

Санкт-Петербургский государственный университет

**МАЛИКОВА Ангелина**

**Выпускная квалификационная работа**

**Языковые средства манипулирования в предвыборных дебатах  
американских и британских политиков**

Уровень образования: магистратура

Направление 45.04.02 "Лингвистика"

Основная образовательная программа ВМ.5713. «Синхронный перевод  
(английский язык)»

**Научный руководитель:**

доцент, Кафедра английской  
филологии и перевода,

Вьюнова Екатерина Кирилловна

**Рецензент:**

доцент, Частное  
образовательное  
учреждение высшего  
образования «Санкт-  
Петербургский  
университет технологий  
управления и экономики»,

Диль Анна Викторовна

Санкт-Петербург

2022

ОГЛАВЛЕНИЕ	
Введение .....	3
ГЛАВА I. ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....	7
1.1 Обзор подходов к определению дискурса и критерии его классификации .....	7
1.2 Понятие политического дискурса и его основные характеристики ...	13
1.3 Основные виды политического дискурса .....	18
1.4 Предвыборный агитационный дискурс как разновидность политического дискурса .....	22
1.5 Речевое манипулирование в предвыборном агитационном политическом дискурсе .....	29
1.6 Классификация языковых средств манипулирования .....	31
Выводы по главе 1.....	42
ГЛАВА II. ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ПРЕДВЫБОРНЫХ ДЕБАТАХ ПОЛИТИКОВ 21 ВЕКА .....	44
2.1 Языковые средства манипулирования в предвыборных дебатах американских политиков .....	44
2.2 Языковые средства манипулирования в предвыборных дебатах британских политиков .....	66
2.3 Сравнительный анализ языковых средств манипулирования американских и британских политиков .....	84
Выводы по главе 2.....	90
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	92
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	94

## Введение

На сегодняшний день огромное количество лингвистических работ посвящается рассмотрению проблемы изучения предвыборного агитационного политического дискурса в аспекте языкового манипулирования сознанием общественности. Основное внимание ученых сосредоточено на роли политика, использующего в своей речи определенные средства языкового манипулирования.

Данная работа посвящена анализу особенностей языковых средств манипулирования в предвыборных дебатах американских и британских политиков 21 века. Благодаря быстрому темпу развития различного рода отношений во всем мире и в связи с непрерывным стремлением современного человека к многостороннему развитию своей деятельности на сегодняшний день актуальным и разноплановым является вопрос эффективности воздействия публичной речи политиков. Основную роль в данном случае играет язык и его использование в политической и дипломатической сфере.

С течением времени популярность данной темы только повышается, что связано в первую очередь с тем, что нормы и характерные особенности общения в разных странах всего мира могут кардинально различаться, что может привести к конфликтам культур. В следствие чего рассмотрение данной темы будет полезно огромному количеству людей разных профессий, включая переводчиков, которые являются связующим звеном при коммуникации говорящих на разных языках представителей различных стран.

Даже ввиду пристального внимания огромного количества ученых к данному феномену языкового манипулирования в предвыборном агитационном дискурсе, до сих пор на сегодняшний день нераскрытыми являются многие аспекты данного процесса и механизмов его непосредственного осуществления.

Таким образом, *актуальность* исследования заключается в том, что данная работа выполнена в рамках широко развивающейся и крайне актуальной на сегодняшний день политической лингвистики с целью

рассмотрения механизмов и технологий реализации манипулирования мнением общественности.

**Цель** данной магистерской работы – выявить и сравнить языковые средства манипулирования в предвыборных дебатах американских и британских политиков.

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

- рассмотреть различные подходы к определению понятия дискурс;
- дать рабочее понятие политического дискурса и его основную характеристику;
- определить основные виды политического дискурса;
- рассмотреть предвыборный агитационный дискурс как разновидность политического дискурса;
- охарактеризовать речевое манипулирование в предвыборном агитационном политическом дискурсе;
- дать классификацию языковых средств манипулирования;
- выявить и сравнить особенности языковых средств манипулирования в предвыборных дебатах американских и британских политиков.

**Объектом** настоящего исследования является англоязычный политический дискурс.

**Предметом** исследования магистерской работы являются языковые средства манипулирования в предвыборных дебатах американских и британских политиков 21 века.

В данной дипломной работе были применены следующие **методы исследования**:

- метод сплошной выборки;
- стилистический анализ;
- контекстуальный анализ;
- метод когнитивно-семантического моделирования.

**Теоретической основой исследования** послужили работы отечественных и зарубежных ученых различных областей: Т.А. ван Дейк, Е.С. Кубрякова, В.М. Русаков, О.Ф. Русакова, Ф. де Соссюр, Д. Шиффрин, Е.И. Шейгал, С.В. Коломиец, Т.В. Шмелева, В.З. Демьянков, П.Б. Паршин, М.В. Ильин, И.Р. Гальперин, В.Е. Чернявская, А.Н. Баранов, Е.Г. Казакевич и другие.

**Материалом исследования** послужило более 500 примеров, взятых из выступлений американских и британских политиков на предвыборных дебатах 21 века, формирующих английский тип текста предвыборной агитационной речи.

**Практическая значимость** результатов исследования заключается в том, что данный материал может быть использован при написании различных учебных пособий или сборников о политическом дискурсе, о предвыборном агитационном дискурсе или об особенностях средств языкового манипулирования в предвыборном агитационном дискурсе для студентов, преподавателей и других специалистов как филологической, так и политической области. Также материалы данной магистерской работы могут использоваться при написании курсовых работ, докладов, рефератов или статей на такую же или схожую тему.

**Структура** данной работы определяется целью и задачами, поставленными выше. Магистерская работа состоит из введения, двух глав, теоретической и практической, выводов по двум главам, заключения и списка использованной литературы.

В **первой главе** рассматриваются теоретические аспекты исследования таких понятий, как: дискурс, политический дискурс, предвыборный агитационный дискурс, средства языкового манипулирования, даются характеристики политического и предвыборного агитационного дискурсов, а также приводится классификация языковых средств манипулирования, используемых в политическом предвыборном дискурсе.

Во *второй главе* проводится анализ фактического материала, которым послужили речи англоязычных политиков, а именно американских и британских политиков 21 века, в предвыборных дебатах. В рамках практической главы выявляются и сравниваются основные особенности средств языкового манипулирования в предвыборных дебатах американских и британских политиков.

В *заключении* представлены результаты исследования и выводы по проделанному анализу.

Список использованной литературы состоит из 67 источников. Общий объем настоящей магистерской диссертации составляет 100 страниц.

# ГЛАВА I. ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

## 1.1 Обзор подходов к определению дискурса и критерии его классификации

За последние годы в современном мире наблюдается активизация научной деятельности, связанной с изучением такого феномена, как дискурс. В силу того, что понятие «дискурс» оказалось на стыке целого ряда научных дисциплин: лингвистика, социология, философия, психология, антропология и тому подобное, на сегодняшний день определение данного понятия может представлять собой значительные трудности для научного мира. В современной лингвистике описание дискурса и анализ его системообразующих признаков является одним из новых аспектов исследований. История же развития подходов определения понятия «дискурс» в целом очень богата, крайне разнообразна и обладает многолетней традицией изучения данного феномена в рамках философских и, конечно же, лингвистических учений.

Определение слова «дискурс» (от латинского *discursus* – движение, беседа, разговор, спор) в Большом толковом словаре Кузнецова дается как беседа, речь, текст (объект лингвистического исследования) [61: 267]. В толковом словаре Ефремовой – логический довод, мыслительная посылка [62: URL].

Термин «дискурс» в классической философии был использован для характеристики процесса трансформации от одного дискретного шага к другому, а также процесса развертывания мышления, которое выражается в тех или иных понятиях и суждениях. Что касается современной философии постмодернизма, то в данном случае появилась новая интерпретация понятия «дискурс», как особого феномена, выраженного в погруженном в те или иные контексты тексте, функции которого нацелены на связность и целостность [5: 427-441].

При этом такое разнообразие трактовки понятия дискурса может выражаться в том, что данный феномен рассматривается как развиваемая языковая или речевая конструкция, к примеру, речь, текст. Очень часто под дискурсом подразумевается некая последовательность совершаемых актов коммуникации, то есть, например, это может быть разговором, диалогом, спором и т.д. Таким образом, в рамках философии дискурс сравнивается с языковой активностью, осуществляемой в соответствии с определенной сферой деятельности, с определенной лексикой и по определенным правилам семантики и грамматики. В.Б. Кашкин считает, что понятие «дискурс» необходимо рассматривать, принимая во внимание функции и нормы его построения, к примеру, «политический дискурс», «научный дискурс», «медиа-дискурс» и т.п. [27: 337].

Всемирно известный и признанный швейцарский лингвист, выдвинувший основные положения в области лингвистики, один из основоположников Женевской лингвистической школы и структурной лингвистики Ф. де Соссюр склонялся к изучению языка как единственного предмета лингвистики. В то же самое время ученый противопоставлял язык речи, под которой понимал случайный акт индивидуума для выражения той или иной мысли, и речевой деятельности, в которой непосредственно и реализуются элементы языка-речи и создаются тексты [43: 49, 52-53].

Э. Бьюиссанс, бельгийский лингвист и последователь Ф. де Соссюра, в 1943 году в своей работе «Язык и дискурс» ввел в оппозицию Ф. де Соссюра язык-речь третий компонент – дискурс. Под дискурсом автор понимал механизм или процесс трансформации языка как знаковой системы в живую речь говорящего. При этом язык оставался абстрактной системой знаков, а речь – процессом речевой деятельности [39: 5].

Понятие «дискурс» впервые ввел в теорию лингвистики текста американский ученый З. Харрис в 1952 году в словосочетании «анализ дискурса». Одним из первых придал терминологическое значение французскому слову «discours», что в переводе означает речь вообще, Э.



Бенвенист. Ученый обозначил им индивидуальную речь человека, то есть речь говорящего [6: 139]. Позже исследователь Ж. Коке дал обозначение дискурсу как «трансфразовое измерение языка». То есть таким образом, ближе к концу XX века понятие «дискурс» приобрело новое толкование, что в последствии привело к созданию в лингвистике новой отдельной дисциплины – дискурсивный анализ [34: URL].

Такой ученый, как П. Шародо предполагает, что понятия текст и дискурс являются результативными и процессуальными аспектами языковой деятельности. По словам автора текст взаимодействует с множеством различных дискурсов, каждый из которых относится к определенному жанру и соотносится с определенной ситуацией. То есть ученый подразумевает под понятием дискурса суммы тех или иных слагаемых, например, высказываний или коммуникативных ситуаций [55: 28].

Что касается отечественной лингвистики, то в данном случае феномен дискурса рассматривался с точки зрения функционально-коммуникативного подхода. Изначально вместо слова «дискурс» использовался термин «функциональный стиль», определяемый в работах таких ученых, как В.В. Виноградов, Г.О. Винокуров и т. д., как стиль текста и соответствующие им лексические и грамматические системы [10; 11]. На сегодняшний день такие отечественные лингвисты, как Е.В. Темнова, Е.А. Кожемякин, Е.В. Переверзев, Л.В. Селезнева, О.И. Таюпова, изучающие феномен дискурса, до сих пор активно используют результаты исследований представителя европейской школы лингвистики текста Т.А. ван Дейка [38; 42; 44; 45]. Ученый объяснял всю сложность определения данного феномена, во-первых, условиями его формирования, во-вторых, неточным местом дискурса, который он занимает в системе категорий языка [18: URL]. При этом лингвист понимает под дискурсом некое высказывание, а когнитивные установки или фреймы определяют содержание и форму данного высказывания [19: 73].

Основной же вклад Т.А. ван Дейк внес в создание модели дискурса, представляющей коммуникативное событие в качестве единого комплекса

языкового значения, формы и действия. Ученый подходит к рассмотрению дискурса со стороны функционального подхода, то есть с точки зрения коммуникативного события между говорящим и слушающим, что естественно обуславливается определенным временным пространством и ситуативным контекстом, под коммуникативным событием в данном случае может подразумеваться речь или письмо, содержащие вербальные или невербальные элементы [19: 79].

Таким образом, в рамках современной науки на основании данного подхода Т.А. ван Дейка была сформирована коммуникативно-функциональная парадигма восприятия дискурса. Д. Шиффрин, к примеру, дает свое определение данного понятия как «ингерентно контекстуализированных высказываний» или же просто единиц устной и письменной речи [59: 41].

С когнитивной точки зрения дискурс рассматривается в трудах Е.С. Кубряковой. Ученая понимает дискурс, как именно когнитивный процесс, который связан с реальным речепроизводством, созданием речевого произведения. Е.С. Кубрякова выделяет несколько подходов к изучению и рассмотрению данного феномена:

- 1) структурно-синтаксический подход. Согласно данному подходу, дискурс – это сложное синтаксическое целое (фрагмент текста);
- 2) структурно-стилистический подход. В данном случае дискурс понимается, как вне текстовая реализация речи, для которой свойственны ситуативность, спонтанность и особая стилистика;
- 3) коммуникативный подход. В рамках данного подхода дискурс рассматривается, как вербальное общение (например, диалог, беседа), речь с позиции говорящего [30: 164].

Также следует обратить внимание и на работы ученой С.В. Коломиец, которая прибегает к рассмотрению дискурса с позиции лингвистики, социолингвистики, прагмалингвистики и лингвофилософии. То есть, в лингвистике дискурс представляет собой процесс вербального общения, при

этом учитывается и степень спонтанности, тематической связности и насколько беседа понятна для окружающих. С точки зрения социолингвистики дискурс понимается как персональный и институциональный дискурс с личностно и статусно-ориентированными различиями. При этом принадлежность участников коммуникации к определенным социальным группам определяет особенности дискурса. А прагмалингвистика выносит на первый план каналы и способы общения. То есть идет противопоставление устного и письменного, контактного и дистанционного, виртуального и реального типов дискурса с точки зрения канала общения, информативного и фасцинативного, содержательного и фатического, серьезного и несерьезного, ритуального и обыденного, протоколируемого и непротоколируемого видов дискурса по способу общения [28: 35].

А дополняются результаты исследований феномена дискурса известным доктором филологических наук Т.В. Шмелевой. Ученая дает жанровую характеристику дискурса, представляющую целую совокупность признаков:

- 1) цель коммуникации (информативная, императивная, этикетная, оценочная);
- 2) образ автора;
- 3) образ адресата;
- 4) образ прошлого (направленность события, характерная для ответа, отказа, опровержения и согласия);
- 5) образ будущего в качестве перехода на следующий этап общения;
- 6) событийное содержание;
- 7) языковое воплощение речевого жанра [52: 88-99].

Таким образом, на сегодняшний день единого мнения о понятии «дискурс» с лингвистической точки зрения нет. Различные определения неизбежно порождают расхождение в фокусах областей исследований. Однако стоит отметить, что лингвисты единодушно делают упор на язык и его использование при проведении анализа дискурса. Объясняя термин

«дискурс», ученые включают в анализ такие элементы, как контекст и участники речевой деятельности, которые не только составляют важнейшие теоретические компоненты их исследований, но и влияют или устанавливают ограничения на практическое применение анализа дискурса [60: 127].

Проведенный анализ подходов к определению термина «дискурс» позволяет нам выделить характерные ему признаки: коммуникативное высказывание (устное или письменное); наличие контекста; присутствие влияния прагматических, психологических и социокультурных факторов; информативность; воздействующий потенциал и определенные отношения между участниками дискурса.

Критерии же классификации дискурса, концентрируют особое внимание на свойствах, которые определяют сущность конкретного рассматриваемого вида дискурса. В основе известных распространенных классификаций лежат следующие признаки: контекст (место и условия), коммуникативный контекст (тематика), участники дискурса, цель, хронотоп, система языковых средств (характерные понятия и термины).

Известные ученые О.Ф. Русакова и В.М. Русаков в результате своих исследований выделили 12 видов дискурса с их дальнейшей конкретизацией. В основе данной классификации лежит ряд принципов, которые учитывают следующие критерии: вид речи, особенности мировоззрения, проявление национальных черт в дискурсе, отношение к профессии, политические взгляды, жанр культуры, вид СМИ, особенности церемоний и ритуалов и т.д. Области функционирования разных видов дискурса, каждому из которых свойственен собственный набор языковых средств, отвечающих вышеупомянутым критериям, достаточно отражены в классификации О.Ф. Русакова и В.М. Русаков [40: 104].

При этом на сегодняшний день довольно очевиден тот факт, что вопрос классификации видов дискурса все еще носит открытый характер, так как видна тенденция роста количества существующих видов дискурса, а, основываясь на тех или иных параметрах, критериях, можно выделить новые

виды дискурса. Такого мнения поддерживается и ученый О.И. Таюпова [44, URL].

Таким образом, вышеприведенный обзор подходов к определению дискурса и критериев его классификации дает возможность рассмотреть историю становления теории дискурса как особого направления в лингвистике, зародившемся в середине XX века. Довольно очевидно интенсивное развитие научных взглядов относительно такого феномена, как дискурс.

В следующем разделе теоретической главы дается понятие политического дискурса и рассматриваются его основные характеристики.

## **1.2 Понятие политического дискурса и его основные характеристики**

На сегодняшний день язык и политика тесно связаны на базовом уровне. Политическая деятельность практически невозможна без языка. Конечно, в политике задействованы и другие формы поведения, в частности физическое принуждение. Но политика в основном определяется языком. В политике существуют конфликты интересов, борьба за власть и попытки сотрудничества между людьми, между мужчинами и женщинами и между различными социальными группами. Согласно Б. Джонсу и его соавторам, в политике используются различные методы, чтобы добиться желаемого: убеждение, разумные аргументы, иррациональные стратегии, угрозы, просьбы, взятки, манипуляции – все, что мы думаем, сработает в нашем случае [58: 5]. При этом необходимо принимать во внимание тот факт, что различные модели поведения в политике с использованием разных методов получения желаемого на самом деле являются видами языкового взаимодействия, то есть дискурса [56: 3-4].

Таким образом на сегодняшний день существует такое понятие, как политический дискурс. Данное понятие носит потенциально двусмысленный характер, то есть может подразумеваться как минимум две вещи:

- 1) дискурс, который сам по себе является политическим;

2) анализ политического дискурса как простого примера дискурса, без какой-либо очевидной ссылки на политический контекст или контент.

Поэтому чтобы понять, что же все-таки такое политический дискурс, рассмотрим основные подходы к его определению. А.П. Чудинов считает, что в политическом дискурсе должны содержаться *«все присутствующие в сознании говорящего и слушающего (пишущего и читающего) компоненты, способные влиять на порождение и восприятие речи»*. Согласно автору, политический дискурс – один из основных объектов исследований политической лингвистики. При этом важной задачей данной лингвистики является изучение многообразных взаимоотношений между языком, мышлением, коммуникацией и политическим состоянием общества в определенные исторические периоды [49: 4, 18].

Политический дискурс как вербальная коммуникация определенного социального контекста рассматривается В.А. Масловой. В данном случае продуцент и реципиент обладают определенными социальными ролями в соответствии с их участием в политической жизни общества [32: URL].

В.З. Демьянков же видит отличительной чертой политического дискурса от остальных видов в его наличии политических терминов, специфичных структур, речевых приемов, особенной реализации дискурса [20: 40].

Более развернутое определение политического дискурса дает известный ученый Е.И. Шейгал, который характеризует данный феномен как знаковую систему, в которой модифицируется семантика и функции различных типов речевых единиц и стандартных речевых действий. Автор выражает сущность политического дискурса следующей формулой: «дискурс = подъязык + текст + контекст» [50: 3, 15].

Политический дискурс в качестве совокупности всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также проверенных опытом традиционных правил публичной политики рассматривают такие ученые, как А.Н. Баранов и Е.Г. Казакевич. При этом авторы обращают особое внимание на институциональный характер данного дискурса, подчеркивая, что

коммуникация происходит не между отдельными представительными людской расы, а между представителями определенных социальных групп или институтов [4: 13].

Известный ученый П.Б. Паршин подвергает сомнению все существование политического дискурса, указывая, что языковые черты данного дискурса не столь многочисленны и их практически невозможно выявить. Под политическим языком автор понимает не сам язык, не только языковые или речевые средства, а идиополитический дискурс, иными словами индивидуальность того, что, как, кому и о чем говорит тот или иной субъект политической деятельности [37: URL].

С.В. Иванова рассматривает политический дискурс с лингвокультурологической точки зрения, придерживаясь мнения, что политический дискурс должен относиться к определенной культуре, таким образом находясь под влиянием национально-культурной специфики установок и требований данной культуры [23: URL].

Проанализировав подходы к определению феномена политический дискурс, можно обнаружить схожую позицию ученых относительно политического дискурса как особого вида вербальной коммуникации, которая свойственна определенному социальному контексту и строится по своим грамматическим и лексическим правилам. Некоторые ученые выделяют в качестве основных концепций политического дискурса «власть» и «политика». При этом концепция «власть» выражается в способности и праве к принуждению. В настоящее время в речах политиков постоянно делается акцент на определенного рода обоснование и отстаивание права на власть, что может выражаться в его характеристиках. В.З. Демьянков выделяет следующие свойства данных характеристик: эффективность, оценочность и агрессивность, отстаивание точки зрения [20: 32-43].

Рассмотрим каждое из данных свойств:

1) Агрессивность и оценочность политического дискурса

В.З. Демьянков, описывая один из специфичных видов политического дискурса, характеризует его как особый вид ораторства со свойственными воззваниями к определенным идеалам, навязанной идеологизацией, пропагандой триумфализма, острой критичностью, доминированием такого феномена, как «сверх-Я», а также стремлением постичь абсолютную истину.

## 2) Эффективность политического дискурса

Внушение гражданам той или иной страны правильных или верных, по мнению политика (продуцента), действий или мнений является общественным предназначением политического дискурса. Ученый связывает данный процесс внушения с таким процессом как манипулирование сознанием общественности в определенном направлении, который задает сам политик. При этом данный процесс внушения, манипулирования и воздействия можно считать основной характеристикой политического дискурса, ведь, как подчеркивает В.З. Демьянков, цель данного вида дискурса заключается не в описании, а убеждении, пробуждая в адресате намерения, предоставляя человеку почву для убеждения и побуждая к действию [20: 32-43].

## 3) Отстаивание определенной точки зрения

На основании вышесказанного политический дискурс должен строиться на аргументированном обосновании предлагаемой в нем позиции, мнений и оценочных взглядов, что может быть достигнуто в соответствии с определенными требованиями. В данном случае также необходимо отметить, что цель политика не только в отстаивании собственной позиции, но и в острой критике или в удержании победы над оппонентом и его потенциальными действиями [24: URL].

Таким образом можно отметить, что основные характеристики рассматриваемого нами дискурса непосредственно связаны с его функциями. Выделим следующие функции политического дискурса:

- инструментальная функция – главная функция политического дискурса, состоящая в борьбе за власть;



- функция социального контроля – манипулирование общественным сознанием, мнением, взглядами;
- функция легитимизации власти – объясняет решения по распределению власти и общественных ресурсов;
- функция воспроизведения власти – усиление приверженности или склонности к определенной системе;
- функция ориентации посредством формулирования конкретных целей и проблем – создание определенной картины политической реальности в сознании общественности;
- функция социальной солидарности или социального единства, интеграции в рамках общества;
- функция отчуждения определенных социальных групп;
- агональная функция – проявление несогласия и выражение протеста против определенных действий, предпринимаемых властями;
- акциональная – организация и ведение политики через мобилизацию общественности;
- креативная функция;
- функция распространения информации;
- функции проекции в прошлое и будущее и другие [51: 36].

Что касается зарубежной науки, то в ней наиболее популярна следующая классификация функций политического дискурса:

- функция принуждения (приказы, законы, контроль доступа к определенной информации);
- функция оппозиции (самиздат, петиции и прошения);
- функция симуляции (контроль информации);
- функция легитимизации (реализация механизма повиновения);
- функция делигитимизации (оппозиция по отношению к идеологии властей) [57: 206-230].

Таким образом, рассмотрев определение политического дискурса, его свойств и классификации его функций, мы можем обобщить основные признаки политического дискурса:

- борьба за власть, ее укрепление и легитимизация;
- использование характерных политических терминов;
- особый «подъязык», то есть какая-то определенная специфичная лексика, фразеология и т.д.;
- использование особых синтаксических структур;
- наличие грамматических и лексических маркеров;
- обязательное наличие определенного социального контекста, социальный ролей субъекта и объекта;
- влияние национально-культурных особенностей, а также идеологических установок государства на формирование национального политического дискурса.

Из вышесказанного можно прийти к выводу, что одна из основных особенностей данного вида дискурса – борьба за власть, которая реализуется на языковом уровне с помощью присущих политическому языку лексических, грамматических, стилистических и других структур. Основное функциональное назначение политического дискурса – воздействие на сознание массового реципиента. Специфику политического дискурса определяют его рассмотренные характеристики, что указывает на системообразующие свойства данного вида дискурса. При этом в рамках данного исследования рабочее определение политического дискурса заключается в толковании данного вида дискурса в качестве речей политической субъектов в сфере их коммуникации.

### **1.3 Основные виды политического дискурса**

Рассмотрев различные подходы к определению понятия политического дискурса и его основные характеристики, обратимся к типологии данного вида дискурса. В первую очередь существует необходимость подчеркнуть тот факт,

что главным критерием или основанием типологии политического дискурса, на котором она строится, является тема или содержание, что обусловлено сферой коммуникативной деятельности. Темы в свою очередь делятся на подтемы в соответствии с более конкретными сферами (ситуациями) коммуникации.

На сегодняшний день существуют различные тематические группы типов политического дискурса, предметы которых различаются:

- Тематическая группа, предметом которой является идеология (дискурс о социализме, коммунизме, анархизме, либерализме и т.п.);
- Тематическая группа, предметом которой является сфера политической деятельности (политико-экономический дискурс, внутреннеполитический дискурс, внешнеполитический дискурс и т.д.);
- Предмет – политические процессы, события, деятельность (предвыборный дискурс, дискурс митингов, военный дискурс и другие);
- Предмет – субъекты политики (дискурс политических деятелей, дискурс политических институтов);
- Предмет – политические системы (дискурс тоталитаризма, демократии, авторитаризма и тому подобное) [26: URL].

При этом необходимо отметить, что для всех тематических типов политического дискурса характерны свойственные им жанры, которые могут выделяться в соответствии с целевой установкой. Другими словами, в данном случае мы имеем дело с типологией политического дискурса по жанровому критерию. Т.В. Шмелева дает классификацию политического дискурса, согласно которой в качестве основания для классификации выделяются целевые установки жанра или иллокутивные аспекты жанра, а также формы передачи информации. В соответствии с иллокутивными аспектами, жанры политического дискурса делятся на:

- информативные (интервью, пресс-релизы, парламентские дебаты, переговоры, слушания, новости и т.д.);

- этикетные (новогодние поздравления президента, инаугурационное обращение, послание Федеральному собранию);
- императивные (лозунги, указы президента и другие);
- оценочные (например, политическая реклама) [52: 88-89].

В соответствии с типологией по форме передачи информации, разделяют:

- письменные жанры (политические мемуары, аналитические статьи);
- устные жанры (предвыборные дебаты, переговоры, парламентские слушания) [52: 88-89].

Также необходимо отменить существование деления по внешним жанрам. В соответствии с данным разделением выделяют монологичные (новости, политические мемуары, новогодние поздравления президента, инаугурационные послания) и диалогичные (интервью, переговоры, политические дебаты, парламентские слушания и т.д.) типы политического дискурса.

Согласно мнению Е.И. Шейгал о полевой жанровой организации любого дискурса, можно выделить ядерные, прототипные жанры политического дискурса (лозунги, публичные речи политиков, голосования, парламентские дебаты) и маргинальные, периферийные (указы президента, мемуары, памфлеты, политические карикатуры и другие), которые имеют двойственную природу и при этом находятся на стыке различных типов дискурса [51: 327].

Не менее важным является еще один фактор, используемый при жанровой типологии, фактор способа выражения политического дискурса: вербальные и паралингвистические средства (листовки, политические плакаты, карикатуры). Более того, при типологии политического дискурса необходимо не забывать про такие аспекты, как субъект политического дискурса, временной план и лингвокультурологический аспект.

1. В соответствии с субъектом в политическом дискурсе можно выделить:

- индивидуальный дискурс (или личностный): дискурс бизнесменов, дискурс политических деятелей, дискурс граждан как субъектов коммуникации в политике. Примером индивидуального дискурса может быть дискурс В.В. Путина, Дж. Байдена, Д. Трампа и т.д.;

- институциональный дискурс: дискурс социальных, религиозных, профессиональных, этнических групп, дискурс политического института (дискурс политических партий, властей государств, элиты и т.п.

2. С точки зрения временного плана (при этом каждый из данных пунктов делится на дискурсы с более мелкими временными периодами):

- советский дискурс (1917-1985 года);
- перестроечный (1985-начало 1990-х годов);
- постперестроечный или новейший (конец 1990-х – начало 2000-х годов).

3. По национально-культурному параметру:

- российский политический дискурс;
- японский политический дискурс;
- немецкий политический дискурс;
- китайский политический дискурс;
- американский политический дискурс;
- британский политический дискурс и т.д. [16: 137].

Таким образом, рассмотрев и проанализировав типологию политического дискурса, можно сделать вывод относительно специфичность структурирования данного вида дискурса. Также мы можем подвести черту и отметить, что далее рассматривая предвыборный агитационный дискурс, нужно иметь в виду его связь с индивидуальным дискурсом политиков, который имеет черты дискурса институционального, вследствие проведения его анализа с принятием во внимание таких фактов, как: принадлежность политиков к конкретным институтам, временные периоды деятельности

политиков, политические режимы, в соответствии с которыми политики выступают и тому подобное.

#### **1.4 Предвыборный агитационный дискурс как разновидность политического дискурса**

Обзор теоретических ресурсов и анализ материалов в области такого феномена как дискурс и в области политической лингвистики дает нам возможность отметить, что в начале XXI века наблюдается повышение интереса не только к исследованию политического дискурса, но и предвыборного агитационного дискурса на материале речей политиков разных стран.

Предвыборный агитационный дискурс – это один из видов политического дискурса или его речевой жанр, являющийся сложным коммуникативным событием и в то же время его вербальным оформлением. При этом предвыборному дискурсу присуще определенный ролевой состав участников, данный вид дискурса отличается своей публичностью и официальнойностью, например, речь кандидата на пост президента во время предвыборных дебатов. Такое выступление политика зачастую содержит в себе побуждения и призывы к действиям, к определенному мнению, выбору, отражает убедительную позицию выступающего и, конечно же, отличается особой экспрессивностью, эмоциональным настроением [2: 123].

Основополагающие концепты для предвыборного агитационного дискурса, как и для политического, – это «власть» и «политик», но при этом основа концепта «власть» в данном случае смещается на одну из его составляющих, а именно «борьба за власть» [51: 43].

Предвыборный дискурс, являясь разновидностью политического дискурса, имеет все его признаки и выполняет все присущие ему функции. При этом существует значительная особенность, которая позволяет нам выделять предвыборный дискурс как самостоятельный подвид в рамках более широкого политического дискурса. Данная особенность состоит в том, что предвыборный агитационный дискурс принадлежит к строго определенной

коммуникативной ситуации, имея четкие временные рамки, которые называются периодом агитаций и регламентируются законом. Данный факт и определяет особенность предвыборного дискурса и лишает его смысла вне установленных законов и временных ограничений [2: 124].

В предвыборном дискурсе также выделяется еще одна важная особенность политического дискурса – тематическая определенность или детерминированность. То есть если в других видах политического дискурса такие критерии, как количество и содержание, ничем не ограничиваются, то в пределах предвыборного дискурса такие критерии основываются на деятельности того или иного кандидата или политического института, объединения, к примеру, участников предвыборных кампаний.

Внушение адресатам (избирателям, гражданам страны, обществу) необходимости совершения тех или иных «политически верных» действий и/или оценок является основной задачей предвыборного политического дискурса. Воздействие на сознание адресатов может быть оказано разными способами и может иметь цель, заключающуюся в изменении уже имеющейся у избирателей картины мира, а точнее картины политического мира, путем переубеждения, навязывания адресатам определенного мнения, отношения к чему-либо или установок [47: 15].

Известный ученый В.Л. Бенуа внес значительный вклад в изучение предвыборного дискурса. Ученый разработал функциональную теорию относительно дискурса предвыборной кампании. Теория состоит из пяти основных аксиом, которые характеризуют предвыборную конкуренцию политиков. Данные аксиомы сводятся к следующему:

- 1) Голосование как акт сравнения

Каждый избиратель отдает в процессе голосования свой голос за симпатизирующего ему кандидата из числа представленных в тех или иных выборах. Данный выбор в пользу определенного кандидата на голосовании избиратель делает в результате проведения сравнительного суждения. Выбран

избирателем будет тот кандидат, точку зрения или позицию которого, избиратель разделяет.

## 2) Кандидату необходимо выделяться среди его оппонентов

Вторая аксиома непосредственно вытекает из первой и заключается в том, что кандидаты должны друг от друга отличаться. Каждый кандидат должен выступить с четкой и ясной программой предвыборной кампании, которая будет выгодно представлять его кандидатуру, отличать его от оппонентов и сумеет убедить в его правоте, искренности и честности, в противном случае, если значительных различий между кандидатами не будет, то голосование за того или иного представителя потеряет смысл [53: URL].

## 3) Важнейшей движущей силой для различения кандидатов являются сообщения политической предвыборной кампании

При помощи разных сообщений политической кампании кандидат старается выгодно подчеркнуть свое отличие от его оппонентов. При этом пользоваться кандидат может не только таким способом передачи информации, как через средства массовой информации (к примеру, журналы, газеты, листовки, теледебаты и т.д.), но и кандидат может прибегнуть к помощи заинтересованных лиц или организаций. Кандидаты на регулярной основе принимают участие в дебатах, публичных обсуждениях и ток-шоу, дают интервью, создают огромное количество различных рекламных роликов и т.п.

Согласно В.Л. Бенуа существует три потенциальные функции сообщений избирательных кампаний: нападение или критика оппонента, восхваление и защита [53: URL].

- Восхваление кандидата – демонстрация его положительных качеств, убеждение в том, что взгляды и идеи кандидата отвечают надеждам и ожиданиям избирателей.

- Критика в сторону оппонента – обнародование слабых сторон предвыборной программы оппонента. Необходимо отметить, что к такой



тактике прибегают не все кандидаты, зачастую ею пользуются кандидаты с наименьшими шансами на победу [53: URL].

- Тактика защиты или отрицания может быть использована кандидатом в случае, если он находится под гнетом активной критики. При помощи своевременного использования тактики защиты можно вернуть утраченное доверие и предпочтения избирателей, однако есть у данной тактике и некоторые недостатки:

- тактика защиты от нападков оппонентов может занимать огромное количество времени, при этом кандидат переходит в статус защищающегося (не очень выгодное положение для предвыборной гонки);

- защита слабых мест кандидата, которые служат объектом нападков оппонентов, в некоторых случаях демонстрирует некомпетентность кандидата в тех или иных вопросах;

- кандидату необходимо защищать заранее четко определенные аспекты нападения [53: URL].

4) Предвыборный дискурс касается двух основных тем: политики и личности кандидата

Большинство кандидатов с целью выделиться на фоне оппонентов пользуется двумя основными аспектами:

- Собственной личностью, при этом создавая определенный имидж. Кандидат старается показать себя народу в качестве мудрой, справедливой и понимающей личности.

- Политической установкой, другими словами, методами или способами решения тех или иных проблем. В данном случае часто идет обсуждение прошлых политических побед и достижений кандидата, при этом акцентирую внимание на будущие свершения [53: URL].

5) Основная задача кандидата – получить большинство голосов избирателей, принимающих участие в выборах

Рассматривая данную аксиому, необходимо осознавать, что кандидат не может нравиться абсолютно всем избирателям. Основные пункты программы

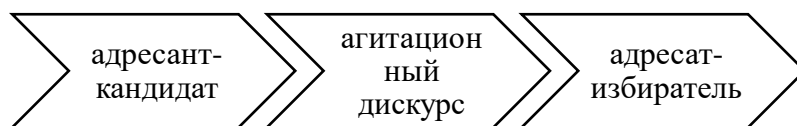
предвыборной кампании кандидата могут нравиться одним избирателям, но при этом вызывать недовольства и негодования других [53: URL].

Таким образом можно сделать вывод, что предвыборный дискурс имеет дело непосредственно с предвыборными кампаниями политиков, то есть отрезком времени, на протяжении которого те или иные политические субъекты (это могут быть лица, партии, общественные движения) позиционируют себя в глазах избирателей, привлекают внимание объектов своего воздействия и делают все, чтобы побудить граждан отдать свой голос за того или иного кандидата. При этом в данном случае, как уже упоминалось, позиционирование включает в себя не только самопрезентацию кандидата, но и дискредитацию своих оппонентов в глазах избирателей.

В соответствии с предвыборным агитационным дискурсом структура картины мира, следующая: «свой претендент – чужой претендент/оппонент – электорат/избиратели», «прошлое – настоящее – будущее». Цель данной картины мира дать ответы на следующие вопросы:

- Как улучшить будущее, сделав его лучше настоящего?
- Почему свой кандидат/претендент сможет справиться с данной задачей лучше другого претендента/оппонента?

Речевой ситуации агитационного дискурса характерна трехчастная схема:



Данная схема отражает сложное взаимодействие между кандидатом и избирателем. Тексты, присущие предвыборному агитационному дискурсу, направлены на побуждение адресата-избирателя к определенному политическому действию.

В структуре выражения агитационного текста имеется несколько уровней: композиционные построения – первый уровень; лексические, синтаксические и морфологические средства, которые используются в целях

выражения определенной точки зрения – второй уровень. При этом агитационной речи соответствует четкая стратегия: побуждение адресата или избирателя к выбору конкретного кандидата [29: 216].

Таким образом основной задачей предвыборного агитационного дискурса является воздействие на избирателей, завоевание и удержание их симпатий. Так как данный призыв обращен к, во-первых, достаточно большой, а во-вторых, разнородной группе избирателей, то такая основная задача реализуется в условиях недифференцированной избирательской аудитории [29: 216].

Выделяют следующие основные структурные элементы, которые выполняют роль дискурсообразующих характеристик предвыборного агитационного дискурса:

1. Участники коммуникации в данном случае – это кандидаты, принимающие участие в гонке за власть и избиратели. При этом в данном случае для анализа взаимоотношений участников коммуникации используется реципиенто-центрический подход, то есть главное звено здесь в отношениях – реципиент-индивид, на сознание которого продуцент и пытается воздействовать или непосредственно воздействует. Характер и направленность такого оказываемого воздействия на сознание реципиента посредством, например, политических выступлений, меняются в зависимости от:

- Базовый уровень личности (к примеру, характер, интеллектуальные способности, эмоции, темперамент и т.д.);
- Знания, умения, навыки, привычки;
- Морально-этические взгляды, ценности, мировоззрение;
- Отношение личности к миру, к окружающим людям, к самому себе;
- Характер деятельности и общения [1: 386].

2. Хронотоп предвыборного дискурса – это масштабное цикличное мероприятие, проходящее по определенным срокам, которые указаны на законодательном уровне [15: 6].

3. Целью предвыборных выступлений кандидатов, как уже упоминалось ранее, является воздействие на сознание избирателей, убеждение, завоевание и удержание доверия [1: 386].

4. Апелляция к ценностям в предвыборном дискурсе. В предвыборном агитационном дискурсе политики зачастую обращаются к общеизвестным и общепринятым ценностям, понятным гражданам той или иной страны, при этом важную роль выполняют и политические ценности (конкретные ориентиры и установки политической деятельности, которые могут восприниматься, как нравственно-политические идеалы) [36: 172].

5. Речевые стратегии – неотъемлемый компонент коммуникативной деятельности. В данном случае за основу берется определенный набор языковых средств, к которому прибегает тот или иной кандидат. То есть речевые стратегии – это целый комплекс языковых действий, предпринимаемых для достижения конкретной коммуникативной цели. В рассматриваемом нами дискурсе цель основной стратегии состоит в формировании у избирателей желаемого или необходимого политического мировоззрения, политического мнения или позиции [12: 69-73].

6. Тематика предвыборного агитационного дискурса (обширна и разнообразна) – смысловая направленность (образование, здравоохранение, пенсионная политика, проблема безопасности, вопросы жилищных условий, сфера трудоустройства и тому подобное).

7. Интертекстуальность данного типа дискурса – цитаты, аллюзии, пословицы, поговорки, крылатые фразы и т.д. В данном случае интертекстуальность может быть связана с обращением политиков к конституции страны, ее значимости и незыблемости [41: 164].

8. Дискурсивные формулы, то есть разные обороты речи, используемые в определенном социальном институте (эмоционально-

оценочные единицы, политические термины, риторические вопросы, парцелляция, сравнительные конструкции, идеологизированные слова и обороты, синтаксис, синтаксические структуры, фонетические конструкции, сравнительные конструкции, стилистика, стилистические приемы и многое другое). Отсюда можно сделать вывод, что анализ предвыборного агитационного дискурса может быть направлен на специфику, особенности его языкового, дискурсивного и коммуникативного оформления на различных уровнях смысловой организации текста или речи.

Рассмотрев предвыборный агитационный дискурс как один из видов политического дискурса, можно также прийти к выводу, что данный дискурс представляет собой сумму текстов (речей), которые непосредственно содержат агитационные материалы, имеющие отношение к той или иной избирательной кампании и имеющие место быть в определенный период времени проведения предвыборных дебатов.

Основная функция данного вида политического дискурса – функция воздействия на избирателей, то есть общественное сознание, что имеет непосредственное отношение к речевому манипулированию, которое будет рассмотрено нами далее в контексте речевого манипулирование в предвыборном агитационном политическом дискурсе.

### **1.5 Речевое манипулирование в предвыборном агитационном политическом дискурсе**

Одной из наиболее серьезных и широко обсуждаемых проблем нашего времени является манипулирование человеческим сознанием. На сегодняшний день причина такого повышенного интереса к данному явлению кроется в мировом развитии XXI века, в особенностях общественных, социальных и экономических изменений, которые в первую очередь характеризуются величайшими достижениями всего человечества, трансформацией всего образа жизни современного общества и в то же время нарастанием глобального, мирового напряжения и противоречий [3: 148].

В такой ситуации необходимо отметить, что вопросы манипулирования сознанием и поведением человека привлекают большое внимание как отечественных, так и зарубежных ученых, к примеру, В.Е. Чернявская, С.А. Зелинский, А.А. Казаков, Т.С. Мельникова, Е.А. Мельник, К.В. Никитина, Е.В. Ветрова, А.В. Баукин, А.А. Ворошилова, П.П. Лобас и другие. При этом ученые исследуют данный феномен в разных областях: философии, политике, социологии, психологии, лингвистики и тому подобное. Известным фактом является и то, что практика манипулирования довольно широко распространена и известна в рамках предвыборного агитационного дискурса, например, выражаясь в языковом воздействии политиков на избирателей, на граждан страны, в предвыборных дебатах [48: 20].

Следует обратить внимание на крайнюю необходимость языка для политических деятелей. Язык используется политиками для знакомства аудитории со своими взглядами и установками, обмена опытом, развития у слушателей определенных воззрений, определенного мнения, агитации и т.п. Другими словами, направленность языковых стратегий публичного выступления политиков – оказание манипуляции, воздействие на адресата, убеждение принятия того или иного решения, нужного именно для субъекта политической деятельности, таким образом осуществляется управление человеком, его сознанием и поведением [14: 180].

В широком смысле языковое или речевое воздействие понимается как воздействие на индивидуальное или групповое сознание и поведение, осуществляемое различными языковыми средствами. На сегодняшний день единого подхода к определению понятия манипулирования не существует. Огромное количество ученых говорит о данном феномене как о речевом воздействии, технике, практике, стратегии и т.д.

Например, такой ученый как Е.Л. Доценко дает определение понятию речевого манипулирования следующим образом:

*«Это вид психологического воздействия, используемый для достижения одностороннего выигрыша посредством скрытого побуждения другого к совершению определенных действий» [21: 53].*

Е.Л. Доценко в своих работах также пишет и о критериях или признаках, которые используются для определения манипуляции:

- Неточность, скрытность, обман;
- Господство, верховенство, эксплуатация;
- Контроль, управление;
- Применение силы, принуждение [21: 53].

Другой ученый О.Н. Быкова дает следующее определение речевого манипулирования: Речевое манипулирование – это скрытое внедрение в мышление адресата целей, намерений, отношений, желаний или установок, которые не совпадают с имеющимися у него на данный момент времени. Это отбор и впоследствии использование определенных языковых средств, при помощи которых можно будет воздействовать непосредственно на адресата, при этом речевое сообщение воспринимается в данном случае адресатом как составляющая объективной реальности или информации [8: 99].

При этом рассматривая феномен речевого манипулирования, многие ученые отмечают, что средства массовой информации и публичный дискурс – это основной мощнейший ресурс манипулирования, к которому политики в виду своей влиятельности имеют прямой доступ.

Таким образом мы можем сделать вывод, что речевое манипулирование в предвыборном агитационном дискурсе помогает достичь основной цели данного вида дискурса – достижения поставленной цели политика: воздействия на мнение и поведение адресата или манипуляции его сознанием.

## **1.6 Классификация языковых средств манипулирования**

Преступая к рассмотрению классификации языковых средств манипулирования, в первую очередь необходимо обратить внимание на исследования такого ученого, как Т. Ван Дейк, который отмечает, что

манипуляция является когнитивным явлением и выделяет следующие виды манипулирования сознанием:

### 1) Манипулирование краткосрочной памятью

Осуществляется при помощи использования специфических речевых и текстовых характеристик (названия, слоганы, заголовки). Отличительной чертой речевого манипулирования является тот факт, что манипулятор стремится акцентировать внимание объекта манипулирования на нерелевантной информации, при этом достигая лишь частичного понимания или неполного понимания. Характеристики манипулирования в рамках предвыборного дискурса подразумевают разносторонний анализ. Например, морфологический, синтаксический, лексический, фонетический и т.д. Для достижения лишь частичного понимания могут использоваться: намеренно усложненные синтаксические конструкции, слишком быстрая и неразборчивая речь, крайне абстрактные слова или выражения и т.п.

### 2) Эпизодическое манипулирование

В рамках данного вида манипулирования влияние оказывается на эпизодическую память (то есть определенных воспоминаниях о конкретных коммуникативных ситуациях). Таким образом манипулятор формирует у манипулируемого определенную выгодную для себя ментальную модель, которая хранится в вышеупомянутой памяти и включает наши собственные переживания и эмоции.

### 3) Манипулирование социальной когницией

Манипулирование идеологическими воззрениями, моральными нормами и ценностями (социальными репрезентациями) лежит в основе данного вида когнитивного манипулирования. Данный вид манипулирования реализуется при помощи использования следующих стратегий: обобщение и стратегия использования знаний [8: 359-383].

При этом многие авторы отмечают, что, влияя на сознание общества, манипулятору следует как можно ближе приблизиться к реальности



реципиента (чем ближе реальность реципиента и реальность, созданная манипулятором, тем выше шанс на успех).

Реальность, создаваемая манипулятором, так называемая «своя реальность» состоит из взаимодействия трех компонентов:

- 1) «Я – свой» – положительная самопрезентация манипулятора в рамках когнитивного представления реципиента;
- 2) «Свои ценности» или когнитивные предпочтения;
- 3) «Общий враг» – разрушитель наших ценностей.

В политической коммуникации или в предвыборном агитационном дискурсе все сводится к социально-политическим представлениям. В данном случае речевое манипулирование строится на уже существующих предубеждениях, стереотипах, верованиях и тому подобное.

Рассмотрим основные стратегий манипулирования А.А. Филинского:

- 1) Они – реификация, то есть разрушение образа оппонента, ассоциируя его с образом врага, виновного в той или иной негативной ситуации.

- 2) Мы – амальгирование или интеграция с той или иной социальной группой, используя следующие приемы:

- Личные и притяжательные местоимения (мы/ нам/ наш);
- Собирательные лексемы с компонентом совместимости (товарищи, сограждане, друзья);
- Этнонимы (петербуржцы, россияне и т.д.).

- 3) Делигитимация – дегуманизация оппонента, то есть выработка негативных ассоциаций с определенными объектами коммуникации. В большинстве случаев проявляется в речевой агрессии.

- 4) Героизация – «Я или он – хороший». Выделение высоких морально-этнических качеств, высокую профессиональную компетентность кандидата, его достижения, непримиримость с нарушениями общих ценностей и общего порядка, осуществление деятельности только в интересах народа [46: 144].

Известный ученый С.А. Зелинский в своей книге приводит следующие способы манипулирования сознанием реципиентов:

- 1) Принцип первоочередности – эффект восприятия первичной информации как истинной.
- 2) «Очевидцы» событий – сообщают заранее переданную им манипулятором информацию.
- 3) Образ врага – создание искусственной угрозы, якобы исходящей от общего врага.
- 4) Смещение акцентов – акцент делается на выгодной для манипулятора информации.
- 5) Использование «лидеров мнения» – ориентирование на мнение авторитетных для граждан фигур.
- 6) Переориентация внимания – отвлечение внимания для сокрытия информации. При этом осветить могут практически любую информацию, несмотря на негативное влияние, оказываемое на реципиента.
- 7) Эмоциональное заряджение – направленность на чувства людей, чтобы отключить их разум.
- 8) Показная проблематика – искусственное раздувание несуществующих проблем, опять-таки для сокрытия наиболее острых или важных существующих проблем.
- 9) Эффект «информационного штурма» - в огромном ненужном потоке бесполезной информации скрывается истина.
- 10) Будничный рассказ или зло с человеческим лицом – негативная информация, которая преподносится обычным тоном и теряет свою актуальность.
- 11) Обратный эффект – выброс огромного количества негативной информации, чтобы информация вызывала не осуждения в сторону политического деятеля, а жалость.
- 12) Односторонность освещения событий – достижение ложного смыслового эффекта.

13) Одобрение мнимого большинства.

14) Экспрессивный удар – намеренное выделение или напоминание проблем, ужасов современного общества, чтобы вызвать негативное отношение к кому-либо, желание во что бы то ни стало наказать виновных.

15) Искусственное присчитывание ситуации – распространение разного рода информации и отслеживание реакции общества, для последующего исключения неактуальной информации.

16) Манипулятивное комментирование – освещение тех или иных событий в соответствии с выгодой для манипулятора.

17) Повторение – повторение максимально упрощенной и доступной для восприятия информации для ее прочного закрепления в подсознании и последующее влияние на сознание.

18) Правда – наполовину – утаивание половины информации [22: 337-347].

Кроме данных 18 стратегий автор говорит о следующих способах манипулирования: недоступность информации, принцип контраста, ложные аналоги, ложный накал страстей, удар на опережение, эффект правдоподобия [22: 337-347].

С.С. Бордунова, анализируя средства манипулирования с дискурсивно-коммуникативной точки зрения, выделяет следующие основные техники манипулирования в речах политиков (в монологах):

- 1) Использование ключевых слов;
- 2) Риторические фигуры, повторы, тропы;
- 3) Мемное конструирование тезисов и «фраз-ловцов»;
- 4) Саундбайтинг (создание яркой фразы, которая будет выражать содержание определенного фрагмента текста или целого текста);
- 5) Создание упрощенных и лживых абстрактных образов в целях иллюстрации тезисов;
- 6) Нумерация;
- 7) Спин звуковых сообщений [7: 424].

Огромное количество ученых подходят к рассмотрению манипулирования на различных языковых уровнях: лексическом, грамматическом и фонетическом.

В рамках данной работы мы обобщили идеи нескольких ученых (П.Б. Паршин, М.Н. Кошевникова, Р.М. Блакар, О.Л. Михалева, В.Е. Чернявская, К.В. Никитина и другие) и подошли к рассмотрению языковых средств манипулирования на основе разных уровней языковой структуры.

Таким образом, попытаемся объединить языковые средства манипулирования сознанием реципиента, представленные в работах разных авторов в одну классификацию:

1) Лексический уровень.

Наиболее распространенными средствами речевого манипулирования являются лексические средства. В нижеследующей таблице приведены основные лексические средства манипулирования:

Языковые средства	Значение
Лексико-семантические средства	
Неологизмы	Могут передавать более точное значение или, наоборот, маскировать значение, то есть имеют двоякую направленность (всегда привлекают внимание реципиентов). Автор, трансформируя значения слов, создает новые концепты. Например: «Obama-mania» (впервые употреблен в 2008 г.), то есть автор заостряет внимание на моде того времени – одержимости президентом США на тот момент, Барак Обамой.
«Слова-амебы» или «прозрачные слова»	Используются для обозначения абстрактного понятия, которое не имеет конкретного содержания. Может быть достигнуто создание позитивного

		образа. Примерами могут быть такие слова, как right, election, freedom, independency и т.д.
Метафора и метонимия		Осуществляется передача субъективной оценки реальности при помощи описания объекта через призму образов, направленность которых состоит в поддержании стереотипов или приоритетов говорящего. Пример: «черные мысли», «тонкий слух», «turn a blind eye», «retain one's grip on (power)»
Эвфемизмы		Реальность представляется в более благоприятном, позитивном или выгодном свете. Функция – завуалировать отрицательные стороны описываемого объекта. Цель – замалчивание той или иной информации или введение в заблуждение (либо то и другое одновременно). Пример: «foreign troop presence/ special operation» вместо «invasion»
Дисфемизмы (противоположны эвфемизмам)		Грубые обозначения изначально нейтрального понятия, целью которых является придание отрицательной смысловой нагрузки и формирования негативного образа, например, для усиления экспрессивности. Говорящий фокусирует все внимание на отрицательных сторонах объекта. Пример: «аннексирования полуострова» вместо «освобождение полуострова»
Софистицизмы		Сложная, непривычная для аудитории лексика. Например: использование не всем понятного выражения латинского происхождения «sine qua non» (необходимое/ обязательное условие)

Варваризмы	Слова из иностранного языка или обороты речи, построенные по образцу иностранного языка, которые нарушают чистоту речи.
Слова с оценочной, эмоциональной, экспрессивной и стилистической коннотацией, способствующие манипулированию	Согласно В.Е. Чернявской коннотация служит для выражения неодинаковой позиции и оценки сообщения со стороны автора с целью навязывания определенного отношения к описываемым говорящим объектам, событиям или явлениям. Лексемы, которые содержат оценочные коннотации, могут быть как положительными, так и отрицательными, создавая позитивный или негативный имидж. Например: использование прилагательного с отрицательной коннотацией при описании другого государства «authoritarian leadership» (цель – критика правительства государства) [47: 3]
Лексико-синтаксические средства	
Перифразы и уточнения	Цель – выделение конкретного аспекта многогранного явления (лица, ситуации или предмета) и концентрация внимания на его одной черте или характеристике. Например: «Uncle Sam (USA)», «светловолосый лидер Оранжевой Революции (Юлия Тимошенко)»
Лексико-грамматические средства	
Различные формы адресации	Обращение к аудитории с использованием различных местоимений солидарности «мы/ наш/ нам».
Повторы	Повторение одной и той же информации для ее плотного укоренения в памяти аудитории.

Средства организации аргументации (специальное структурирование речи)	Стратегия создания достоверности, легитимности подаваемой информации, налаживание доверительных отношений и привлечение внимания. Например: вводные слова
Номинализация	Средство обезличивания совершенного или совершаемого действия. Трансформация конструкции с глаголом в отглагольное имя [35].

## 2) Грамматический уровень

На данном уровне используются различные грамматические средства манипулирования, состоящие из определенных грамматических форм или конструкций:

Языковые средства	Значение
Глагол настоящего времени (Present tense) (вместо прошедшего Past tense)	Цель – актуализация действий.
Использование продолжительной формы глагола (Continuous form)	Придание динамизма и эмоциональности.
Сослагательное наклонение	Выражение отношения к возможности, желательности, необходимости того или иного события.
Преобладание пассивного залога над активным	Попытка скрыть ответственное лицо – утаивание той или иной информации, недосказанность, уменьшение степени ответственности.
Риторический вопрос	По форме представляет собой вопросительное предложение,

	вопрос, не требующий ответа. Значение – эмоционально усиленное утверждение. Используется данный прием для того, чтобы направить ход мыслей слушателя в нужном для говорящего направлении.
Эллиптические средства или конструкции	Внимание аудитории фокусируется именно на той информации, которая выгодна для говорящего
Инверсия	Обращение аудитории на ту или иную информацию.
Обособление (при письменной речи)	Выделение, обращение внимание, то есть читатель останавливается, обращает внимание, задумывается.
Параллельные конструкции	Способствует динамичности речи, привлекает внимание аудитории и фокусирует слушателей на определенных деталях или элементах высказывания.

### 3) Фонетический уровень

Такие инструменты, как аллитерация, рифмизация и ритмизация, могут быть использованы как в устной, так и в письменной речи. Некоторые же инструменты (интонация, темп речи, регистр голоса, паузация, мелодика и т.д.) характерны только для устной речи и не имеют аналогов в письменной речи, но при этом могут быть компенсированы (пунктуация, метаграфические средства).

Таким образом, рассмотрев классификацию средств языкового манипулирования в предвыборном агитационном дискурсе, точно назвать определенное количество полного спектра речевых средств, используемых в



предвыборных дебатах, практически невозможно, поскольку постоянно возникают новые средства, приемы, стратегии манипулирования сознанием человека, при этом разные ученые выделяют различные классификации, опираясь на определенные наборы разных критериев. Более того, необходимо отметить, что в различных классификациях существуют, по сути, одни и те же средства, приемы и стратегии, отличающиеся друг от друга только по названию и в некоторых случаях презентацией, которую дает тот или иной автор.

При этом как наиболее широко используемые языковые средства манипулирования в предвыборном агитационном дискурсе выделяются различные типы повторов, риторические вопросы, пассивный залог и специальное структурирование собственной речи с помощью вводных слов, но также используются и метафоры, метонимия, неологизмы и большой спектр других эффективных средств воздействия.

## **Выводы по главе 1**

В данной главе были рассмотрены теоретические основы языковых средств манипулирования в предвыборном агитационном дискурсе. В результате были сделаны следующие выводы:

1) Существуют следующие характерные признаки дискурса: высказывание как элемент коммуникации (устное или письменное); наличие контекста; присутствие влияния прагматических, психологических и социокультурных факторов; информативность; воздействующий потенциал и определенные отношения между участниками дискурса.

2) Одна из основных особенностей политического вида дискурса – борьба за власть, которая реализуется на языковом уровне с помощью присущих политическому языку лексических, грамматических, фонетических и прагматических структур. Основное функциональное назначение политического дискурса – борьба за власть путем воздействия на сознание массового реципиента.

3) Типология политического дискурса указывает на специфичность структурирования данного вида дискурса. При рассмотрении предвыборного агитационного дискурса необходимо принимать во внимание его связь с индивидуальным дискурсом политиков, который имеет черты дискурса институционального.

4) Рассмотренный предвыборный агитационный дискурс представляет собой группу или совокупность текстов (речей), которые непосредственно включают в себя агитационные материалы, имеющие отношение к той или иной избирательной кампании и имеющие место быть в определенный период времени проведения предвыборных дебатов. Основная функция данного вида политического дискурса – функция воздействия на избирателей, то есть общественное сознание, в рамках борьбы за власть.

5) Речевое манипулирование – это отбор и впоследствии использование определенного ряда языковых средств, при помощи которых можно будет воздействовать непосредственно на адресата, при этом речевое

сообщение воспринимается в данном случае адресатом как составляющая объективной реальности или информации. Средства массовой информации и публичный дискурс – это основной мощнейший ресурс манипулирования. Речевое манипулирование в предвыборном агитационном дискурсе помогает достичь основной цели данного вида дискурса – достижения конкретной поставленной цели политика: воздействия на мнение и поведение адресата или манипуляции его сознанием.

б) Основные средства языкового манипулирования в конечном итоге рассмотрены на основе разных уровней структуры языка. К речевым средствам манипулирования в предвыборном агитационном дискурсе можно отнести различные типы повторов, риторические вопросы, специальное структурирование собственной речи с помощью вводных слов, метафоры, преобладание пассивного залога над активным, слова-амебы и большой спектр других эффективных средств воздействия.

## ГЛАВА II. ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ПРЕДВЫБОРНЫХ ДЕБАТАХ ПОЛИТИКОВ 21 ВЕКА

Для анализа примеров использования языковых средств манипулирования в предвыборных дебатах в рамках данного исследования были взяты видео ресурсы дебатов американских и британских политиков. Цель – проанализировать выступления политиков, выявить используемые языковые средства и сравнить результаты исследования речей американских и британских политиков.

### **2.1 Языковые средства манипулирования в предвыборных дебатах американских политиков**

В рамках исследования языковых средств манипулирования в предвыборных дебатах американских политиков за основу были взяты следующие дебаты:

- First 2020 Presidential Debate between Donald Trump and Joe Biden – Первые президентские дебаты в США 2020 года между Джозефом Байденом и Дональдом Трампом [63];
- Final 2020 Presidential Debate between Donald Trump and Joe Biden – Последний этап президентских дебатов в США 2020 года между Джозефом Байденом и Дональдом Трампом [64];
- Vice Presidential Debate 2020 between Mike Pence and Kamala Harris – Дебаты кандидатов в вице-президенты США 2020 года между Майком Пенсом и Камалой Харрис [65].

Таким образом, чтобы определить, какие методы, стратегии и языковые средства манипулирования используются на предвыборных дебатах американскими политиками, будут рассмотрены примеры выступлений таких политиков, как: Джозеф Байден, Дональд Трамп, Камала Харрис и Майк Пенс.

В данной работе исследование используемых политиками языковых средств манипулирования сознанием общественности будет построено следующим образом:

- Фонетические средства манипулирования
- Лексические средства манипулирования
- Грамматические средства манипулирования
- Прагматические средства манипулирования (Стратегии манипулирования)

## 1. Фонетические средства манипулирования в предвыборных дебатах американских политиков

Для выявления используемых американскими политиками фонетических средств манипулирования рассмотрим следующие примеры:

1. *Look, perhaps just to finish this, I was kidding on that, but just to finish this, when I closed, he said I shouldn't have closed. And that went on for months. Nancy Pelosi said the same thing. She was dancing on the streets in Chinatown, in San Francisco. But when I closed, he said, "This is a terrible thing, you xenophobic." I think he called me racist even, because I was closing it to China. Now he says I should have closed it earlier. Joe, it doesn't [64; 12:46].*

В приведенном примере необходимо отметить общий умеренный темп речи политика, тихим безэмоциональным голосом, с выделением нескольких моментов речи при помощи **пауз** «*finish this, (небольшая пауза) I was; closed, (небольшая пауза) he said; closed. (небольшая пауза) And*»; а также **интонационным выделением, повышением темпа речи**, экспрессивности и громкости голоса «*This is a terrible thing, you xenophobic*» и «*racist*». Таким образом политик привлекает внимание к информации, которую пытается донести до публики, воздействует на эмоции избирателей, резко повышая уровень экспрессивности речи. Более того, «*This is a terrible thing, you xenophobic*» преподносится оратором в виде цитирования слов оппонента, с целью делигитимация оппонента, то есть выработки негативных ассоциаций в связи с ранее проявляемой оппонентом речевой агрессией.

2. *I'm an American President. I represent all of you, whether you voted for me or against me, and I'm going to make sure that you're represented. I'm going to give you hope. We're going to move; we're going to choose science over fiction. We're going to choose hope over fear. We're going to choose to move forward because we have **enormous opportunities, enormous opportunities** to make things better [64; 1:31:34].*

Рассматривая данный пример с точки зрения подачи информации, в первую очередь необходимо отметить **быстрый темп речи** Дж. Байдена, который прерывается фонетическим средством манипулирования **паузацией** в нескольких местах (выделены в примеры нижним подчеркиванием) данного фрагмента для выделения важной информации.

При этом, **быстрый темп речи** подачи информации также является фонетическим средством манипулирования мнением реципиента, поскольку благодаря данному приему восприятие предоставляемой информации затрудняется. Реципиентам при быстром темпе речи трудно понять и запомнить весь поток речи говорящего, что может использоваться политиком в целях манипулирования сознанием общественности.

Также в данном примере необходимо обратить внимание на часть, выделенную жирным шрифтом. Политик прибегает к **интонационному выделению** словосочетания «*enormous opportunities*», что в переводе означает «огромные/колоссальные возможности», при этом **замедляя темп речи** подачи информации в данном месте, для того чтобы подчеркнуть для избирателей существование колоссальных возможностей для улучшения сложившейся ситуации в стране.

3. *And here's the thing, on January 28, the vice president and the president were informed about the nature of this pandemic. They were informed that it's lethal in consequence, that it is airborne, that it will affect young people and that it would be contracted because it is airborne. And they knew what was happening, and they didn't tell you [65; 18:25-18-52].*

В вышеприведенном примере речи Камалы Харрис для выявления используемых фонетических средств манипулирования необходимо обратить внимание на подачу информации:

Во-первых, в речи политика в качестве фонетического средства манипулирования используется **паузация**. Политик делает паузы после таких единиц, как: «*lethal in consequence*», «*airborne*», «*young people*» и «*contracted because it is airborne*», тем самым обращая внимание избирателей на крайне важную информацию, которую хочет донести до сведения аудитории, и в то

же время ведя перечисления всех сведений, которыми в данном случае обладали ее оппоненты, но не предприняли никаких мер и не предупредили общество, жителей страны о надвигающейся угрозе (то есть политик преследует цель построения негативных ассоциаций у избирателей относительно оппонентов выступающего)

Во-вторых, политик прибегает к **интонационному выделению** – действие предыдущего фонетического средства манипулирования усиливается Камалой Харрис при помощи использования интонационного выделения следующих единиц речи: «*informed*», «*knew*», «*you*».

Также в рамках исследования фонетических средств манипулирования, используемых американскими политиками, обратимся к следующим двум фрагментам речи Майка Пенса на предвыборных дебатах вице-президентов:

4. *And here in America, we can disagree, we can debate vigorously as Senator Harris and I have on the stage tonight. But when the debate is over, we come together as Americans [65; 1:41:03].*

5. *We love a good debate. We love a good argument. We always come together and are always there for one another [65; 1:41:28].*

В двух приведенных фрагментах необходимо отметить, насколько искусно политик манипулирует своим **голосом, темпом речи, интонацией**. В первом из данных двух примеров М. Пенс сначала своей **интонацией** подчеркивает для избирателей, что в Америке у всего населения, у политиков, есть возможность, право высказывать свое мнение, не соглашаться, участвовать в дебатах и т.д.: «*we can disagree, we can debate*». Заканчивая данную мысль, политик обращает внимание реципиентов на очень важную информацию, благодаря которой прибегает к чувству народного единства, защищенности, сплоченности, причастности к сильной нации: «*we come together as Americans*». При этом в данном случае политик **понижает, смягчает голос (регистр голоса), темп речи** подачи информации.

Во втором примере политик, наоборот, **повышает голос**, делает акцент на произносимом твердым, уверенным голосом, **повышая темп речи**: «*We love a good debate. We love a good argument*», а затем **приостанавливается, слегка затягивая** в обоих случаях слово «*always*», как бы его выделяя для слушателей.

## 2. Лексические средства манипулирования в предвыборных дебатах американских политиков

В рамках исследования используемых политиками лексических средств манипулирования, рассмотрим следующие примеры:

6. *She's going to be fantastic... So, I think that she will be outstanding. She's going to be as good as anybody that has served on that court* [63; 30:32].

Проводя анализ данного примера, взятого из речи Дональда Трампа, выделяется использование лексического средства манипулирования – **лексем с оценочной, эмоциональной, экспрессивной коннотацией**: «*she's going to be fantastic*», «*she will be outstanding*» и «*she's going to be as good as*».

В данном случае политик использует **лексемы с положительной оценочной коннотацией**, описывая Эми Кони Барретт. Таким способом политик обращает внимание на личность данной кандидатуры в лице Э.К. Барретт и выстраивает ее положительный образ в глазах избирателей, на мнение которых Д. Трамп оказывает в данном случае манипулятивное воздействие благодаря использованию такого языкового средства манипулирования.

7. *We won the election. Elections have consequences. We have the Senate, we have the White House, and we have a phenomenal nominee respected by all. Top, top academic, good in every way. Good in every way* [63; 30:32].

Проводя анализ данного небольшого фрагмента речи Дональда Трампа, необходимо отметить использование двух лексических средств манипулирования:



Во-первых, это *слова-амебы* или *прозрачные слова* абстрактного понятия, которое не имеет конкретного содержания в данном случае и является простой констатацией фактов. При этом достигается создание позитивного образа компании политика: «*elections*», «*consequences*».

Во-вторых, Дональд Трамп, как и в предыдущем примере, использует *лексеми с положительной оценочной коннотацией*, говоря о выдвигаемой кандидатуре в лице Эми Кони Барретт.

В-третьих, в данном фрагменте политик прибегает к *лексическим повторам* определенной информации. В таком небольшом фрагменте политик довольно часто повторяет местоимение «*we*», таким способом не только обращая внимание на какие-то определенные факты или результаты, которых удалось добиться, но и выделяя, что это результат общих усилий «его, его партии, его администрации, его доверенных лиц». Также политик два раза подчеркивает для аудитории «*good in every way*», опять-таки указывая реципиентам на перфекционизм кандидатуры в лице Э.К. Барретт, при этом достигая, при помощи *повторения*, закрепления данной информации в памяти избирателей.

В-четвертых, наблюдается употребление *местоимения «we»* вместо местоимения «*I*». Данный прием помогает политику обратить внимание на то, что проделанное и достигнутое – общая заслуга администрации президента, а не только его одного; политик НЕ выдвигает на первое место себя, свою персону.

Проанализировав данный пример, необходимо обратить внимание, что случаев использования политиком в своей речи таких приемов, как *повторы* или *местоимение «we»* вместо местоимения «*I*», довольно много. Приведем еще несколько примеров:

8. *You'd be surprised. You'd be surprised* (лексический повтор) [63; 41:15].

9. *Obamacare is no good... Obamacare is no good. We made it better and I had a choice to make very early on. We took away the individual mandate. We guaranteed pre-existing conditions, but **took away the individual mandate** (лексический повтор+местоимение «we») [63; 42:27].*

10. *We did. We got the gowns. We got the masks. We made the ventilators. You wouldn't have made ventilators. And now we're weeks away from a vaccine. We're doing therapeutics already... We've done a great job (использование местоимения «we» вместо местоимения «I») [63; 49:07].*

11. *Well, we're going to deliver it right away. We have **the military all set up**. Logistically, **they're all set up**. We have our military that delivers soldiers and they can do 200,000 a day... **It's all set up** (лексический повтор+ местоимение «we») [63; 52:23].*

12. *They had the **slowest** economic **recovery** since 1929. It was the **slowest** recovery. Also, they took over something that was down here... But they had the **slowest** economic **recovery** since 1929 [63; 1:11:10].*

Помимо наличия языкового средства манипулирования *лексический повтор* в приведенном примере необходимо обратить внимание и на *использование личного местоимения множественного числа «they»*. Под местоимением «they» в данном случае политик подразумевает бывшее правительство, выставляя его в негативных красках, как общее зло.

13. *They were a disgrace to our country, and we've caught them. We've caught them all. We've got it all on tape. We've caught them all [63; 1:53:40].*

В данном же случае помимо приема повторения информации для ее выделения и более легкого запоминания реципиентом, Д. Трамп одновременно использует *личные местоимения «we» и «they»*, тем самым противопоставляя себя, свою администрацию – хорошее правительство, и бывшую администрацию, бывшее правительство – общего врага. В данном и предыдущем примере в речи политика наблюдается критика оппонента и указание на его слабые стороны.

Также необходимо отметить, что согласно проведенному подсчету, в своей речи на первых президентских дебатах Дональд Трамп использует местоимение «we» 119 раз, местоимение «I» – 98 раз, местоимения «they» – 63.

При этом, используя **местоимение «I»**, Дональд Трамп выделяет свою кандидатуру, берет на себя ответственность, отмечает свои сильные стороны, приводит в пример свои достижения на посту президента, выставляя свою кандидатуру в глазах избирателей в лучшем свете:

*14. Because there has never been an administration or president who has done more than I've done in a period of three and a half years [63; 1:34:53].*

*15. But despite going through all of these things where I had a fight, both flanks and behind me and above there has never been an administration that's done what I've done [63; 1:35:09].*

Таким образом, в предвыборных дебатах американских политиков можно выделить использование такого лексического средства манипулирования, как **использование различных личных местоимений**.

Анализируя лексические средства манипулирования сознанием реципиента, рассмотрим следующие примеры из речи Джозефа Байдена на первых предвыборных дебатах:

*16. That they had from their employers because of his recession. **Number one. Number two**, there are 20 million people getting healthcare through Obamacare now that he wants to take it away [63; 41:56].*

В данном фрагменте мы видим использование Дж. Байденом такого лексического средства манипулирования, как **средства организации аргументации** или средства структурирования речи: «*Number one. Number two*». Используется данный прием политиком для того, чтобы реципиентам, в нашем случае избирателям, было легче следить за его мыслями, при этом удерживается внимание избирателей и выделяются основные, важные пункты произносимого. Приведенный пример – не единственный случай использования средств структурирования речи в выступлении Дж. Байдена:

17. Well, **first of all**, thank you for doing this and looking forward to this, Mr. President [63; 31:57].

18. **Number one**, he knows what I proposed. [63; 35:02]

19. My economic plan would create 7 million more jobs than his in four years, **number one**. And **number two**, it would create an additional \$1 trillion in economic growth [63; 1:09:42]

20. He's absolutely wrong, **number one**. **Number two**, if in fact, during our administration in the recovery act [63; 1:44:26].

Дональдом Трампом такое структурирование речи используется значительно реже, на первых президентских дебатах было выявлено лишь несколько случаев, например:

21. Well, **first of all**, I guess I'm debating you, not him, but that's okay [63; 38:44].

22. These people aren't equipped to handle it, **number one**. **Number two**, they cheat. They cheat [63; 2:00:25].

Таким образом, цель использования такого средства языкового манипулирования – это структурирование речи, удержание внимания аудитории и выделение определенной, важной по мнению политика информации.

23. In fact, **we're all Americans**. The only way **we're** going to bring this country **together** is bring everybody **together**. There's nothing **we cannot** do, if we do it **together**. **We can** take this on and **we can** defeat racism in America [63; 1:25:52].

В следующем примере очевидно следующее использование сразу нескольких лексических средств манипулирования:

**модальный глагол** – лексическое средство манипулирования, благодаря которому в данном случае политик не напрямую убеждает избирателей, что вместе (конечно же, в случае победы политика на выборах) они способны абсолютно на все, вместе они смогут справиться с любой проблемой, таким образом, побуждая все население страны, голосовать за свою кандидатуру на

предстоящих выборах: «*There's nothing we cannot do*»; «*we can take*»; «*we can defeat*»;

**этнонимы** – языковое средство, используемое говорящим для объединения всего народа, всех избирателей, для создания своего рода единства, а также для привлечения внимания аудитории: «*Americans*»;

**одна из форм адресации** – языковое средство манипулирования местоимение «*we*», которое объединяет политика со всей страной, со всем народом, со всеми избирателя. Дж. Байден выказывает чувство народного единства, сплоченности, защищенности, причастности к сильной нации;

**лексический повтор** – лексическое средство манипулирование, используемое политиком для акцентирования внимания на определенной информации, для ее более легкого запоминания и понимания аудиторией. В данном случае Байден повторяет несколько раз местоимение «*we*» и наречия «*together*».

Согласно проведенному подсчету в своей речи на первых дебатах Дж. Байден использовал местоимение «*we*» 91 раз, что довольно меньше по сравнению с Д. Трампом, 32 раза местоимение «*I*» и всего 6 раз местоимение «*they*» в качестве средств языкового манипулирования мнением общественности:

24. *They've done nothing to help small businesses. Nothing* [63; 1:05:03].

25. *I'm going to eliminate a significant number of the taxes. I'm going to make the corporate tax 28%* [63; 1:10:15].

26. *I'm the guy that brought back the automobile industry* [63; 1:12:44].

27. *I did my job and I did it very well. I did it honorably* [63; 1:15:06].

Рассматривая лексические средства манипулирования, используемые американскими политиками, необходимо выделить и использование такого средства, как использование **неологизмов**. Приведем следующие два примера:

28. *What I'm going to do is pass Obamacare with a public option, and become **Bidencare*** [64; 45:32].

29. *And the **Bidencare** proposal will in fact provide for that affordable healthcare, lower premiums* [64; 49:47].

В данных двух предложениях можно увидеть введение политиком нового слова «*Bidencare*» на основе существующего понятия «Обamacare». Такое языковое средство манипулирования сознанием общественности, **использование неологизмов**, в первую очередь привлекает внимание публики, вызывая интерес к представляемой информации ввиду наличия в речи нового, неизвестного термина.

В первом примере также присутствует **личное местоимение «I»**, употребляемое политиком в качестве лексического средства манипулирования для выделения своей кандидатуры и принятия личной ответственности за высказываемые намерения и перспективы на будущее.

В речи Байдена также было выявлено такое средство манипулирование, как **устойчивое выражение (фразеологизм)**:

30. *He just **pours gasoline in the fire** constantly and every single solitary time.*

В приведенном примере фразеологической единицей является выражение «*pour gasoline in the fire*» (в переводе на русский «подливать масло в огонь»), то есть слова используются не в прямом их значении, а в переносном. В данном случае политик говорит о том, что его оппонент вместо того, чтобы принимать меры по сглаживанию и улучшению ситуацию, только ее обостряет и накаляет напряженность в обществе. При этом использование такого языкового средства манипулирования приковывает внимание публики к сказанному, в некоторых случаях даже способствует более легкому запоминанию информации в связи с таким выделением.

Используемые лексические средства манипулирования в речах американских вице-президентов, можно рассмотреть на основе примеров предвыборных дебатов между Камалой Харрис и Майком Пенсом:

31. *We **have to** get a hold of what has been going on and we **need to** save our country. And Joe Biden is the best leader to do that and frankly... [65; 19:40]*

В приведенном примере Камала Харрисс в своем выступлении прибегает к такому лексическому средству манипулирования, как использование **модальных глаголов** («*have to*» и «*need to*»). Необходимо отметить, что воздействие на аудиторию не всегда может быть достигнуто при помощи рационального убеждения, поэтому, как мы видим в вышеприведенном примере, делясь с аудиторией своим отношением к действительности, участница дебатов призывает избирателей согласиться с ее мнением. При этом глагол *have to* придает высказыванию более высокую степень категоричности, чем глагол *need to*.

32. *American people have witnessed what is the greatest failure of any presidential administration in the history of our country... 210,000 dead people in our country in just the last several months... We're looking at frontline workers who have been treated like sacrificial workers... And they knew what was happening, and they didn't tell you* [65; 17:46-18-52].

В данном фрагменте имеются такие средства манипулирования сознанием реципиента, как:

**метафора** («*frontline workers*»; «*sacrificial workers*»). В данном случае политик прибегает к метафорам войны, смерти, бедствия для более экспрессивного описания последствий бездействия или принятых решений администрации оппонента во время пандемии Covid-19, тем самым очерняя образ оппонента и оказывая влияние на мнение избирателей;

**этнонимы** («*American people*»): цель – создание единства с публикой, выделение причастности к сильной нации и привлечения внимания избирателей к последующей информации;

**использование личного и притяжательного местоимений** выражения солидарности «*we*» и «*our*» при обращении к аудитории: «*We're looking*», «*our country*» (происходит объединение говорящего с избирателями, выказывается чувство народного единства);

*использование личного местоимения «they»* для критики стороны оппонента, указание на бездействие с их стороны, тем самым создавая образ общего врага.

### **3. Грамматические средства манипулирования в предвыборных дебатах американских политиков**

В рамках исследования грамматических средств манипулирования, используемых американскими политиками, в первую очередь необходимо обратить внимание на использование *глагола в повелительном наклонении*.

Приведем пример:

33. *Vote and let your Senators know how strongly you feel. Vote now. Make sure you, in fact, let people know, your Senators...* [63; 44:31]

В приведенном примере глаголы *vote, let, make sure* использованы в *повелительном наклонении* и выражают побуждение избирателей к действию с целью манипулирования их сознанием. Дж. Байден в данном случае подталкивает людей, от которых зависит исход выборов, не просто пойти и проголосовать, а сделать правильный выбор, под которым подразумевает свою кандидатуру.

С такой же целью используется *повелительное наклонение* и в следующем примере:

34. *Show up and vote. You will determine the outcome of this election. Vote, vote, vote. If you're able to vote early in your state, vote early. If you're able to vote in person, vote in person. Vote whatever way is the best way for you, because you will... He cannot stop you from being able to determine the outcome of this election* [63; 1:52:18]

При этом в данном примере политик усиливает манипуляционное воздействие *повелительного наклонения*, побуждая избирателей проголосовать, указав, что Д. Трамп (оппонент говорящего) не может помешать им делать правильный выбор и самим определять исход голосования (*He cannot stop you from being able to determine the outcome of this election*).



Еще одним из используемых американскими политиками грамматическим средством манипулирования сознанием реципиента является **эмоционально усиленное утверждение, выраженное риторическим вопросом**. Приведем несколько примеров из речи Дж. Байдена:

35. *How many of you got up this morning and had an empty chair at the kitchen table because someone died of COVID? How many of you are in a situation where you lost your mom or dad and you couldn't even speak to them, you had a nurse holding a phone up so you could in fact say goodbye?* [63; 50:11]

36. *Is it going to change, or are you going to get four more years of these lies?* [63; 1:53:10]

37. *This man is as a savior of African-Americans? This man cares at all?* [63; 1:19:30]

Такие эмоционально усиленные утверждения в виде риторических вопросов, не нуждающихся в ответе, позволяют Дж. Байдену направить ход мыслей аудитории в нужном ему направлении. Например, во втором случае политик своим риторическим вопросом заставляет народ, который в скором времени будет избирать нового президента страны, задуматься, хотят ли они еще четыре следующие годы страдать из-за «лживого президента», в случае победы на выборах Д. Трампа.

38. *Can you imagine if you knew on January 28, as opposed to March 13, what they knew what you might have done to prepare?* [65; 18:53]

В данном примере, который был взят из предвыборных дебатов вице-президентов, также просматривается использование грамматического средства манипулирования – **риторического вопроса**: «*Can you imagine if you knew on January 28, as opposed to March 13, what they knew what you might have done to prepare?*». Цель – эмоциональное усиление речи Камалы Харрис для направления хода мыслей слушателя в нужном для нее направлении. В данном примере также можно отметить наличие и **использования союза if** (то есть сослагательного наклонения), благодаря которому политик заставляет избирателей задуматься над правильностью решений администрации его оппонента, предпринятых в связи с пандемией коронавируса.

В рамках нашего исследования с грамматической точки зрения также интересен для рассмотрения следующий фрагмент речи Камалы Харрис:

39. *...where people were peacefully protesting the need for racial justice, where a young woman **was killed** and on the other side... [65; 1:29:55]*

В данном случае политиком был использован **пассивный залог** вместо активного «*woman was killed*». Использование **пассивной формы** зачастую используется в попытке скрыть ответственное лицо, при этом результат – это недосказанность, уменьшение степени ответственности. Например:

40. *And her life **was taken**, unjustifiably and tragically and violently [65; 1:24:01].*

В данном случае также, как и в предыдущем примере, используется **пассивный залог**, говорится о том, что у женщины была отнята жизнь «*her life was taken*», при этом виновник политиком не называется. Использование пассивного залога вместо активного относится к грамматическим средствам манипулирования сознанием реципиента.

Также необходимо рассмотреть манипуляционное воздействие, оказываемое политиками языковыми средствами манипулирования, с точки зрения **синтаксиса**. Рассмотрим несколько примеров:

41. *The American people have a right to have a say in who the Supreme Court nominee is and that say occurs **when** they vote for United States Senators and **when** they vote for the President of United States [63; 32:05].*

В рамках манипулирования сознанием общественности очень часто политиками могут быть использованы **сложноподчиненные предложения условия или времени**. При этом, как и в приведенном примере, в таких предложениях может в основе лежать не совсем очевидное побуждение реципиентов к каким-либо действиям. Желаемый результат или право (как в нашем случае) в основном содержится в главной части предложения, тогда как необходимое действие – в придаточном предложении.

В рассматриваемом предложении Дж. Байден говорит о праве слова граждан страны, которое возникает в момент их принятия участия в голосованиях на тех или иных выборах, тем самым призывая аудиторию голосовать.

42. *It's absolutely essential that we have a commander in chief who will not hesitate to act to protect American lives and to protect American servicemembers, and that's what you have in President Donald Trump [65; 1:13:34, M. Pence].*

В рассматриваемом примере использовано **сложноподчиненное предложение типа It+be+adj** для оказания воздействия на сознание реципиента. То есть в данном примере политик доводит до сведения аудитории важность и необходимость руководства, которое будет несмотря ни на что защищать граждан Америки, при этом убеждая голосовать за Дональда Трампа, так как он прекрасно подходит для данной роли. Более того, первая часть предложения «*It's absolutely essential*» в данном случае способствует усилению важности произносимого и концентрирует большее внимание аудитории на последующей информации.

43. *The stock market will boom if I'm elected. If he's elected, the stock market will crash [64; 51:38].*

В рассматриваемом примере Дональд Трамп воспользовался грамматическим средством манипулирования – **условным предложением с союзом if**. При помощи условного предложения политик пытается навязать избирателям свое мнение, говоря о светлом будущем в случае его победы на выборах и о плохом будущем в случае победы Дж. Байдена.

Вышеприведенный пример – не единственный пример использования условного предложения в целях манипуляции сознанием реципиента:

44. *If we just wore these masks, the president's own advisors have told him, we can save 100,000 lives [64;5:07].*

45. *If we had the best year in the history of our country for a hundred years, we would not even come close to a number like that [64; 1:22:51].*

#### 4. Прагматические средства манипулирования в предвыборных дебатах американских политиков (Стратегии манипулирования)

Помимо примеров использования отдельных языковых средств манипулирования, необходимо обратить внимание и на стратегии манипулирования, используемые политиками, для достижения которых кандидаты и прибегает к применению тех или иных языковых средства.

Для этого были проанализированы речи политиков в целом. Согласно проведенному анализу Д. Трамп, Дж. Байден, Камала Харрис и Майк Пенс в рассматриваемых дебатах в основном придерживаются трех стратегий:

- Стратегия разрушения образа оппонента («Они – реификация»). В качестве примеров использования данной стратегии можно привести следующее:

46. *The fact is that everything **he's saying so far is simply a lie**. I'm not here to call out **his lies**. Everybody knows **he's a liar*** (Дж. Байден о Д. Трампе) [63; 40:56]

47. ***He doesn't know how. He doesn't know how to do that*** (Дж. Байден о Д. Трампе) [63; 41:12]

48. *Do you believe for a moment what he's telling you **in light of all the lies he's told you about the whole issue relating to COVID? He still hasn't even acknowledged that he knew this was happening**, knew how dangerous it was going to be back in February, and **he didn't even tell you*** (Дж. Байден о Д. Трампе) [63; 54:18]

49. *He's been promising a healthcare plan since he got elected. **He has none**, like almost everything else he talks about. **He does not have a plan. He doesn't have a plan**. And the fact is this man doesn't know what he's talking about* (Дж. Байден о Д. Трампе) [63; 43:28]

50. ***He's been totally irresponsible** the way in which he has handled the social distancing and people wearing masks, basically encouraged them not to. **He's a fool on this*** (Дж. Байден о Д. Трампе) [63; 1:00:20]

В приведенных примерах Дж. Байден использует такие средства манипулирования, как риторических вопрос (направляет ход мыслей реципиента в нужное русло), использование личного местоимения «*he*» (благодаря которому обращает внимание избирателей на отрицательные стороны своего оппонента), продолжительную форму глагола «*has been promising*» (усиливает эффект продолжительности извечных, пустых

обещаний оппонента) и повторение (выделяет важную информацию и способствует ее запоминанию) для достижения стратегии разрушения образа оппонента, выставляя Д. Трампа плохой кандидатурой на пост президента; лгуном, который только обещает, но по сути ничего не делает; политиком, у которого нет абсолютно никакого плана на дальнейшее развитие страны.

При этом необходимо обратить внимание, что для достижения такой стратегии наблюдается чрезвычайно частое использование, превалирование местоимения «*he*», только в приведенных пяти небольших примерах к такому личному местоимению политик прибегает 19 раз, что говорит о частоте употребления данного средства манипулирования в рамках достижения стратегии разрушения образа оппонента.

51. *Well, you didn't do very well in Swine Flu, you were a disaster. Your own Chief of Staff said you were a disaster* (Д. Трамп о Дж. Байдене) [63; 49:46]

52. *This guy will close down the whole country and destroy our country. Our country is coming back incredibly well...* (Д. Трамп о Дж. Байдене) [63; 1:02:47]

Основываясь на данных примерах, можно сказать, что Трамп для достижения стратегии разрушения образа оппонента (в рамках которой выставляет Байдена в негативном свете, как ужасного кандидата, который разрушит страну, если в результате выборов займет пост президента) использует такие средства манипулирования сознанием реципиента, как: использование личного местоимения «*you*», использование притяжательного местоимения «*our*» (сплочение говорящего с народом страны), повторение (привлечение внимания избирателей) и интонационное выделение (политик выделяет наиболее важную информацию и прибегает к эмоциональной составляющей, повышая уровень экспрессивности своей речи).

53. *American people have witnessed what is the greatest failure of any presidential administration in the history of our country... 210,000 dead people in our country in just the last several months. Over 7 million people who have contracted this disease. One in five businesses closed. We're looking at frontline workers who have been treated like sacrificial workers* [65; 17:46]

В первую очередь необходимо отметить, что в приведенном фрагменте используется эпизодическое манипулирование, при котором влияние оказывается на эпизодическую память, в данном случае на воспоминания о ситуации со вспышкой пандемии Covid-19, предпринятых действиях на тот момент правящей администрации и о последствиях таких решений: «*210,000 dead people*», «*Over 7 million people who have contracted this disease*», «*One in five businesses closed*», «*frontline workers who have been treated like sacrificial workers*». Таким образом манипулятор пользуется эмоциями, пережитыми народом страны, для манипулятивного воздействия на мнение избирателей относительно оппонента выступающего.

При этом стратегия, к которой прибегает Камала Харрис, – стратегия разрушения образа оппонента: «*greatest failure of any presidential administration*». Политик говорит о своем оппоненте, выставляя его кандидатуру в негативном свете как худшего президента в истории – общего врага.

- Стратегия Героизации «Я – хороший». Приведем следующие примеры использования данной стратегии:

54. *Because there is never been an administration or president who has done more than I've done in a period of three and a half years* (Д. Трамп) [63; 1:34:53]

55. *I want crystal clean water and air. I want beautiful clean air. We have now the lowest carbon... If you look at our numbers right now, we are doing phenomenally. But I haven't destroyed our businesses. Our businesses aren't put out of commission* (Д. Трамп) [63; 1:40:49]

Анализируя данные примеры, необходимо отметить, что политик подчеркивает свою важность, свои заслуги, выставляя свою кандидатуру в выгодном свете и приводя примеры достигнутого в рамках стратегии Героизации. При этом Дональд Трамп прибегает к следующим языковым средствам манипулирования: использование личного местоимения «*I*» (выделяет свою кандидатуру, берет на себя ответственность), использование личного и притяжательного местоимений «*we*» и «*our*» (выказывает чувство народного единства, причастности к сильной нации) и положительно

окрашенную лексику (положительная оценка стремлений политика относительно окружающей среды: «*crystal clean air*», «*beautiful clean air*»).

56. *I was vice president; we inherited a recession. I was asked to fix it. I did* (Дж. Байден) [63; 1:37:13]

57. *I was in charge able to bring down the cost of renewable energy to cheaper than are as cheap as coal and gas and oil* (Дж. Байден) [63; 1:44:33]

В данном случае Дж. Байден в рамках стратегии Героизации обращает внимание избирателей на то, что именно он, занимая пост вице-президента, смог помочь исправить ситуацию в стране во времена кризиса, для этого политик использует личные местоимения «*I*» (привлекает внимание к своей кандидатуре) и «*we*» (чувство единства с народом).

При этом необходимо отметить, что Д. Трамп чаще прибегает к стратегии «Я – хороший», тогда как Дж. Байден чаще прибегает к стратегии разрушения образа оппонента.

- Стратегия «Мы – амальгирование» (Стратегия интеграции с народом)

На основе всех предыдущих примеров, в которых наблюдается частое использования политиками такого языкового средства, как лексическо-грамматическое средство манипулирования местоимениями «*we*» и «*our*», можно сделать вывод, что американские политики чаще всего прибегают к стратегии «Мы – амальгирование» (то есть интеграции с народом). В анализируемых трех дебатах американских политиков было выявлено 57 примеров использования данной стратегии манипулирования

Рассмотрим следующий пример:

58. *...the way this president has responded to this crisis has been absolutely tragic. And so, folks, I will take care of this. I will end this. I will make sure we have a plan* [64; 5:53]

В данном примере в первую очередь необходимо обратить внимание на следующие единицы: «*folks*» и «*we*». «*We*» в данном случае является одной из форм адресации, то есть лексико-грамматическим средством манипулирования. Цель использования такой формы адресации - обращение к аудитории с использованием местоимения солидарности, для объединения

политика с народом. При этом «*folks*» в данном примере также является формой адресации, которая выражена собирательной лексемой. Согласно классификации стратегий языкового манипулирования, использование личного местоимения «*We*» и собирательной лексики «*folks*» указывает на используемую Дж. Байденом стратегию языкового манипулирования «Мы – амальгирование» (интеграции с народом).

Также в данном примере можно обратиться и к первой его части «*the way this president has responded to this crisis has been absolutely tragic*», в которой Дж. Байден говорит о своем оппоненте Дональде Трампе, вспоминая негативную ситуацию и выставляя перед избирателями как его действия на посту президента, так и его кандидатуру в негативном свете. Отсюда очевидно использование политиком такой стратегии языкового манипулирования как стратегии разрушения образа оппонента, при создании образа общего врага.

При быстром темпе речи политика без какой-либо паузации в данном фрагменте просматривается интонационное выделение трех повторяющихся местоимений «*I*», что указывает на использование фонетического средства манипулирования «Интонационное выделение», которое позволяет политику обратить внимание публики к своей кандидатуре и действиям, которые будут предприняты, в случае победы на выборах.

Более того, само использование в рассматриваемом примере личного местоимения «*I*» является лексико-грамматическим языковым средством манипулирования сознанием общественности, при помощи которого политик выделяет свою личность и берет на себя личную ответственность за хорошее, перспективное будущее страны в случае его победы на выборах, то есть таким образом в данном примере за счет вышеуказанных фонетических и лексических средств манипулирования просматривается использование и третьей стратегии манипулирования – стратегии «Я – хороший».

Рассмотрим еще несколько примеров на достижение определенных стратегий манипулирования за счет использования тех или иных языковых средств:



59. *Because with that time we were able to reinvent testing. More than 115 million tests have been done to date. We were able to see to the delivery of billions of supplies so our doctors and nurses had the resources and support they needed.... And under President Trump's leadership, Operation Warp Speed, we believe, will have literally 10s of millions of doses of a vaccine before the end of this year [65; 21:32-22:02]*

В приведенном примере нас интересует использование сразу нескольких языков средств в рамках достижения двух стратегии манипулирования, которых придерживается Майк Пенс:

Использование одной из форм адресации – лексико-грамматического средства манипулирования сознанием общественности, личного местоимения «we» и притяжательного местоимения «our». Майк Пенс подчеркивает положительные стороны Д. Трампа и его администрации «we were able to see to the delivery of billions of supplies so our doctors and nurses had the resources and support they needed», берет ответственность за принятые решения «we were able to reinvent testing»; «more than 115 million tests have been done to date», создает положительный образ в глазах избирателей «under President Trump's leadership... will have literally 10s of millions of doses of a vaccine before the end of this year», тем самым придерживается такой стратегии манипулирования, как стратегии «Я – хороший»; а также выказывает чувство единства и сплоченности с народом страны «our doctors and nurses» в рамках стратегии интеграции с народом («Мы - амальгирование»).

Интонационное выделение – фонетическое средство манипулирования мнением общественности. Политик в данном случае выделяет две единицы речи «million» и «billions», делая акцент на масштабе достигнутого, способствуя созданию положительного образа администрации Дональда Трампа.

Таким образом, рассмотрев выступления американских политиков на предвыборных дебатах 21 века, можно сделать следующий вывод:

Политиками используются фонетические, лексические, грамматические средства манипулирования сознанием общественности в рамках различных стратегий манипуляции. При этом чаще всего политики прибегают к лексическим средствам манипулирования. К используемым американскими политиками стратегиям и средствам манипулирования можно отнести следующее:

- фонетические средства манипулирования: интонационное выделение; паузация; различный темп речи, резкое изменение темпа речи, различный тембр голоса;

- лексические средства манипулирования: личные и притяжательные местоимения, используемые с различной целью; этнонимы; лексемы с оценочной, эмоциональной, экспрессивной коннотацией; лексические повторы; модальные глаголы; неологизмы; метафора; устойчивые выражение; слова-амебы или прозрачные слова; средства организации аргументации (средства структурирования речи);

- грамматические средства манипулирования: повелительное наклонение; пассивный залог; риторический вопрос; продолжительная форма глагола; условные предложения; сложноподчиненные предложения условия или времени; сложноподчиненное предложение типа It+be+adj;

- стратегии манипулирования: «Я – хороший», «Мы – амальгирование» (интеграция с народом), «Разрушения образа оппонента» и эпизодическое манипулирование.

## **2.2 Языковые средства манипулирования в предвыборных дебатах британских политиков**

В рамках исследования языковых средств манипулирования в предвыборных дебатах британских политиков за основу были взяты следующие дебаты:

- The ITV Boris Johnson vs Jeremy Corbyn debate – Дж. Корбин против Б. Джонсона, дебаты 2019 года [66];

- ITV Leaders Debate December 1, 2019 – Дебаты лидеров партий 1 декабря 2019 года [67]

Исследование используемых британскими политиками языковых средств манипулирования сознанием общественности будет строится также, как и исследование используемых американскими политиками средств:

- Фонетические средства манипулирования
- Лексические средства манипулирования
- Грамматические средства манипулирования
- Прагматические средства манипулирования (Стратегии манипулирования)

### **1. Фонетические средства манипулирования в предвыборных дебатах британских политиков**

Для исследования используемых политиками фонетических средств манипулирования, начнем с рассмотрения дебатов 2019 года Дж. Корбина против Б. Джонсона. В рамках исследования дебатов британских политиков перед нами стоит задача определить какие способы, стратегии и языковые средства манипулирования использовали политики, для этого рассмотрим следующие примеры:

60. ...we can end this national misery, break the deadlock, get Brexit done and make 2020 a year of prosperity. Together let's take this country forward! [66; 3:36].

Данный фрагмент является наглядным примером использования фонетического средства манипулирования в предвыборных дебатах британских политиков – **интонационного выделения**. То есть делается акцент на определенные слова, которые, по мнению политика, необходимо подчеркнуть или выделить. Б. Джонсон своей интонацией выделяет, обращая внимание публики на такие слова, как: «end», «break», «get», «make», «together». Цель – при помощи выделенных глаголов показать избирателем, чего старается добиться политик, при помощи наречия «together» – показать,

что ко всему стремиться необходимо вместе (форма выражения единства, выступающего с потенциальными избирателями, с гражданами страны).

*61. Antisemitism is absolute evil and scourge within our society. Racism in any form is a scourge in our society. I have taken action in my party where anyone has committed any antisemitic acts or made any antisemitic statements, they are either suspended or expelled from the party. And we've investigated every single case, we do take this very-very seriously indeed because I do not want to live in a society where racism is rife. I understand and recognize the history, the desperate history of the Jewish people in the 20th century which came about from an unrestriction of antisemitism in the 1920s we've got to stand up against racism in any form in our society [66; 26:39-27:20].*

Рассматривая данный небольшой фрагмент речи Дж. Корбина, мы в первую очередь должны обратить внимание на такое фонетическое средство манипулирования, использованное политиком, как:

- ***интонационное выделение*** тех или иных единиц речи.

Во-первых, политик в обоих случаях выделяет интонацией (делает ударение на) слово «*scourge*», что в переводе означает «*бич, беда*». Тем самым политик обращает внимание публики на свое мнение по отношению к антисемитизму.

Во-вторых, Дж. Корбин выделяет слово «*every*», что в переводе означает «*каждый*». Таким образом политик выделяет, что расследованию подлежат абсолютно все случаи проявления антисемитизма членами его партии без каких-либо исключений.

В-третьих, Джеремии Корбин делает акцент на «*very-very*» (*очень-очень*), тем самым показывая всю серьезность настроенности его партии в отношении расследования дел, связанных с антисемитизмом.

Так же дело обстоит и с выделением других единиц речи: «*desperate*» – выделение оценки истории еврейского народа политиком; «*got*» – обращение внимания на необходимость борьбы с расизмом; «*racism... any*» – акцент на необходимость борьбы с расизмом абсолютно в любой его форме.

- ***быстрый темп речи*** с двумя четко выраженными *паузами*.

В целом данный фрагмент произносится политиком в довольно быстром темпе речи, в котором аудитория, скорей всего, сможет уловить и запомнить не всю информацию, что также относится к средству манипулирования. Более того, среди всего потока информации, произносимой быстрым темпом речи, две мысли («*Antisemitism is absolute evil and scourge within our society*» и «*Racism in any form is a scourge in our society*»), выделяемые политиком четко выраженными паузами, бросаются в глаза аудитории, за счет чего выступающий добивается особого внимания публики к данным двум мыслям и более высокой вероятности отложения данной информации в голове у избирателей.

62. *I want us to become an independent country, to leave the European Union. There's a bigger more exciting world out there. There are friends in the Commonwealth, America. So much we can do but we have to get Brexit done properly and then reform our political institutions [67; 1:40:25].*

В рассматриваемом случае политику характерен **быстрый темп речи, не совсем четкая подача**, то есть **неразборчивая речь**, что может привести к неполному пониманию выступающего, к сложному восприятию информации и ее запоминанию. Такой прием может использоваться для манипулирования именно краткосрочной памятью с целью достижения лишь частичного понимания. Слишком быстрая и неразборчивая речь являются фонетическими средствами достижения лишь частичного понимания информации.

Более того, политик играет на контрасте и использует **резкие паузы, интонационное выделение, резкое повышение тембра голоса и резкое снижение темпа речи** для более яркого выделения выгодной для него информации и ее более легкого запоминания публикой. Таким образом, наблюдаются постоянные изменения способа подачи информации.

## **2. Лексические средства манипулирования в предвыборных дебатах британских политиков**

Исследование лексических средств манипулирования сознанием общественности в предвыборных дебатах британских политиков начнем со следующего примера:

63. *We've got to stand up against racism in any form in **our** society* [66; 27:16].

В данном примере можно выделить использованное Дж. Корбином языковое средство манипулирования – *одну из форм адресации и объединения политика с избирателями*, средство манипулирования при помощи *местоимений «we» и «our»*, которые объединяют аудиторию и самого политика, при этом ставится общая цель и определенная общая необходимость для благополучия страны. Тем самым политик показывает, что все им сказанное, каждая выделенная при помощи интонации деталь речи касается не только его самого, но и всех граждан страны.

64. *...we can end this national misery, break the deadlock, get Brexit done and make 2020 a year of prosperity and growth where **we** invest in **our** NHS and deal with the cost of living. **Together** let's take this country forward!* [66; 3:36]

В приведенном выше примере Борис Джонсон воспользовался сразу несколькими средствами языкового манипулирования. Одной из форм адресации – лексическим средством манипулирования, заключающимся в *использовании местоимений «we» и «our»*, благодаря которым политик выказывает чувство единства с народом страны. То есть политик хочет показать избирателям свою принадлежность к простому народу, указать на тот факт, что он принимает все усилия и старается на благо страны и сильной нации.

Тут же стоит отметить и использование такой собирательной лексемы, как *«together»*, которая также относится к *одной из форм адресации и объединения политика с народом страны*. Более того Борис Джонсон ставит данную единицу на первое место, экспрессивно ее выделяя и обращая внимание публики именно на этот пункт своей речи.

65. *Of course, **we're investing** now in the NHS and **we're investing** in our policing and **investing** in education because **we** have the fiscal headroom to do so, **we're** also going to do fantastic things for this country with infrastructure, with uniting the whole country, with better high-speed rail, with telecommunications, **we'll do fantastic things for this company**...* [66; 44:43]

В данном примере Борис Джонсон прибегает к следующим языковым средствам манипулирования:

**Лексические повторы** – лексическое средство манипулирование, используемое политиком в данном случае для акцентирования внимания на определенной информации, для ее более легкого понимания и укоренения в памяти аудитории: «*we're investing*», «*do fantastic things for this country*».

**Использование местоимения «we»** вместо местоимения «I». Такой прием помогает политику обратить внимание публики, что происходящее – общая заслуга всей его партии, политик не выдвигает на первое место свою личность.

**Использование лексики с оценочной коннотацией «fantastic things»** – лексическое средство манипулирования, при помощи которого политик дает положительную оценку действий своей партии, выставляя ее перед зрителями в исключительно хорошем свете.

Рассмотрим примеры, взятые из второго источника, дебатов лидеров партий 1 декабря 2019 года:

66. *We deserve better than the Faraj-Johnson-Trump nightmare, **their** plans for Brexit are not only about **our** place in Europe, they're about the kind of country **we** are. I love **our** country, **our** United Kingdom, open, fair and generous* [67; 3:27, Jo Swinson].

В данном примере имеется два разных языковых средства манипулирования:

Лексическое средство манипулирования сознанием реципиента – **неологизм**, словосочетание, которое вводит сам политик: «*Faraj-Johnson-Trump nightmare*». Используется данная единица с целью описать, что ожидает страну в случае победы на выборах Бориса Джонсона с негативной точки

зрения, при этом использование такого языкового средства приводит к акцентированию внимания реципиента на данном фрагменте за счет незнакомого слова, которое вызывает интерес слушателя.

Лексическое средство манипулирование – **притяжательное местоимение «their»**, под которым подразумевается администрация оппонента, описываемая с негативной точки зрения. То есть идет противопоставление плохой администрации и хорошей в лице выступающего, в данном случае для данного противопоставления используется **личное местоимение «I»** («*I love our country, our United Kingdom, open, fair and generous*»). Также в приведенном примере просматривается использование **местоимений «we» и «our»**, которые используются членом партии либеральных демократов в качестве одной из форм адресации. Благодаря такому использованию личных и притяжательных местоимений множественного числа, политик выказывает свою принадлежность к народу страны и выражает чувство солидарности с избирателями.

Приведем еще несколько примеров на использование **личных местоимений** для противопоставления хорошей и плохой администрации (участника выборов):

67. *Don't forget that under Labor **they** ruined the public finances, **they** did!* [66; 37:29]

68. *Jeremy Corbyn and the Labor Party have actually said that **they** want to overthrow capitalism and to destroy the basis of wealth creation in this country. **I** have to say, **I** think that would be a disaster for this country* [66; 43:28].

69. *Make no mistake! If **he** wins the majority then the consequences will be dire. Brexit will not in any sense be done* [67; 6:26].

В приведенных предложениях выступающий при помощи личных местоимений *they* и *he* говорит об оппоненте, выставляя его кандидатуру в негативном свете. При этом во втором примере присутствует и личное местоимение *I*, тем самым создается противопоставление *they* – общее зло, *I* – хороший.



70. *Ordinary working families up and down this country will hit their wallets with more taxes because of Labor's spending plans. And that's a risk we **must** avoid [67; 1:08:51].*

В данном примере просматривается еще одно лексическое средство манипулирования, используемое британскими политиками – **модальный глагол** (*must*). Данный глагол употребляется политиком в качестве средства убеждения существования вероятных негативных последствий (которых необходимо общими усилиями избежать или не допустить) в случае победы Лейбористской партии на выборах. Тем самым Риши Сунак пытается манипулировать мнением избирателей, призывая не отдавать голоса за партию оппонента.

Приведем еще пару примеров использования **модальных глаголов** в качестве средств манипулирования сознанием общественности:

71. *There **must** be lessons learnt here but let's do it properly... [67; 15:10]*

72. *For the green new deal we **need** to prevent a disaster [67; 2:34]*

### **3. Грамматические средства манипулирования в предвыборных дебатах британских политиков**

Для исследования употребляемых британскими политиками грамматических средств манипулирования рассмотрим следующие примеры:

73. *Of course, **we're investing** now in the NHS and **we're investing** in our policing and **investing** in education [66; 44:43].*

В приведенном примере необходимо обратить внимание на использование **продолжительной формы глагола** (Continuous form) – политик придает своей речи динамизма и эмоциональности: «*we're investing... and we're investing... and investing*». Приведем еще несколько примеров:

74. *We're **trying** to increase use of Stop and Search, **we're investing** billions in our criminal justice system and we want tougher sentences [67; 18:40].*

75. *... **we're properly dealing** with mental health with the seriousness that it deserves [67; 1:21:45].*

Во всех случаях использование продолжительной формы глагола усиливает эффект продолжительности стараний на благо страны, предпринимаемых партией самого выступающего. Таким образом политик добивается создания положительного образа своей кандидатуры, своей партии, подталкивая реципиентов отдавать голоса в свою пользу.

76. *Make no mistake! If he wins the majority then the consequences will be dire* [67; 6:26].

В данном примере просматривается использование такого грамматического средства манипулирования, как *повелительное наклонение*. Политик призывает аудиторию к действию, в данном случае подталкивая людей, от которых зависит исход выборов, не совершать ошибку и не голосовать за оппонента говорящего. Такое использование глагола в повелительном наклонении подразумевает приказ, просьбу, призыв.

Также наблюдается и использование аналитической формы повелительного наклонения, которая образуется при помощи вспомогательного глагола *to let в повелительном наклонении* в сочетании с инфинитивом смыслового глагола. Но в таком случае необходимо обратить внимание на немного отличный от предыдущего оттенок значения употребления данного средства манипулирования:

77. *Together let's take this country forward!* [66; 3:49].

Такая форма повелительного наклонения, в отличие от рассмотренной в предыдущем примере, обозначает приглашение к совместному действию «*Together let's take*», а не приказ или просьбу.

Более того, в данном примере необходимо отметить такое средство манипулирования, как *эмфаза*, которая выражается не просто интонационным выделением, но и *порядком слов, отличным от нейтрального* (*Together* выносится на первое место). В данном случае нами затрагивается уже *синтаксис*.

78. *Do you want Brexit sorted in weeks or more referendums taking years, focus on the NHS schools and police or more arguing about Brexit, to move on or to stay gridlocked?* [67; 1:40:57, Rishi Sunak]

Данный фрагмент представляет собой грамматическое средство языкового манипулирования сознанием общественности – риторический вопрос: «*Do you want...*». Такое эмоционально усиленное утверждение в виде риторического вопроса, не нуждающегося в ответе, используется для того, чтобы направить ход мыслей слушателей в нужном для говорящего направлении. В данном случае политик подталкивает реципиента задуматься о будущем, предоставляя два варианта на выбор.

79. *If you vote for us, we have a deal that is ready to go, approved by every one of the 635 conservative candidates...* [66; 3:04]

В приведенном примере просматривается использование **условного предложения с союзом *if***, что является непрямой формой побуждения голосовать за партию говорящего (политик говорит, что в случае победы на выборах у его партии уже есть план, который был одобрен и «ждет своего часа»).

С точки зрения **синтаксиса** также необходимо рассмотреть следующие примеры:

79. *I know you want real change this year. And things can change dramatically, **when you use your right to vote*** [67; 2:11]

В данном случае мы видим, что политик прибегает к такому средству манипулирования, как **сложноподчиненное предложение времени** (условия). Выступающий сообщает аудитории, что для достижения радикальных изменений в стране, необходимо выполнить определенное условие, а именно использовать свое право принимать участие в выборах. Тем самым выступающий побуждает избирателей выполнить это условие.

80. *It's **important** that the Prime Minister of this country is able to build alliances with world leaders around the world...* [67; 50:24]

В рассматриваемом примере использовано *сложноподчиненное предложение типа It+be+adj* для оказания воздействия на сознание реципиента. То есть в данном примере политик доводит до сведения аудитории важность и необходимость выбора в пользу того кандидата, который станет премьер-министром, способным создать новые союзы, альянсы с другими мировыми лидерами.

#### **4. Прагматические средства манипулирования в предвыборных дебатах британских политиков (Стратегии манипулирования)**

Для рассмотрения используемых британскими политиками стратегий манипулирования сознанием общественности, обратимся в первую очередь к заключительным словам Дж. Корбина и Б. Джонсона на предвыборных дебатах 2019 года, поскольку данные выступления максимально точно отражают стратегии и языковые средства манипулирования, которых придерживаются политики.

Фрагмент заключительного выступления Бориса Джонсона:

*81. Our choice is very simple. We can get Brexit done or we can spend another groundhog year with another referendum **when Mr. Corbyn**, you've heard tonight, **cannot answer the fundamental questions**: "Is he for remain or leave and what price would he pay...? If he can't answer those questions tonight, I don't think he's fit to lead our country... If we have a working majority, conservative majority I pledge we will have a parliament that works for you, that focuses on the NHS and the cost of living because when we get Brexit done by January 31st we will go forward as the united and confident nation... [66; 51:58-52:45]*

Рассматривая данный фрагмент, необходимо отметить, что политик использует такие средства манипулирования, как: лексическое средство манипулирования местоимениями «we» и «our» для выказывания своего единства с народом страны и фонетическое средство манипулирования интонационным выделением таких единиц речи, как: «get... done», «another groundhog», «fundamental», «we will», «when we get», «we will go forward»,

«*united*» и «*confident*» для акцентирования внимания публики на наиболее важных пунктах речи выступающего.

Но главным для рассмотрения в данном случае для нас являются стратегии манипулирования, которых придерживается политик, используя вышеупомянутые средства манипулирования. Необходимо обратить внимание на две составляющие данного фрагмента речи:

«... *when Mr. Corbyn, you've heard tonight, cannot answer the fundamental questions...*» – Б. Джонсон говорит о своем оппоненте, о его недостатке, отрицательной стороне его выступления, его позиции;

«*we will have a parliament that works for you, that focuses on*» – Б. Джонсон подчеркивает, что сделает его партия, чего будет добиваться и на что сфокусирует основное внимание, то есть дает положительную оценку своей кандидатуре и своей партии.

Исходя из данных двух пунктов и ранее упомянутых языковых средств, можно сделать вывод, что политик придерживается сразу трех стратегий манипулирования:

- стратегии выработки негативных ассоциаций («Делигитимация»);
- стратегии Героизации «Я – хороший»;
- стратегии «Мы – амальгирование» (то есть интеграции с народом, исходя из лексического средства манипулирования местоимениями «*we*» и «*our*»).

Перейдем к фрагменту заключительных слов Джереми Корбина:

82. *You've seen tonight the real choice you'll have in this election. And your voice must be heard. If you haven't registered your vote please go online and do it now. This is a once in a generation election to end privatization and give the National Health Service the funding it needs, to give people the final say and get Brexit sorted, to tackle the climate emergency that threatens our futures, to invest in good jobs in every region and nation of our country. I ask that you vote for hope and vote for labor on the 12th of December [66; 51:09-51:41]*

В первую очередь следует отметить, что Дж. Корбин прибегает к таким средствам манипулирования, как: лексическое средство манипулирования

местоимением «*our*» для выражения чувства единства всей страны, ее величия и фонетическое средство манипулирования интонационным выделением следующих единиц речи: «*please*», «*now*», «*This*», «*end*», «*give people*», «*tackle*», «*invest*», «*region and nation*», «*hope*» и «*labor*» для акцентирования внимания общественности на основных пунктах речи политика.

Переходя к выявлению используемой Дж. Корбином стратегии манипулирования, обратим внимание на то, что в речи политика нет ни слов о его оппоненте, ни оценки или описания партии самого Корбина, отсюда можно сделать вывод, что политик точно не использует две первые стратегии, присущие его оппоненту, Б. Джонсону.

Частично политик воспользовался стратегией «Мы – амальгмирование» (то есть интеграции с народом, исходя из лексического средства манипулирования местоимением «*our*»), и при этом прибегая к такому способу манипулирования, как «Смещения акцента». То есть Дж. Корбин смещает акцент на то, что народ сам решает за кого голосовать, сам выбирает свое будущее, агитируя принять участие в голосовании, подталкивая сделать правильный выбор на благо всей страны, при этом подразумевая под правильным выбором свою партию.

Для более точного и углубленного анализа стратегий языкового манипулирования британских политиков обратимся к вступительным и заключительным словам участников еще одних рассматриваемых нами дебатов:

- ITV Leaders Debate December 1, 2019 – Дебаты лидеров партий 1 декабря 2019 года [67]

83. *Boris Johnson can't be bothered to talk to you tonight. He's leaving it to his cheerleader Nigel Farage and if they win on the 12<sup>th</sup> of December, you lose. Boris Johnson will start years of Brexit talks, stitch-up deals with Donald Trump, pick on people weaker than himself and stoke divisions in **our** country. And that's why Nigel Farage is happy to help him win. I'm determined to stop them. We deserve better than the Farage-Johnson-Trump nightmare, their plans for Brexit are*

*not only about our place in Europe, they're about the kind of country we are. I love our country, our United Kingdom, open, fair and generous. We are stronger working with our friends than standing alone, tackling the climate crisis, helping the vulnerable, celebrating the richness of our diversity. If you want that brighter future, vote Liberal Democrats [67; 3:01-3:58, Jo Swinson]*

В рассматриваемом примере в первую очередь необходимо обратить внимание на местоимения «we» и «our», которые используются членом партии либеральных демократов в качестве одной из форм адресации. Благодаря такому использованию личных и притяжательных местоимений множественного числа, политик выказывает свою принадлежность к народу страны и выражает чувство солидарности с избирателями. Такой прием относится к лексическим средствам манипулирования.

Далее следует отметить, что Джо Свинсон прибегает в своей речи к интонационному выделению и паузации для подчеркивания наиболее важной информации. Такие случаи в вышеприведенном примере выделены нижним подчеркиванием, например, политик выделяет в своей речи слово «*determined*». Благодаря интонационному выделению данной единицы Свинсон указывает избирателям на то, что она *решительно настроена* остановить партию своего оппонента, Бориса Джонсона, что это не просто желание или перспектива на будущее, на которую следовало бы обратить внимание.

После слов «*if they win on the 12th of December*» перед «*you lose*» автор делает небольшую паузу. Цель паузации в данном случае – обратить внимание избирателей на то, что произойдет, если большинство голосов на выборах будет за Бориса Джонсона. При этом интонационное выделение и паузация относятся к фонетическим средствам языкового манипулирования.

Важным в рассмотрении данной вступительной речи является достигаемые политиком стратегии, посредством использования вышеупомянутых средств манипулирования. В данном примере Джо Свинсон совмещает две стратегии манипулирования:

- Стратегию выработки негативных ассоциаций

Чему свидетельствует упоминание Бориса Джонсона, оппонента Свинсон, в негативном свете: «*Boris Johnson can't be bothered to talk to you tonight*», «*Boris Johnson will start years of Brexit talks, stitch-up deals with Donald Trump...*»

- Стратегию интеграции с народом

На что указывает использование личных и притяжательных местоимений множественного числа «*we*» и «*our*»: «*our country*», «*we deserve*», «*our United Kingdom*», «*we are stronger*» и т.д. Благодаря такой стратегии политик добивается единства с народом всей страны, с избирателями, от которых зависит исход предстоящего голосования.

*84. Ask yourself this: Do you want Brexit sorted in weeks or more referendums taking years, focus on the NHS schools and police or more arguing about Brexit, to move on or to stay gridlocked? This is the choice you have. Boris Johnson delivering Brexit by the end of January and focusing on your priorities or Jeremy Corbyn ridiculously stuck in neutral on one of the biggest questions our country has ever faced. Only the Conservatives can break this deadlock and set Britain free! [67; 1:40:57-1:41:38, Rishi Sunak]*

Рассматриваемые заключительные слова участника дебатов, Риши Сунак, основываются на достижении трех стратегий манипулирования:

- Стратегии интеграции с народом «Мы – амальгирование»;
- Стратегии «Я – хороший»;
- Стратегии выработки негативных ассоциаций

На что указывает использование следующих языковых средств манипулирования:

Вся речь переполнена двумя фонетическими средствами манипулирования: интонационным выделением и паузацией, при которых автор выделяет наиболее важные пункты своей речи, обращая на них внимание избирателей. При этом основывается данное выступление политика



на противопоставлении кандидатуры Бориса Джонсона и его оппонента Джереми Корбина, то есть положительного кандидата в лице Джонсона и отрицательного кандидата в лице Корбина. Каждый раз противопоставляя два каких-либо пункта при описании двух кандидатов, политик выделяет интонацией основную информацию и делает в нужных, по его мнению, местах небольшие паузы для увеличения манипуляционного воздействия на реципиента, в данном случае население страны, от которого зависит исход предстоящего голосования.

Например, «*Do you want Brexit sorted in weeks or more referendums taking years*» – противопоставление быстрого разрешения ситуации с Брекситом и затягивание ситуации еще на несколько лет; «*Boris Johnson delivering ... and focusing ... or Jeremy Corbin ridiculously stuck...*» – противопоставление перспективного будущего в случае победы Бориса Джонсона и безнадежного будущего в случае победы Джереми Корбина.

Также в речи присутствует использование притяжательного местоимения «*our*» – формы адресации и выражения солидарности с народом страны: «*our country*». Такой прием относится к лексическим средствам манипулирования сознанием реципиента и объединяет политика с народом всей страны, с потенциальными избирателями.

Для контраста рассмотрим следующий пример:

85. *Well, we've enjoyed tonight's talent show. It's been a competition to see who can be the most **politically correct**. So, therefore, I must have failed here but maybe not with you back at home... I want **us** to become an independent country, to leave the European Union. There's a **bigger more exciting world** out there. There are friends in the **Commonwealth, America**. So much we can do but we have to get Brexit done properly and then reform **our** political institutions. What I've seen tonight, there's no desire to change anything... let's fight not just for Brexit but let's try and change politics for good [67; 1:40:10-1:40:54, Nigel Farage]*

Данный фрагмент сильно отличается от предыдущего примера с точки зрения подачи информации. Предыдущее выступление политика характеризуется медленной, четкой подачей информации с интонационным

выделением и паузацией. В данном же случае политику характерен быстрый темп речи, не совсем четкая подача, то есть неразборчивая речь, что может привести к неполному пониманию выступающего, к сложному восприятию информации и ее запоминанию. Такой прием может использоваться для манипулирования именно краткосрочной памятью с целью достижения лишь частичного понимания. Слишком быстрая и неразборчивая речь являются фонетическими средствами достижения лишь частичного понимания информации.

Более того, политик играет на контрасте и использует резкие паузы, интонационное выделение и снижение темпа речи для более яркого выделения выгодной для него информации и ее более легкого запоминания публикой. Таким образом, наблюдаются постоянные изменения темпа речи и способа подачи информации.

Отсюда можно выделить следующие используемые политиком приемы для манипуляции мнением реципиента:

- Стратегия интеграции с народом (Мы – амальгирование), для достижения которой политиком используется такое лексическое средство манипулирования, как: употребление в речи личных и притяжательных местоимений «*we*», «*our*» и «*us*» как формы адресации и выказывания солидарности, единства с народом.

- Способ манипулирования «Смещение акцента»: «... *we've enjoyed tonight's talent show. It's been a competition to see who can be the most politically correct*». Политик переводит внимание со своей кандидатуры или со своих оппонентов на сами дебаты.

- При смещении акцента Найджел также использует и прозрачные слова (слова-амебы), которые особую роль в его речи не играют: «*politically correct*», «*bigger more exciting world*», «*Commonwealth, America*». Цель – создание позитивного настроения, нейтрального характера выступления.

- Фонетические средства манипулирования: изменения темпа речи («*So much we can do (темп речи с быстрого меняется на медленный) but we*

*have to get Brexit done properly...»*), интонационное выделение («*I must have failed here* (интонационное выделение последнего слова)»), паузация («*back at home* (после каждого слова делается пауза)»), неразборчивая речь;

Таким образом, проанализировав примеры выступлений британских политиков 21 века на предвыборных дебатах, можно прийти к следующему выводу:

Политиками используются различные языковые средства манипулирования сознанием общественности в рамках различных стратегий манипуляции. Чаще всего политики прибегают к лексическим средствам манипулирования. К используемым видам, способам, стратегиям и средствам манипулирования относится следующее:

- фонетические средства манипулирования: интонационное выделение; паузация; различный темп речи, резкое изменение темпа речи, различный тембр голоса; неразборчивая речь;

- лексические средства манипулирования: личные и притяжательные местоимения, используемые с различной целью; этнонимы; лексемы с оценочной, эмоциональной, экспрессивной коннотацией; лексические повторы; модальные глаголы; неологизмы; слова-амебы или прозрачные слова; средства организации аргументации (средства структурирования речи);

- грамматические средства манипулирования: повелительное наклонение; риторический вопрос; продолжительная форма глагола; условные предложения; сложноподчиненные предложения условия или времени; сложноподчиненное предложение типа *It+be+adj*; эмфаза (выраженная непрямым порядком слов);

- стратегии манипулирования: «Я – хороший», «Мы – амальгирование» (интеграция с народом), «Выработка негативных ассоциаций», а также способ манипулирования «Смещения акцента».

## 2.3 Сравнительный анализ языковых средств манипулирования американских и британских политиков

На основе двух предыдущих разделов, в которых были рассмотрены выступления американских и британских политиков на предвыборных дебатах, и на примерах выявлены и проанализированы основные способы, стратегии и средства языкового манипулирования политиков; для проведения сравнительного анализа составим таблицу, в которой будет указано количество найденных примеров использования каждого средства или стратегии манипулирования сознанием реципиента в проанализированном материале исследования:

Стратегия или средство языкового манипулирования	Предвыборные дебаты американских политиков (кол-во примеров)	Предвыборные дебаты британских политиков (кол-во примеров)
<b>Фонетические средства манипулирования</b>		
Интонационное выделение	27	37
Паузация	18	26
Темп речи	11	13
Тембр голоса	12	10
Регистр голоса	7	6
Неразборчивая речь	-	5
<b>Лексические средства манипулирования</b>		
Лексемы с оценочной, эмоциональной, экспрессивной коннотацией	12	9
Модальные глаголы	24	21
Этнонимы	13	11

«Слова-амебы» или «прозрачные слова»	10	18
Неологизмы	3	1
Наличие средств структурирование речи (вводные слова)	37	9
Лексические повторы	32	29
Одна из форм адресации (притяжательные местоимения, собирательные лексемы)	158 (раз)	161 (раз)
Использование местоимения «we» (объединение политика с народом/ политик+ его партия)	413 (раза)	352 (раза)
Использование местоимения «I» – подчеркивание своих сильных сторон, достижений	369 (раз)	224 (раза)
Использование местоимений «They», «he» – противопоставление своей кандидатуры кандидатуре оппонента	127 (раз)	66 (раз)
Устойчивые выражения (фразеологизмы)	2	-
Метафоры	3	-
<b>Грамматические средства манипулирования</b>		
Повелительное наклонение	16	13
Риторический вопрос	23	15
Условное предложения с союзом if	8	9
Сложноподчиненные предложения	12	11
Использование продолжительной формы глагола (Continuous form)	3	5

Пассивный залог	4	-
Эмфаза (выраженная порядком слов, отличным от нейтрального)	-	2
Прагматические средства (Стратегии манипулирования)		
Стратегия выработки негативных ассоциаций («Делигитимация»);	19	24
Стратегия «Мы – амальгирование» (стратегия интеграции с народом)	59	43
Стратегия разрушения образа оппонента	28	13
Стратегия героизации «Я – хороший»	22	17
Способ манипулирования «Смещение акцента»	-	9

Исходя из составленной таблицы, можно с уверенностью сказать, что спектр выявленных стратегий и средств языкового манипулирования, используемых американскими и британскими политиками, примерно одинаковый. При этом чаще всего американские и британские политики прибегают к лексическим средствам манипулирования и стратегии интеграции с народом (Мы – амальгирование).

Основное различие употребляемых политиками языковых средств манипулирования в рамках проведенного исследования заключается в отсутствии примеров использования американскими политиками неразборчивой речи, эмфазы (выраженной порядком слов, отличным от нейтрального) и способа манипулирования «Смещение акцента», а британскими политиками – метафор, устойчивых выражений (фразеологизмов) и пассивного залога.

В рамках проведенного исследования также необходимо отметить, что в целом дебаты американских политиков проходят в довольно напряженной

обстановке, с высоким уровнем эмоциональности и накала страстей. Политики друг друга перебивают, позволяют себе резкие высказывания и своего рода оскорбления в сторону оппонента:

Приведем несколько примеров:

86. *Donald, would you just be quiet for a minute* [63; 37:04, Biden];

87. *B: **I'm here standing facing you, old buddy.***

*T: All he knows how to do- ...*

*B: **The fact is that everything he's saying so far is simply a lie. I'm not here to call out his lies. Everybody knows he's a liar...***

*T: **But you agree. Joe, you're the liar. You graduated last in your class not first in your class.***

*B: God, I want to make sure-*» [63; 40:41-41:10]

88. ***Will you shut up, man?... This is so un-Presidential... That was really a productive segment, wasn't it? **Keep yapping, man***** [63; 44:46, Biden];

89. ***He's Putin's puppy*** [63; 1:37:30, Biden].

В данных примерах можно увидеть довольно резкие высказывания Дж. Байдена в сторону его оппонента Д. Трампа: «*Keep yapping, man*», «*Will you shut up, man*», «*I'm here standing facing you, old buddy*»; «*Will he just shush for a minute?*» и т.д. Также присутствует в данном случае и своего рода оскорбления как со стороны Дж. Байдена, так и со стороны Д. Трампа: «*He's Putin's puppy*» (Байден), «*you're the liar*» (Байден), «*Well, it's hard to get any word in with this clown. Excuse me, this person*» (Байден), «*he's a liar*» (Трамп).

Но необходимо обратить внимание, что во время первых и последних дебатов между Дональдом Трампом и Джозефом Байденом резких высказываний и оскорблений со стороны Трампа намного меньше, чем со стороны его оппонента. Политик в основном обращается к Байдену по имени:

90. ***You probably play more than I do, Joe*** [63; 56:25], ***Hey, Joe, let me just tell you, Joe*** [63; 1:08:46], ***Well, let me respond to the first part, as Joe answered*** [64; 25:00], ***Joe Biden is going to terminate all of those policies*** [64; 44:50].

При этом Дональд Трамп зачастую очень эмоционален и постоянно перебивает оппонента, например в фрагменте первого этапа дебатов между политиками с 1:08:30 по 1:08:46:

91. B: *Because you weren't president-*

T: *Why didn't you do it over the last 25 years?*

B: *Because you weren't president and screwing things up.*

T: *You were a Senator and [crosstalk]-*

B: *You're the worst president America has ever had. Come on [63; 1:08:30-1:08:46]*

Примеры ситуаций, в которых участники дебатов друг друга перебивают, можно привести и из материала дебатов между Майком Пенсом и Камалой Харрис с 23:17 по 23:30:

92. H: *'Well, why didn't y'all tell anybody?', he said 'Because the president wanted people to remain calm' ... No, I – Susan, I – This is important –*

P: *Susan, I have to weigh in here –*

H: *Mr. Vice President, I'm speaking.*

P: *I have to weigh in –*

H: *I'm speaking. I wanna – [65; 23:17-23:30]*

Таким образом, в данном случае видно, что Майк Пенс перебивает Камалу Харрис «*I have to weigh in ...*», на что Камала Харрис сразу же реагирует и отвечает, что сейчас ее очередь говорить: «*Mr. Vice President, I'm speaking*».

Для данного исследования вышеупомянутое считается необходимым для рассмотрения пунктом, так как общая обстановка на предвыборных дебатах и взаимодействие оппонентов друг с другом также имеют непосредственное отношение и влияние на мнение избирателей.

При этом предвыборные дебаты британских политиков проходят в более нейтральной, менее эмоциональной форме, с более низким уровнем



напряженности и накала страстей. Оппоненты относятся друг к другу более уважительно, обращаются друг к другу исключительно в уважительной, официальной форме, пожимают друг другу руки и хлопают по плечу.

Разберем несколько примеров:

93. *Thank you, Mr. Corbyn. There's only one reason why we're having this election... [66; 2:43, Johnson], ...when Jeremy Corbyn, Mr. Corbyn, cannot tell us which side he would campaign on [66; 5:29, Johnson], Well, the Prime Minister Boris Johnson voted twice against... [66; 6:49, Corbyn]*

В данных трех примерах видно, что оппоненты вставляют в свою речь слова благодарности друг другу, общаются более официально нежели американские политики: «*Mr. Corbyn*», в некоторых случаях при обращении используют и официальную должность оппонента «*Prime Minister Boris Johnson*».

Отсюда можно сделать вывод, что дебаты британских политиков проходят в более нейтральной, менее эмоционально-напряженной обстановке, нежели дебаты американских политиков. При этом уровень уважения и официальности в случае дебатов британских политиков намного выше.

## Выводы по главе 2

В данной главе проведен анализа примеров использования стратегий и средств языкового манипулирования в предвыборных дебатах американских и британских политиков 21 века для выявления основных используемых языковых средств и сравнения выступлений американских и британских политиков. На основе рассмотренных примеров был сделан ряд выводов:

1) В предвыборных дебатах американских политиков используются такие средства и стратегии манипулирования, как:

Фонетические средства: интонационное выделение; паузация; различный темп речи, резкое изменение темпа речи, различный тембр голоса и регистр;

Лексические средства манипулирования: личные и притяжательные местоимения, используемые с различной целью; этнонимы; лексемы с оценочной, эмоциональной, экспрессивной коннотацией; лексические повторы; модальные глаголы; неологизмы; метафора; устойчивые выражение; прозрачные слова; средства организации аргументации;

Грамматические средства манипулирования: повелительное наклонение; пассивный залог; риторический вопрос; продолжительная форма глагола; условные предложения; сложноподчиненные предложения;

Стратегии манипулирования: «Я – хороший», «Мы – амальгирование» (интеграция с народом), «Разрушения образа оппонента» и эпизодическое манипулирование.

2) Для предвыборных дебатов британских политиков характерно использование таких средств и стратегий языкового манипулирования, как:

Фонетические средства: интонационное выделение; паузация; различный темп речи, резкое изменение темпа речи, различный тембр голоса, неразборчивая речь;

Лексические средства манипулирования: личные и притяжательные местоимения, используемые с различной целью; этнонимы; лексемы с оценочной, эмоциональной, экспрессивной коннотацией; лексические

повторы; модальные глаголы; неологизмы; прозрачные слова; средства организации аргументации;

Грамматические средства манипулирования: повелительное наклонение; пассивный залог; риторический вопрос; продолжительная форма глагола; условные предложения; сложноподчиненные предложения, эмфаза (выраженная порядком слов, отличным от нейтрального);

Стратегии манипулирования: «Я – хороший», «Мы – амальгирование» (интеграция с народом), «Выработка негативных ассоциаций», а также способ манипулирования «Смещение акцента».

3) Чаще всего на предвыборных дебатах американские и британские политики прибегают к лексическим средствам манипулирования и стратегии интеграции с народом (Мы – амальгирование).

4) В целом предвыборные дебаты американских политиков проходят в более напряженной атмосфере, с высоким уровнем эмоциональности и экспрессивности. Политики позволяют себе перебивать своего оппонента, резкие высказывания и своего рода оскорбления в сторону друг друга.

5) Предвыборные дебаты британских политиков проходят в более нейтральной форме, с более низким уровнем эмоциональной напряженности сторон. Оппоненты относятся друг к другу более уважительно, обращаются исключительно в уважительной форме, пожимают друг другу руки и хлопают по плечу.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей работе проведено исследование особенностей языковых средств манипулирования в предвыборных дебатах американских и британских политиков 21 века. Для выявления и сравнения языковых средства манипулирования в предвыборных дебатах американских и британских политиков были рассмотрены понятия дискурса, политического дискурса и предвыборного агитационного дискурса, охарактеризовано речевое манипулирование в предвыборном агитационном политическом дискурсе и дана классификация языковых средств манипулирования. В рамках данной работы были использованы такие методы исследования, как: стилистический анализ, контекстуальный анализ и метод когнитивно-семантического моделирования.

Согласно проведенному исследованию одна из основных особенностей политического вида дискурса – это борьба за власть путем воздействия на сознание массового реципиента. Рассмотренный предвыборный агитационный дискурс представляет собой совокупность текстов, которые включают в себя агитационные материалы, имеющие отношение к той или иной избирательной кампании, проходящей в определенный период времени проведения предвыборных дебатов. Выделяемая основная функция предвыборного агитационного дискурса – это функция воздействия на избирателей в рамках борьбы за власть при помощи речевого манипулирования.

На основе анализа дебатов американских и британских политиков, сделан вывод, что в обоих случаях наиболее часто встречаются лексические средства манипулирования в рамках достижения стратегии манипулирования сознанием реципиента «Мы – амальгирование», то есть интеграции с народом.

При этом в предвыборных дебатах американских политиков используются фонетические (интонационное выделение; паузация; темп речи, тембр голоса), лексические (личные и притяжательные местоимения;

этнонимы; лексемы с оценочной коннотацией; лексические повторы; модальные глаголы; неологизмы; метафора; устойчивые выражение; прозрачные слова; средства организации аргументации) и грамматические средства (повелительное наклонение; пассивный залог; риторический вопрос; продолжительная форма глагола; условные предложения; сложноподчиненные предложения) в рамках достижения различных стратегии манипулирования («Я – хороший», «Мы – амальгирование», «Разрушения образа оппонента»).

Британские политики используют фонетические (интонационное выделение; паузация; темп речи, тембр голоса, неразборчивая речь), лексические (личные и притяжательные местоимения; этнонимы; лексемы с оценочной коннотацией; лексические повторы; модальные глаголы; неологизмы; прозрачные слова; средства организации аргументации) и грамматические средства (повелительное наклонение; пассивный залог; риторический вопрос; продолжительная форма глагола; условные предложения; сложноподчиненные предложения, эмпфаза) в рамках достижения различных стратегии манипулирования («Я – хороший», «Мы – амальгирование», «Выработка негативных ассоциаций»).

В рамках данного исследования было выявлено, что предвыборные дебаты американских политиков проходят в более эмоционально-напряженной атмосфере. Политики резко высказываются, перебивают и оскорбляют друг друга.

В отличие от дебатов американских политиков, британским политикам присущ менее низкий уровень эмоциональной напряженности сторон. Оппоненты пожимают друг другу руки, хлопают по плечу, обращаются исключительно в уважительной форме.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антонова А.В. Система средств речевой манипуляции: реципиентоцентрический подход: дис. д-ра филол. наук. – Оренбург, 2012. – 386 с.
2. Багана Ж., Бочарова Э.А. Предвыборный политический дискурс как особая сфера коммуникации // Вестник РУДН, серия Лингвистика, 2012, № 1. – 123 с.
3. Баукин А.В. Манипулирование сознанием - явление современной действительности // Преподаватель XXI век. 2007. №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulirovanie-soznaniem-yavlenie-sovremennoy-deystvitelnosti> (Дата обращения: 11.12.2021).
4. Баранов А.Н., Казакевич Е.Г. Парламентские дебаты: традиции и новации. Советский политический язык (от ритуала к метафоре). – М.: Знание, 1991. – 64 с.
5. Барт Р. Дискурс истории. Система моды. Статьи по семиотике культуры. – М., 2003. – 441 с.
6. Бенвенист Э. Общая лингвистика // Э. Бенвенист. – М.: Прогресс, 1974. – 446 с.
7. Бордунова С.С. Современные стратегии британской политической коммуникации. М.: Товарищество научных изданий КМК, 2010. – 424 с.
8. Быкова О.Н. Языковое манипулирование: материалы к энциклопедическому словарю «Культура русской речи» // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: Вестник Российской риторической ассоциации. Красноярск, 1999. – 284 с.
9. Ветрова Е.В. Манипуляция сознанием через СМИ на региональных выборах // ИСОМ, 2011. №3 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyatsiya-soznaniem-cherez-smi-na-regionalnyh-vyborah> (Дата обращения: 11.12.2021).
10. Виноградов В.В. Итоги обсуждения вопросов стилистики // Вопросы языкознания // АН СССР. Ин-т языкознания № 1., 1955. – 153 с.

11. Винокур Г.О. Избранные работы по русскому языку. – М., 1959. – 612 с.
12. Ворожцова О.А. Прецедентные феномены в российском и американском предвыборном президентском дискурсе 2004 года // Политическая лингвистика. – Вып. 3 (23). – Екатеринбург, 2007. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pretsedentnye-fenomeny-v-rossiyskom-i-amerikanskom-predvybornom-prezidentskom-diskurse-2004-goda> (Дата обращения: 11.12.2021).
13. Ворошилова А.А. Манипуляция сознанием как объект социально-политического исследования // Сибирский аэрокосмический журнал, 2006 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyatsiya-soznaniem-kak-obekt-sotsialno-politicheskogo-issledovaniya> (Дата обращения: 11.12.2021).
14. Вьюнова Е.К., Куралева Т.В., Павленко Е.А. Побудительные высказывания в американском политическом дискурсе // БГЖ. 2020. №1 (30). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pobuditelnye-vyskazyvaniya-v-amerikanskom-politicheskom-diskurse> (Дата обращения: 09.03.2022).
15. Гайкова О.В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации (на материале английского языка): автореф. дис. канд. филол. наук. – Волгоград, 2003. – 210 с.
16. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 2006. – 137 с.
17. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. – 2002. – URL: <http://www.evartist.narod.ru/text3/72.htm> (Дата обращения: 9.12.2021).
18. Дейк Т.А. К определению дискурса. – URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm> (Дата обращения: 02.12.2021).
19. Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 307 с.

20. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: история и современные исследования. – М.: ИНИОН РАН, 2002. – № 3. – 143 с.
21. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: Изд-во МГУ, 1997. – 265 с.
22. Зелинский С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Спб.: СКИФИЯ, 2008. – 416 с.
23. Иванова С.В. Политический медиа-дискурс в фокусе лингвокультурологии. – URL: <http://philology.ru/linguistics1/ivanova-08.htm> (Дата обращения: 07.12.2021).
24. Ильин М.В. Политический дискурс: слова и смыслы (Государство). – Полис. Политические исследования, 1994. № 1. – 127 с.
25. Казаков А.А. Способы языкового манипулирования в политическом медиадискурсе: попытка систематизации // Политическая лингвистика, 2013. №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-yazykovogo-manipulirovaniya-v-politicheskom-mediadiskurse-popytka-sistematizatsii> (Дата обращения: 11.12.2021).
26. Карамова А.А. Структура политического дискурса // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 2. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=12421> (Дата обращения: 08.12.2021).
27. Кашкин В.Б. Сопоставительные исследования дискурса // Концептуальное пространство языка. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 2005. – 353 с.
28. Коломиец С.В. Лингвистические средства объективации гендерного дисплея в институциональном дискурсе: дис. канд. филол. наук: 10.02.19. – Кемерово, 2010. – 170 с.
29. Купина, Н.А. Агитационный дискурс: в поисках жанров влияния // Культурноречевая ситуация в современной России. - Екатеринбург, 2000. – 233 с.



30. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX века. – М.: Рос. гуманитар. ун-т, 1995. – 238 с.
31. Лобас П.П. Манипулирование в политическом дискурсе (на материале текстов общественно-политической тематики) // Известия Южного федерального университета, 2015. – 98 с.
32. Маслова В.А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? // Политическая лингвистика. – Вып. 1 (24). – Екатеринбург, 2008. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-diskurs-yazykovye-igry-ili-igry-v-slova> (Дата обращения: 11.12.2021).
33. Мельникова Т.С. Пропаганда как технология политического манипулирования // Власть. 2010. №8. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/propaganda-kak-tehnologiya-politicheskogo-manipulirovaniya> (Дата обращения: 11.12.2021).
34. Менджеричкая Е.О. Термин «дискурс» в современной зарубежной лингвистике // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации // под ред. А.И. Изотова, В.В. Красных. – М., 1997. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/termin-diskurs-i-tipologiya-mediadiskursa> (Дата обращения: 11.12.2021).
35. Никитина К.В. Политический дискурс СМИ и его особенности, создающие предпосылки для манипуляции общественного сознания / Управление общественными и экономическими системами, 2006. №2. – 96 с.
36. Ольшанский Д.В. Политический PR. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.
37. Паршин П.Б. Речевое воздействие. Виртуальная энциклопедия Кругосвет. – URL: [https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/RECHEVOE\\_VOZDESTVIE.html](https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/RECHEVOE_VOZDESTVIE.html) (Дата обращения: 07.12.2021).
38. Переверзев Е.В., Кожемякин Е.А. Политический дискурс: Многопараметральная модель // Вестник ВГУ, серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2008, № 2. – 123 с.

39. Пономарев Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты. – СПб.: Питер, 2008. – 208 с
40. Русакова О.Ф., Русаков В.М. PR-Дискурс: Теоретико-методологический анализ. – Екатеринбург: УрО РАН, Институт международных связей, 2008. – 340 с.
41. Рыбачук К.Ю. (2017). Особенности реализации интертекстуальности в публичных выступлениях Барака Обамы. Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература, 14(2). – 247 с.
42. Селезнева Л.В. Исследования дискурса в современной лингвистике: опыт, направления, проблемы // Вестник СВФУ. 2011. №4. – 126 с.
43. Соссюр Ф. Курс общей лингвистики // Редакция Балли Ш. и Сеше А. Пер. с франц. Чистяковой С.В. Под общ. ред. Рут М.Э., – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1999. – 432 с.
44. Таюпова О.И. Совокупность современных подходов к исследованию дискурса // Вестник Башкирск. ун-та. 2016. №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovokupnost-sovremennyh-podhodov-k-issledovaniyu-diskursa> (Дата обращения: 02.12.2021).
45. Темнова Е.В. Современные подходы к изучению дискурса // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей // Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2004. Вып. 26. 168 с.
46. Филинский А.А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000. Тверь, 2002. – 144 с.
47. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. — М.: Флинта: Наука, 2006. – 136 с.
48. Чикилева Л.С. Президентский политический дискурс как средство манипуляции: прагмалингвистический аспект // Российский гуманитарный журнал, 2018. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prezidentskiy-politicheskiy-diskurs-kak-sredstvo-manipulyatsii-pragmalingvisticheskiy-aspekt> (Дата обращения: 11.12.2021).

49. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: монография // Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2003. – 248 с.
50. Шейгал Е.И. Культурные концепты политического дискурса // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах. – Пятигорск, 2002. – 326 с.
51. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. - Волгоград, 2000(а). – 440 с.
52. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. – Саратов: УНЦ «Колледж», 1997. – Вып. 1. – 133 с.
53. Benoit W.L. Image repair discourse and crisis communication. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811197900230> (Дата обращения: 9.12.2021).
54. Dijk. T.A. van Discourse and manipulation // Discourse and Society. – 2006. №17 (2). – 359-383 p.
55. Charaudeau P. *Langage et discours*. – Paris: Hachette, 1983. – 176 p.
56. Chilton P.A. (Paul Anthony) *Analysing political discourse: theory and practice*. – Taylor & Francis e-Library, 2004. – 241 p.
57. Chilton P.A., Schaeffner C. *Discourse and politics* // Discourse Studies: A multidisciplinary introduction. T.A. van Dijk (Ed.). Vol. 2: Discourse as Social Interaction. – London, 1997. –206-230 p.
58. Jones, B. *Politics UK*. – 2nd edn, New York: Harvester Wheatsheaf, 1994. – 464 p.
59. Schiffrin D. *Approaches to Discourse* [Текст] // D. Schiffrin. – Oxford: Blackwell, 1994. – 470 p.
60. Wenxing Yang. *Interpretation of 'Discourse' from Different Perspectives: A Tentative Reclassification and Exploration of Discourse Analysis*. Beijing Foreign Studies University. – 127 p.

61. Большой толковый словарь русского языка. Кузнецов С.А. - 1-е изд-е: СПб: Норинт, 1998. – 1536 с.

62. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. Ефремова Т.Ф. – Электронный ресурс, URL: <https://www.efremova.info/> (Дата обращения: 02.12.2021)

#### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ МАТЕРИАЛОВ

63. First 2020 Presidential Debate between Donald Trump and Joe Biden – Электронный ресурс, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wW11Y5jFNcQ> (Дата обращения: 15.01.2022)

64. Final 2020 Presidential Debate between Donald Trump and Joe Biden – Электронный ресурс, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UCA1A5GqCdQ> (Дата обращения: 15.01.2022)

65. Vice Presidential Debate 2020 between Mike Pence and Kamala Harris – Электронный ресурс, URL: [https://www.youtube.com/watch?v=t\\_G0ia3JOVs](https://www.youtube.com/watch?v=t_G0ia3JOVs) (Дата обращения: 15.01.2022)

66. The ITV Boris Johnson vs Jeremy Corbyn debate – Электронный ресурс, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9kEB5pqWpJw> (Дата обращения: 16.01.2022)

67. ITV Leaders Debate December 1, 2019 – Электронный ресурс, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=lnZo1ZYcmtA> (Дата обращения: 16.01.2022)