимает политическую информацию, склонен доверять чужому мнению, конкретному кандидату или журналисту, наиболее подвержен влиянию со стороны печатных и телевизионных СМИ. Поэтому эффективность такого рода воздействия достигается не только с помощью умения искусно использовать ресурсы языка, но и благодаря отсутствию защитной реакции у адресата.

В начале исследования мы проанализировали различные подходы к изучению политического дискурса, который представляет собой отражающее менталитет политических субъектов вербальное и невербальное информационно-коммуникативное взаимодействие политических субъектов по поводу политических идей, идеологий, принципов, оценок, мнений, осуществляемое посредством социальных институтов для достижения политических целей.

Нами было определено общественное предназначение политического дискурса, суть которого заключается в том, чтобы внушить адресатам необходимость политически правильных действий и оценок.

В ходе исследования мы обратили внимание на то, что коммуникативные цели политического дискурса предполагают, что за тем или иным знаковым выражением стоят чьи-то интересы или намерения, связанные с приходом к власти и ее удержания.

В нашем исследовании систематизированы языковые средства и речевые приёмы дискредитации на материале публичных выступлений политиков и влиятельных российских газет.

В ходе исследования было выявлено, что политические деятели используют чаще лексические средства (оценочные существительные, прилагательные, глаголы, образные средства, междометия, идиомы и др.), которые придают речи экспрессивность, насыщенность, удерживают внимание, повышают восприимчивость, а также синтаксические средства (повторы, параллельные конструкции, риторические вопросы и др.), фонетические средства (аллитерация, ассонас), которые придают речи ритмичность, динамичность, усиливая тем самым воздействие на аудиторию.

Выделенные нами приемы встречаются во всех исследуемых публичных выступлениях. Полученные результаты раскрывают механизм функционирования языковых средств и речевых приемов дискредитации информацией.

Изучение дискредитации не исчерпывается нашим исследованием. Список существующих способов дискредитации постоянно обновляется и усложняется. Перспективным направлением будущих исследований видится:

– изучение других дискурсов с этой же точки зрения;

– выявление и сопоставление причин формирования у адресата негативной или положительной оценки событий;

– установление взаимосвязи между приемами и жанрами;

– выявление связи дискредитации с идиостилем авторов; сравнение способов дискредитации в речах разных авторов;

**Библиографический список**

1. Амиров В. М. Агитационный предвыборный сверхтекст: организация содержания и стратегии реализации. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. - Екатеринбург, 2002. - 20 с.
2. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. - С. 683.
3. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред.В.Н. Ярцевой. — М.: Советская энциклопедия, 1990.
4. Базылев В. Н. Российский политический дискурс (от официального до обыденного) // Политический дискурс в России. - М.: Диалог-МГУ, 1997. - С. 7-9.
5. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Социальная психолингвистика. - М.: Лабиринт, 2007. - С. 197-236
6. Безценная Ж.П. Роль метафоры в политическом дискурсе.// Вестник Харьковского национального автомобильно-дорожного университета. 2007. No 36. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/rol-metafory-v-politich- eskom-diskurse (дата обращения 26.01.2016)
7. Бокмельдер Д. А. Стратегии убеждения в политике: анализ дискурса на материале современного английского языка. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2000. - 18с.
8. Борисова И. Н. Категория цели и аспекты текстового анализа // Жанры речи: Сб. науч. статей. - Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999.- Вып. 2.-С. 81-97.
9. Бурстин Д.Дж. Имидж. М., Эксмо, 1993, 218 с.
10. Будаев, Э.В. Метафора в политической коммуникации: Монография / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. – М.: Флинта: Наука. 2008. – 247 с.
11. Веретенкина Л. Ю. Стратегия, тактика и приемы манипулирования // Лингвокультурологические проблемы толерантности. Тезисы докладов Международной научной конференции (Екатеринбург, 24 - 26 октября 2001г.). - Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2001. - С. 177 -179.
12. Гайкова О. В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации: (На материале англ. яз.). Автореф. дис.... канд. филол.. Волгоград, 2003. - 19 с.
13. Гарипова А.Р. Метафора и манипуляция// В мире науки и искусства: Вопросы филологии, искусствоведения, и культурологии. Новосибирск: Ассоциация научных сотрудников «Сибирская академическая книга»,
14. Григорьева О. Н. Стилистика русского языка. - М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2000. - 105 с.
15. Даныпина Е. В. Стратегии и тактики американского предвыборного дискурса // Вестник СумДУ. Серия Филология. - 2007. - №1- С. 24-28.
16. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. - М.: Прогресс, 1989. - 307 с.
17. Демьянков В. З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие / Отв. ред. М. Н. Володина. - М.: Изд-во Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, 2003. - С. 116-133.
18. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. - М.: ЧеРо, 1997. - 344с.
19. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толковословообразовательный. - М.: Русский язык, 2000. -(<http://www.efremova.info/word/debaty.html>).
20. Захарова Е. П. Коммуникативные категории и нормы // Хорошая речь. - Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2001. - С. 163-179.
21. Иванова Ю. М. Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов. Автореф. дисс. канд. филол. наук. - Волгоград, 2003. - 19 с.
22. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. - М.: УРСС, 2002. - 284с.
23. Карасик В. И. О категориях дискурса // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты. — Волгоград: Перемена, 1998.— С. 185-197.
24. Карасик В. И. Структура институционального дискурса // Проблемы речевой коммуникации. - Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2000. - С. 25- 33.
25. Карасик В. И. Языковой круг: личность, конценты, дискурс. - Волгоград: Перемена, 2002. - 477 с.
26. Каримова Б. С. Жанровое пространство политического дискурса // Вестник КазНУ им. аль-Фараби. Серия филологическая. - Алматы, 2006. -№2 (92).-С. 37-41.
27. Керимова Д. А. История философии права. - СПб.: Санкт- Петербургский университет МВД России, 1998. - 634 с.
28. Кониина Г. А. Этическая норма и проблема речевого манипулирования // Русистика на пороге XXI века: Проблемы и перспективы. Материалы Международной научной конференции (Москва, 8-10 июня 2002 г.). - М., 2003. - С. 252-254.
29. Красных В. В. Структура коммуникации в свете лингвокогнитивного подхода: коммуникативный акт, дискурс, текст. Дисс. ... д-ра филол. наук. М., 1999. - 188 с.
30. Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. СПб.: Норинт, 1998. - 1536 с.
31. Лингвистический энциклопедический словарь/ Гл. ред. Ярцева В. Н.-М., 1990.-685 с.
32. Лассвелл, Г. Стиль в языке политики / Г. Лассвелл // Политическая лингвистика. –– Екатеринбург, 2007. –– Вып.2(22). – С. 165-177.
33. Левенкова, Е.Р. Британский и американский политический дискурс: контрастивный анализ. дис. ... док.филол.наук: 10.02.04 / Елена Романовна Левенкова. — Самара, 2011. – 423 с.
34. Мазаев А. Ю. Политический дискурс: фактор адресата. - (http://www.ostu.ru/conf/ruslang 2005/trend 1 /mazaeva.htm).
35. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. - М.: ИТДГК «Гнозис», 2003.- 280 с.
36. Миронова Н. Н. Дискурс-анализ оценочной семантики: Учебное пособие. - М.: НВИ - ТЕЗАУРУС, 1997. - 158 с.
37. Михальская А. К. Основы риторики: Мысль и слово. - М.: Просвещение, 1996. - 237с.
38. Паршина О. Н. Российская политическая речь: Теория и практика. - М.: ЛКИ, 2007.-232 с.
39. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России. Дисс. доктора филол. наук. Саратов, 2005. -325 с.
40. Паршина О.Н. Российская политическая речь: Теория и практика. М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012, С. 227.
41. Попова Е. А. Интертекстуальность как средство воздействия в политическом дискурсе: на материале англоязычных текстов о политической карьере А. Шварценеггера: Автореф. дис. канд. филологических наук. Самара, 2007. - 18 с.
42. Попова О. В. Измерительный инструмент в сравнительной политологии: к вопросу о нерешенных проблемах. - (<http://www.politex.info/content/view/549/30/>).
43. Почепцов Г. Г. Имиджелогия.- М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000. - 766с.
44. Рижинашвили И. У. Лингвистические механизмы тенденциозного представления событий в англо-американской периодике. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - СПб, 1994. - 17 с.
45. Серио П. Как читают тексты во Франции. Вступительная статья // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса: пер. с фр. и порт. - М.:ОАО ИГ «Прогресс», 1999. - С.12-53.
46. Серль Дж. Природа интенциональных состояний // Философия, логика, язык / Под ред. Д.П. Горского и В. В. Петрова.- М., 1987. - С.96-126.
47. Сухих С. А., Зеленская В. В. Прагмалингвистическое моделирование коммуникативного процесса. - Краснодар: Изд-во КубГУ, 1998. - 160 с.
48. Труфанова И. В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика // Филологические науки. - 2001.- №3. - С.56-65.
49. Филинский А. А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999 - 2000 гг. Дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2002. - 200 с.
50. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. - М.: Флинта-Наука, 2007. - 320 с.
51. Чудинов, А.П. Политическая лингвистика: учебное пособие / А.П. Чудинов. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 256 с.
52. Чудинов, А.П. Современная политическая лингвистика: учебное пособие / А.П. Чудинов. – Екатерибург: Урал.гос.пед.ун-т. , 2011. – 252 с.
53. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Дис. ... д-ра филол. наук. М.: Гнозис, 2004. - 440 с.
54. Шейгал Е. И. Власть как концепт и категория дискурса. - (http://www.gumer.info/bibliotek Buks/Polit/Article/scheig vlast.php-54k- ).
55. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: монография. - Москва-Волгоград: Перемена, 2000. - 367 с.
56. Шейгал Е. И. Театральность политического дискурса // Единицы языка и их функционирование. - 2000. - №6. - С. 92- 96.
57. Шейгал, Е.И. Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса / Е.И. Шейгал // Жанры речи. — Саратов, 2002. —No3 — С. 205-214.
58. Шмитт, К. Понятие политического / К. Шмитт // Вопросы социологии. — 1992. — 1 т. — С. 37-67.
59. Эпштейн О. В. Семантико-прагматические и коммуникативно- функциональные категории политического дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. - 2008. - № 2 (2). - С.150-156.
60. Юдина Т.В. Теория общественно-политической речи. - М.: Изд-во МГУ, 2001.-160 с.
61. Atwater, D.F. Senator Barack Obama: The Rhetoric of Hope and the American Dream / D.F. Atwater // Journal of Black Studies - Sage Publications, Inc., 2007 – November. - Vol. 38, No. 2. - P.121-129.
62. Austin, J.L. How to do things with words / J.L. Austin // The Discourse Reader / ed. by A.Jaworski and N.Coupland. - 2nd edition. – N.Y.: Routledge, 2006. - P.55-65.
63. Benoit, W.L. Content Analysis on Political Communication / W.L. Benoit // The Sourcebook for Political Communication Research / ed. by H.Bucy, L.Holbert – N.Y.: Routledge, 2011. - P.268-279.
64. Boorstin D. The Image, or What Happened to the American Dream - New KYork: Harper and Row, 1961. — 315 p.
65. Eric Smalls: Dear Mr. President // Official website of B.Obama. URL: http:// www.barackobama.com.
66. Schudson M. Sending a Political Message: Lessons from the American Bi790s //Media, Culture and Society. — Vol. 19, #3. - London, 1997. - P.311-330.
67. Michel A. President Obama and Mitt Romney’s campaign promises: what each said / A. Michel, N. Popovich // The Guardian. - 2.10.2012.
68. Obama, B. Victory Speech / B. Obama // The Guardian. – 07.11.2012.
69. Weiss, G. Introduction: Theory, Interdisciplinarity and Critical Discourse Analysis / G. Weiss, R. Wodak // Critical Discourse Analysis: Theory and Interdisciplinarity / ed. by G. Weiss, R. Wodak. - London: Palgrave, 2003. – P. 1-35.
70. Wodak, R. The discourse-historical approach / R. Wodak // Methods of Critical Discourse Analysis / ed. by R. Wodak, M. Meyer - London: Sage, 2001. — P. 63–94.

# Интернет источники

1. [Электронный ресурс] URL: http://corpus.byu.edu/coca/ (дата обращения: 06.02.2016).
2. [Электронный ресурс] URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/02/25/the-cnntelemundo-republican-debate-transcript-annotated/>
3. [Электронный ресурс] <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/03/03/the-fox-news-gop-debate-transcript-annotated/>
4. [Электронный ресурс] <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/03/06/the-democrats-debate-in-flint-mich-annotated/>
5. [Электронный ресурс] <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/03/06/the-democrats-debate-in-flint-mich-annotated/>
6. [Электронный ресурс] <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/04/14/the-brooklyn-democratic-debate-transcript-annotated/>
7. [Электронный ресурс] <https://sputniknews.com/us/201702131050612797-us-elections-trump-adviser/>
8. [Электронный ресурс] <http://oald8.oxfordleamersdictionaries.com/dictionary/aggression>
9. [Электронный ресурс] The transcript of the presidential debate in Hempstead // Official website of NY Times. URL: http://www.nytimes.com/2012/10/16/us/politics/transcript-of- the-second-presidential-debate-in-hempstead-ny.html?pagewanted=all
10. [Электронный ресурс] The Obameter. <http://www.politifact.com/truth-o-meter/promises/obameter/>
11. [Электронный ресурс] About Barack Obama // Official website of B.Obama. URL: http://www. [barackobama.com/about/barack-obama?source=footer-nav](http://barackobama.com/about/barack-obama?source=footer-nav)
12. [Электронный ресурс] People still really like president Obama // Official website of Washingtonpost. URL: http://www.washingtonpost.com/blogs/the-fix/wp/2013/03/27/people- still-really-like-president-obama
13. [Электронный ресурс] Real change from day one // Official website of M. Romney. URL: http:// [mittromneycentral.com/speeches/2012-speeches/11212-real-change-from-day-one](http://mittromneycentral.com/speeches/2012-speeches/11212-real-change-from-day-one)
14. [Электронный ресурс] The transcript of the second presidential debate in Denver // Official website of NY Times. URL: http:// www.nytimes.com/interactive/2012/10/04/us/politics/ 20120804-denver-presidential-debate-obama-romney.html?\_r=1&#/?annotation=d91 950519 (дата обращения: 14.06.2013)
15. [Электронный ресурс] The transcript of the third presidential debate // Official website of NY Times. URL: http://www.nytimes.com/2012/10/22/us/politics/transcript-of-the-third-presidential- debate-in-boca-raton-fla.html?pagewanted=all (дата обращения: 14.06.2013).

# Приложение 1.

 **Количественный анализ языковых средств дискредитации в англоязычном политическом дискурсе  американских политических деятелей.**

На таблице изображены наиболее продуктивные и частотные лингвистические приемы, использующиеся в политических публичных выступлениях, это лексические (оценочная лексика, аллюзии, идиомы, фразеологические единицы, метафоры, эпитеты, метонимия, сравнение и др.), синтаксические (повторы, параллельные конструкции, риторические вопросы, эллипсис), фонетические средства.

# Приложение 2.

**Donald Trump; Iowa Freedom Summit**; **Hoyt-Sherman Place; January 24, 2015**

...Thank you so much.  That's so nice.  Isn't he a great guy.  He doesn't get a fair press; he doesn't get it.  It's just not fair.  ***And I have to tell you I'm here, and very strongly here, because I have great respect for Steve King and have great respect likewise for Citizens United, David and everybody, and tremendous resect for the Tea Party.  Also, also the people of Iowa.***  They have something in common.  Hard-working people.  They want to work, they want to make the country great.  I love the people of Iowa.  So that's the way it is.  Very simple.

With that said, our country is really headed in the wrong direction with a president who is doing an absolutely terrible job.  The world is collapsing around us, and many of the problems we've caused.  ***Our president is either grossly incompetent***, a word that more and more people are using, and I think I was the first to use it, or he has a completely different agenda than you want to know about, which could be possible.  ***In any event, Washington is broken, and our country is in serious trouble and total disarray.***  Very simple.  Politicians are all talk, no action.  They are all talk and no action.  And it's constant; it never ends.

And I'm a conservative, actually very conservative, and I'm a Republican.  And I'm very disappointed by our Republican politicians.  Because they let the president get away with absolute murder.  You see always, oh we're going to do this, we're going to--.  Nothing ever happens; nothing ever happens.

You look at Obama care.  A total catastrophe and by the way it really kicks in in '16 and it is going to be a disaster.  People are closing up shops.  Doctors are quitting the business.  I have a friend of mine who's a doctor, a very good doctor, a very successful guy.  He said, I have more accountants than I have patients.  And he needs because it is so complicated and so terrible and he's never had that before and he's going to close up his business.  And he was very successful guy.  But it's happening more and more.

Look at Obama care with a $5 billion website.  I have many websites, many, many websites.  They're all over the place.  But for $10, okay?

Now everything about Obamacare was a lie.  It was a filthy lie.  And when you think about it, lies, I mean are they prosecuted?  Does anyone do anything?  And what are the Republican politicians doing about it?  He lied about the doctor, he lied about every aspect.  You can keep your plan.  And you've all heard that hundreds of times.  That's like the real estate location, location.  I don't even say it anymore because everybody goes location, location.  But you have heard this about Obamacare.

***And it's disgraceful.  It's a big, fat, horrible lie.  Your deductibles are going through the roof.***  You're not going to get--unless you're hit by an army tank, you're not going to get coverage.  And people that had plans that they loved, that they really loved, don't have those plans anymore.  So it's a real, real disaster.  And somebody has to repeal and replace Obamacare.  And they have to do it fast and not just talk about it.

Now, we have to build a fence.  And it's got to be a beauty.  Who can build better than Trump?  I build; it's what I do.  I build; I build nice fences, but I build great buildings.  Fences are easy, believe me.  I saw the other day on television people just walking across the border.  They're walking.  The military is standing there holding guns and people are just walking right in front, coming into our country.  It is so terrible.  It is so unfair.  It is so incompetent.  And we don't have the best coming in.  We have people that are criminals, we have people that are crooks.  You can certainly have terrorists.  You can certainly have Islamic terrorists.  You can have anything coming across the border.  We don't do anything about it.  So I would say that if I run and if I win, I would certainly start by building a very, very powerful border.

Again, the politicians talk about it and they do nothing about it.  Benghazi.  Oh, Benghazi, Benghazi.  Everything is Benghazi.  What happens?  Nothing.

IRS, e-mails.  I get sued all the time, okay.  I run a big business.  You know I've always said it's very, very hard for a person who is very successful.  I have done so many deals.  Almost all of them have been tremendously successful.  You'll see that when I file my statements.  I mean you will see; you will be very proud of me, okay.  But I've always said, and I said it strongly, it's very hard for somebody that does tremendous numbers of deals to run for politics, run for political office, any office, let alone president.  Because you've done so much; you've beaten so many people; you've created so many -  ***Look, Obama, what did he do?  No deal.  He never did a deal.  He did one deal.  A house.  And if you did that house you'd be in jail right now, okay.  He got away with murder.  But I can tell you, e-mails.  IRS, the e-mails, thousands of them, they were lost; they were lost.  If you were in my world you would know that e-mails can't be lost; they can't be lost.  So why aren't our politicians finding out where those e-mails are?***

They talk about executive orders and they talk about immigration and they talk about oh well we have to stop the border; that's the end of it.  Believe me if I did something you would have a border that would be great.  But they talk about it.  And then you have a president that does an executive order.  Nobody even heard of an executive order.  He does it to let people come in and nobody does anything about executive orders.  Why didn't they go to court and ask for declaratory judgment--which is something that when you know somebody is going to go after you and when it's in writing, and he's been saying it for a long time; he said, I'm going to approve this and that--why didn't our Republicans go in and get a declaratory judgment from the courts because you could have started the process six months earlier.  Instead they have a weak lawsuit, that probably the time it's finished, I know so much about this, six, seven, eight years from now everyone's going to forget about it.  We'll be into a different mode, and our country will be further destroyed.  So we have to do something.

Jobs.  China.  I mean I've made so much money fighting against the Chinese.  One of the best deals I ever did was against the Chinese, and they respect me for it.  And I know them.  And they say, we can't believe what we're getting away with.  We can't believe how stupid your leaders are.  They tell me that.  Now they don't know I'm going to go and make a speech about it, but why not.  But they tell me that.

And by the way, especially for the folks here that sell so much--goods, I mean the goods you sell are incredible; I don't know if you've been watching what's happening with the devaluations of so many countries.  The Euro, China is going crazy with the devaluation.  I never thought that they'd have the guts to do what they're doing.  They are devaluing down to nothing.  And what it's going to do is make it impossible for you to sell your product; it's going make it impossible for you to compete.  And they're getting away with it.  And they wouldn't have even done it two years ago, but now they feel we're so weak and we have so many different problems all over the world that they can do it.  But you watch this devaluation of all of it.  I mean the Euro, China, Mexico; everybody is devaluing.  And when you hear the dollar is getting stronger, it sounds good.  You know it's one of those things, sounds good.  Be very careful.  Be very careful.  Because we're just going to lose more and more business to these foreign countries that really know what they are doing.  They have it set.  Don't forget another thing.  China became the number one economic power a year ago.  That was unthinkable; to think that that was going to happen.  It was absolutely unthinkable.  So it happened and it's very, very sad.

***Now we spent $2 trillion in Iraq.  We got nothing.  They don't even respect us; they don't even care about us.  Until they started getting their ass kicked, and call, oh please come back and help us.  We want you out; then all of the sudden a new group forms, ISIS.  By the way, you know how they formed.  They took the oil.***  And for those of you that know and love Donald Trump--there are some of you--have I been saying for four years, keep the oil.  So now ISIS has the oil.  And the stuff that ISIS doesn't have, Iran is going to take.  So we get nothing.  We have $2 trillion and we have thousands of lives lost, thousands, and we have, what do we have***.  I mean I walk down the streets of New York and I see so many wounded warriors, incredible people.  And we have to help those people, we have to help our vets, we have to help our military, we have to build our military.  But, and we have to do it fast; we have to do it fast.  We have incompetent people.  They put people in charge that have no clue what they're doing.***  It needs money.

***We have to make our country rich again so we do that, so we can save Social Security.  'Cause I'm not a cutter; I'll probably be the only Republican that does not want to cut Social Security.  I'm not a cutter of Social Security; I want to make the country rich so that Social Security can be afforded, and Medicare and Medicaid.  Get rid of the waste, get rid of the fraud, but you deserve your Social Security; you've been paying your Security.  And like, I like Congressman Ryan, I like a lot of the people that are talking about you know cutting Social Security, and by the way the Democrats are eating your lunch on this issue.  It's an issue that you're not going to win; you've got to make the country rich again and strong again so that you can afford it, and so you can afford military, and all of the other things.***

Now, we have a game changer now, and the game changer is nuclear weapons.  We really do have to get strong, and we have to get strong fast.  We can't let Iran get a nuclear weapon.  We can't do it.  Can't do it.  We cannot let that happen.  You know in the old days, I would have said 100 years ago, 50 years ago, 30 years ago, pull out and let them fight each other.

Here we are in Syria.  We're fighting people that want to overturn Syria.  Think of this.  We're fighting ISIS, but ISIS wants to overturn the government.  Maybe you let them fight for a little while and then you take out the one that remains, okay.  But think of it; think of it.  ISIS is fighting them and we are bombing the hell out of them, but we want Syria to fall.  There are so many things; there are so many things.

But the one game changer that we have to be careful with, that we never really had to think about  too much before, other than a cetain number of years ago, is the nuclear.  Nuclear today, it's not like soldiers in uniforms shooting rifles.  You can take out the East Coast of this country, you can take out large sections of the Midwest, you can take out things that were unthinkable.  The power.  And we have to be in a position where that never, ever, ever, every happens.  We've never had this before.

We have a situation in Afghanistan; we're spending tremendous amounts of money there.  We're trying to do the right thing.  We have leadership, again--no leadership respects us.  You know, leadership of other places never respect stupid people, okay, that's one thing you're going to find.  The same thing is happening there.  And I never knew that Afghanistan until a year ago or so, Afghanistan has tremendous wealth in minerals, different, not the oil, but minerals.  And we're fighting here, and on the other side of the mountain China is taking out all the minerals.  They're taking it out.  Trillion of dollars and millions of dollars of minerals.  So we're fighting here and they are taking it out, looking at us and saying thank you very much sucker.  It's really, really crazy.

So we have to rebuild quickly our infrastructure of this country.  If we don't--  The other day in Ohio a bridge collapsed.  Bridges are collapsing all over the country.  The reports on bridges and the like are unbelievable, what's happening with our infrastructure.

***I go to Saudi Arabia, I go to Dubai; I am doing big jobs in Dubai.  I go to various different places.  I go to China.  They are building a bridge on every corner.  They have bridges that make the George Washington Bridge like small time stuff.  They're building the most incredible things you have ever seen.  They are building airports in Qatar--which they like to say "cutter" but I've always said "qatar" so I'll keep it "qatar" what the hell.***  But they're building, they're building an airport and have just completed an airport the likes of which you have never seen, in Dubai an airport the likes of which you have never seen.  And then I ***come back to LaGuardia where the runways have potholes***.  The place is falling apart.  You go into the main terminal and they have a terraza floor that's so old it's falling apart.  And they have a hole in it, and they replace it with asphalt.  So you have a white terraza floor and they put asphalt all over the place.  This is inside, not outside.  And I just left Dubai where they have the most incredible thing you've ever seen.  In fact my pilot said oh Mr. Trump this is such an honor.  I said it's not an honor; they're just smart.  But you look at LAX, and you look at Kennedy Airport, and you look at our airports generally, you look at our roadways where they're crumbling.

You look at all of the things that are bad--  I'll give you an example. And this isn't part of what I was going to say, but I ride down the highways and somebody makes those guard rails.  *You know the guard rails.  The ones that sort of go like this [demonstrates with hand] that are always  bent, rusted and horrible*.  Did you ever see more than like 20 feet which isn't corroded, or bent or the heat, if it gets too hot, it just crushes.  Now they've been selling this thing for 25 years.  Why doesn't someone stop them and get something that works.  Because they don't know; they don't know what's happening.  Somebody made a lot of money on that.  They don't know what is happening.

So we have to make our country great again.  We have to rebuild our country.  And we have a long way to go.  We are just in such serious trouble because we owe so much money.  Now we owe it to the Chinese, a lot of it.  We owe it to other countries.  They're the ones that hold the debt.  And then we give them money.  We have countries that we owe money to and yet we're giving them subsidies.  I just ordered thousands of television sets and between LG and Samsung and I mean you know--  No American company comes to see and comes to bid.  It's South Korea, and whenever they have a problem we send the battleships, we send the destroyers, we send our airplanes, we're going to protect them.  What are we doing; why aren't they paying us?  Why aren't they paying us; what are we doing?  I order thousands and thousands of sets all the time, for some reason it's South Korea.  You know whether it's China, South Korea, but in this case televisions, South Korea.  Why aren't they doing something to justify what is going on?

Now, we have a very important election coming up.  We have a presidential election coming up. And we have some good people.  Nobody like Trump of course, but these are minor details.  We have some good people.

It' can't be Mitt because Mitt ran and failed.  He failed.  I mean I liked him.  Look--like him, dislike him--the 47% statement that he made, that's not going away.  The Romneycare from Massachusetts, that's not going away.  What do you think they're going to say oh we won't bring that up this time.  It's not fair because it was a long t--  That doesn't work.  But more importantly, he choked.  Something happened to him in the last month.  He had that election won.  And let me tell you something.  That election, sort of like a dealmaker that can't close the deal.  I know many of those guys; they get it up to the one-yard line, they go ah, ah I can't close it.  ***Or a golfer that can't sink the three-footer to win the tournament.  And there are many of them.*** Most people are like that; I mean most people are like that.  You can't give somebody another chance, 'cause actually I think this election is tougher to win than beating a failed president.  I really do.  I think beating Obama would have been a much easier one than the one that's coming up, which is sad to say but true.  So you can't have Romney.  He choked.

You can't have Bush. The last thing we need is another Bush.  Now I made that statement very strongly, and now every one says the last thing--  You know they copied it.  I'll be accused of copying the statement; that's the bad thing.  But I said it.  I was the one that said it first, and I mean it.  The last thing we need is another Bush.  Now, he's totally in favor of Common Core; that's a disaster, that's bad, it should be local and all of that.  But he's totally in favor of Common Core.  He's very, very weak on immigration.  Don't forget--remember his statement--they come for love.  I say, what?  Come for love?  You've got these people coming, half of them are criminals.  They're coming for love?  They're coming for a lot of other reasons, and it's not love.  And when he runs, you got to remember his brother really gave us Obama.  I was never a big fan, but his brother gave us Obama.  ***'Cause Abraham Lincoln coming home back from the dead could not have won the election because it was going so badly and the economy was just absolutely in shambles that last couple of months.  And then he appointed Justice Roberts.  And Jeb wanted Justice Roberts.  And Justice Roberts basically approved Obamacare in a shocking decision that nobody believes.  So you can't have Jeb Bush.  And he's going to lose aside from that; he's not going to win.  So Mitt and--you just can't have those two.  That's it.  That's it.  It's so simple.***

So just in summing up and I just wrote a few of these little points down because it's very important.  And I watch these teleprompters, and by the way I think any president candidate that runs should not be allowed to use a teleprompter, because we got one that uses teleprompters.  And people say, oh he is so quick on his feet.  He is reading it.  I mean give me a break.  Everything is read.  You don't really test the mettle of a man or a woman unless they can get up on stage and talk.  And that's what we ended up getting--the king of teleprompters.  But, so when I look at these things here I say you know what, it's so much easier, it would be so nice, just bah, pa, bah, pa, bah, bing, bing, bing.  No problems, get off stage, everybody falls asleep and that's the end of that.  But we have to do something about these teleprompters.

But in looking at these situations--  I built an incredible company.  And you'll see that.  An incredible company; a wonderful company.  I employ thousands of people and I love doing what I'm doing.  And in a certain way, I wish I weren't doing this, but our country is in such trouble and would be so easy to fix.  We have such great potential.

***So if I run for president and if I win, I would totally succeed in:***

***creating jobs;***

***defeating ISIS and stopping the Islamic terrorists--and you have to do that;***

***reducing the budget deficit--so important, have to do it;***

***securing our Southern border--and I mean seriously securing it;***

***stopping nuclear weapons in Iran and elsewhere;***

***saving Social Security, Medicare and Medicaid, without cutting it down to the bone because it's not fair to people that have been paying for their whole lives and other people and it's not fair to future people coming up, and we can do it;***

***repealing Obamacare and replacing it with something f***ar better for the people, and far less expensive, both for the people and for the country.  And believe me there are plans that are so much better for everybody.  And everybody can be covered.  I'm not saying leave 50-percent of the people out.  Everybody can be c-- This plan is just a basic disaster.  Nobody knows.  As bad as the website was, this is how bad the plan itself is;

fixing our country's infrastructure, our bridges, our schools, our highways, our airports.  And that, I can tell you, nobody is close to Trump.  I just got the best hotel in North America.  I'm building, which is sort of interesting, think of this one.  I'm building one of the great hotels of the world on Pennsylvania Avenue, right opposite the White House, between the White House and Congress.  Right on Penn.--  The  Old Post Office site, and I got it from Obama.  Do you believe that?  And everybody wanted it.  So, I can't believe it myself.  But it's going to be fantastic;

and so many other things.

I know what needs to be done to make America great again.  We can make this country great again.  The potential is enormous.  And I am serious thinking of running for president because I can do the job.

Thank you all very much.  Thank you.  Thank you.  Thank you.  Thank you.  Thank you very much, everybody.  Thank you.  Beautiful.  Thank you.

# Приложение 3.

Our president is either grossly incompetent, a word that more and more people are using, and I think I was the first to use it, or he has a completely different agenda than you want to know about, which could be possible.  In any event, Washington is broken, and our country is in serious trouble and total disarray.

* Now we spent $2 trillion in Iraq.  We got nothing.  They don't even respect us; they don't even care about us.  Until they started getting their ass kicked, and call, oh please come back and help us.  We want you out; then all of the sudden a new group forms, ISIS.  By the way, you know how they formed.  They took the oil.
* I mean I walk down the streets of New York and I see so many wounded warriors, incredible people.  And we have to help those people, we have to help our vets, we have to help our military, we have to build our military.  But, and we have to do it fast; we have to do it fast.  We have incompetent people.  They put people in charge that have no clue what they're doing.  It needs money.

We have to make our country rich again so we do that, so we can save Social Security.  'Cause I'm not a cutter; I'll probably be the only Republican that does not want to cut Social Security.  I'm not a cutter of Social Security; I want to make the country rich so that Social Security can be afforded, and Medicare and Medicaid.  Get rid of the waste, get rid of the fraud, but you deserve your Social Security; you've been paying your Security.  And like, I like Congressman Ryan, I like a lot of the people that are talking about you know cutting Social Security, and by the way the Democrats are eating your lunch on this issue.  It's an issue that you're not going to win; you've got to make the country rich again and strong again so that you can afford it, and so you can afford military, and all of the other things.

- I go to Saudi Arabia, I go to Dubai; I am doing big jobs in Dubai.  I go to various different places.  I go to China.  They are building a bridge on every corner.  They have bridges that make the George Washington Bridge like small time stuff.  They're building the most incredible things you have ever seen.  They are building airports in Qatar--which they like to say "cutter" but I've always said "qatar" so I'll keep it "qatar" what the hell.