

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
( Н И У « Б е л Г У » )**

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

КАФЕДРА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА И МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ

**РЕЧЕВЫЕ СРЕДСТВА ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В  
ТЕЛЕВИЗИОННОМ ДИСКУРСЕ**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по направлению подготовки  
44.03.05 Педагогическое образование,  
профиль Иностранный язык (первый, второй)  
очной формы обучения, группы 02051304  
Луговой Викторией Вячеславовны

Научный руководитель:  
к.ф.н., доцент  
Лагоденко Ж.М.

**БЕЛГОРОД 2018**

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>ГЛАВА I. Теоретические аспекты изучения средств речевого воздействия в телевизионном дискурсе</b> .....	6
1.1. Развитие науки о речевом воздействии.....	6
1.2. Различные подходы к классификации речевого воздействия.....	13
1.3. Место речевой манипуляции в теории речевого воздействия.....	15
1.4. Речевая манипуляция в телевизионном дискурсе и ее разновидности.....	18
<b>Выводы по ГЛАВЕ I</b> .....	26
<b>ГЛАВА II. Речевые средства эмоционального воздействия в телевизионном дискурсе</b> .....	28
2.1. Использование средств речевой манипуляции Дональдом Трампом в политическом телевизионном дискурсе.....	28
2.2. Использование средств речевой манипуляции Хиллари Клинтон в политическом телевизионном дискурсе.....	38
<b>Выводы по ГЛАВЕ II</b> .....	48
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	50
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	52
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ</b> .....	55
<b>СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА</b> .....	56

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время самым популярным средством массовой информации по праву является телевидение. Это объясняется тем, что человеку легче всего воспринимать картинку с экрана, подкрепленную звуковым сопровождением. Пользуясь этим, нам подаются огромное количество искаженной информации в виде устных сообщений, и поэтому в настоящее время очень остро стоит проблема воздействия на индивида при помощи речи. Для того чтобы более обдуманно воспринимать информацию, поступающую посредством телевидения и уметь отличить правду от вымысла, человеку, живущему в XXI веке, чрезвычайно важно знать приемы речевого воздействия.

Возможностью влияния на людей при помощи речи интересуется множество специалистов в области психологии, педагогики, социологии, пиара, политологии и лингвистики. Однако, не смотря на то, что вопрос речевого воздействия получил должный интерес среди исследователей, необходимо отметить, что на сегодняшний день он все еще остается открытым и является одним из важнейших в современной лингвистике.

Для нашего исследования представляют интерес средства речевого воздействия, используемые Дональдом Трампом и Хиллари Клинтон в рамках их первых предвыборных дебатов.

**Актуальность** исследования определяется недостаточной разработанностью явления речевого воздействия в телевизионном дискурсе, а также масштабом распространения самого телевизионного дискурса, ростом его влияния на сознание людей и высокой популярностью выбранных политиков.

**Объектом исследования** является политический телевизионный дискурс, в котором осуществляется речевое воздействие.

**Предметом исследования** выступают речевые средства воздействия, используемые политиками в выбранном телевизионном дискурсе.

**Цель** исследования – рассмотреть явление речевого воздействия в телевизионном дискурсе и проанализировать речевые средства, которые активно используются в целях воздействия на адресата.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

- 1) изучить основные теоретические положения, связанные с понятием «речевое воздействие»;
- 2) выявить основные способы и виды речевого воздействия;
- 3) разграничить понятия «речевое воздействие» и «речевая манипуляция»;
- 4) раскрыть особенности телевизионного дискурса и его жанры;
- 5) показать особенности и приемы использования средств речевой манипуляции в телевизионном дискурсе;
- 6) исследовать особенности употребления средств речевой манипуляции Дональдом Трампом и Хиллари Клинтон в политическом телевизионном дискурсе.

**Теоретико–методологическую базу** исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых в области лингвистики, журналистики, психологии: по теории речевого воздействия О.С. Иссерс, Г.А. Копниной, П.Б. Паршина, К.Ф. Седова, И.А. Стернина, Е.В. Шелестюк; по риторике, НЛП, политической и массовой коммуникации Р.М. Блакара, Д. Карнеги, Г. Шиллера; по психологии манипуляции Е.Л. Доценко, С.Г. Кара-Мурзы, В.П. Шейнова.

**Фактическим материалом** данного исследования послужили языковые реализации явления речевой манипуляции, используемые Дональдом Трампом и Хиллари Клинтон во время их первых предвыборных дебатов на американском телеканале NBC News.

С помощью метода сплошной выборки из видеозаписи политических дебатов политиков было выявлено около 170 приемов речевой манипуляции.

В работе применялись следующие теоретические **методы исследования**: анализ литературы по исследуемой теме; обобщение; конкретизация; классификация; сравнение исследовательских явлений; дедукция. Сбор материала осуществлялся методом сплошной выборки в политическом телевизионном дискурсе. При исследовании практического материала использовался метод контент-анализа видеозаписей. Для систематизации и обобщения результатов использовались описательный метод, анализ словарных дефиниций, контекстуальный анализ.

**Апробация работы**: основные положения выпускной квалификационной работы были освещены в виде доклада на ежегодной студенческой конференции в рамках недели науки, проводимой в НИУ БелГУ. По проблематике настоящей работы была опубликована статья «Речевые средства эмоционального воздействия в политическом дискурсе» в сборнике студенческих работ «Национальные языки и культуры в эпоху глобализации (по материалам научной сессии НИУ «БелГУ» «Студенческая весна – 2018», 12-18 апреля 2018г.)».

**Структура и содержание работы** определены составом решаемых проблем и задач. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, где обуславливается актуальность исследования, двух глав, раскрывающих понятие речевого воздействия и речевой манипуляции, их разновидностей и особенностей их употребления в телевизионном политическом дискурсе на примере выступлений Дональда Трампа и Хиллари Клинтон, заключения, освещающего ключевые моменты проведенного исследования, списка использованной литературы, списка использованных словарей, списка источников фактического материала. Общий объем работы составил 56 страниц.

## **ГЛАВА 1. Теоретические аспекты изучения средств речевого воздействия в телевизионном дискурсе**

### **1.1. Развитие науки о речевом воздействии**

Человечество с давних времен интересовала проблема эффективного речевого воздействия на другого человека. Постепенно люди получили право присутствовать на публичных выступлениях и принимать активно участие в политической жизни своей страны. Вследствие этого, появилась острая потребность в совершенствовании искусства воздействия при помощи речи для того чтобы строить карьеру и отстаивать свои права. Это произошло в Древней Греции в V-VI веке благодаря появлению Народного собрания и суда.

С этого момента начинает формироваться специальное учение об эффективном публичном выступлении, а также об умении вести спор и побеждать в нем. Это учение получило название «риторика», что в переводе с греческого означает «ораторское искусство».

Изначально в риторике существовало два направления. Представители первого направления называли себя «софистами» и считали, что содержание речи, ее истинность имеют второстепенную роль, а главным является именно способность убедить слушателя в чем угодно. Для представителей второго направления была важна достоверность и правдивость информации. Большое значение отводилось логическим доказательствам, которые убеждали слушателей в истинности сказанного. Ко второму направлению принадлежал Аристотель, который сумел обобщить и развить все, чего достигли ораторы Греции в своем сочинении под названием «Риторика» (Аристотель, 2015). Данный трактат включает в себя три книги. В первой книге рассматривается предмет риторики ее виды, а также ее место среди античных наук.

Во второй книге Аристотель описывает способы убеждения и факторы, которые говорящему необходимо учитывать для того, чтобы речь была убедительной: возраст слушателей и их положение в обществе. Еще одним важным фактором убеждения считается доверие к говорящему.

Третья книга посвящена стилю и построению ораторской речи. Стиль, по мнению Аристотеля, должен соответствовать следующим требованиям: ясность, доступность, безыскусственность, мягкость и изящество.

Своим трактатом Аристотель выделил искусство слова среди прочих наук, и именно он считается основоположником риторики как науки. Многие аспекты его учения получили развитие в работах других исследователей (Аристотель, 2015).

К периоду средневековья интерес к изучению способов изменения поведения людей при помощи речи ослабевает. Риторика окончательно становится искусством красноречия, которым пользовались церковные проповедники и политики, а также умением произвести впечатление богатой, построенной по канонам эстетики речью.

Не смотря на то, что в XI-XIII веках появляются первые университеты и формируется университетское искусство красноречия, оно все еще сильно зависит от церкви. Самыми известными ораторами этого времени по праву считаются богословы Иоанн Златоуст, Григорий Богослов и Фома Аквинский.

В эпоху Возрождения отмечается рост интереса к риторике, а христианство перестает быть ведущей идеологией. Развивается экономика, а вслед за ней и торговое красноречие, также набирает популярность парламентское и судебное ораторство. Значительный вклад в развитие речевого воздействия вносят философы Ф. Бэкон, Г. Гоббс и Р. Декарт (Якушев, 2004).

В начале XVII века в России появляются первые большие работы в области эффективного речевого воздействия. Это были переводы трудов, написанных в Европе, благодаря чему мы можем говорить об общих истоках

европейской и русской традиции искусства воздействия с помощью речи. Перевод учебника немецкого гуманиста Филиппа Меланхтона (1497-1560 гг.), предположительно сделанный митрополитом Макарием в начале XVII века служит первым авторитетным источником в данной области.

Первый учебник риторики на русском языке был написан М.В. Ломоносовым (1711-1765 гг.). Он был напечатан в 1748 году под названием «Краткое руководство к красноречию». Она содержит три части: «Об изобретении», «Об украшении», «О расположении». Ломоносов объясняет такое построение книги тем, что в этой науке предлагаются правила трех родов. Первые показывают, как изобретать что-то, другие как украшать, а третьи как располагать. В Риторике Ломоносова огромное количество цитат в авторском переводе из знаменитых сочинений писателей Древней Греции и Рима, Средневековья, Возрождения и Нового времени, а также много примеров, написанных самим Ломоносовым (Ломоносов, 1952). Его вклад в развитие речевого воздействия огромен, так как все последующие русские риторики основываются именно на труде М.В. Ломоносова.

В 1860-х годах в России происходит судебная реформа и вследствие этого возникает потребность в развитии судебного красноречия. Риторика изучалась во многих учебных заведениях, так, например, в Царскосельском лицее риторику преподавал филолог и переводчик Н.Ф. Кошанский (1784-1831 гг.). Ему принадлежат две выдающиеся работы в области риторики «Общая риторика» и «Частная риторика». Общая риторика рассматривала общие законы речи, а частная описывала прозу и ее виды (Кошанский, 2013). Учебники словесности Н.Ф. Кошанского сформировали несколько поколений талантливых русских людей, среди которых А.С. Пушкин и М.Ю. Лермонтов.

Во второй половине XIX века начинается постепенный упадок риторики как науки о прозе. В системе образования появляется новый



предмет «Теория словесности», на котором все больше изучается фольклор и художественная литература.

В начале XX века делаются попытки возродить риторiku как науку об ораторском искусстве и как учение о прозе. В 1918 году в Петрограде благодаря усилиям таких известных ученых и политических деятелей, как А.В. Луначарский, В.Э. Мейерхольд Л.В. Щерба и Л.П. Якубинский создается «Институт живого слова». Началась разработка теории красноречия, теории спора и теории словесности, которая реализуется в трех аспектах: научном, учебном и просветительском. Однако из-за укрепления тоталитарного режима и массовых репрессий происходит свертывание различных форм публичной речи и значительно снижается интерес к научным разработкам в области риторики. Теперь место риторики занимают ораторское искусство и культура речи.

Следует отметить, что, несмотря на негативное отношение к риторике как термину, влияние с помощью речи обретает новую ценность при использовании в качестве пропаганды и агитации во время Великой Отечественной. Эта область оказалась крайне востребована для поддержания боевого духа советского народа.

В послевоенный период большую популярность набирают труды о теории влияния с помощью речи М.М. Бахтина (1895-1975 гг.). Он разработал актуальную и в настоящее время теорию речевых жанров, которая позволила связать речевую и социальную реальность, он также уделял большое внимание диалогичности, как универсальной характеристике любой коммуникации и интонации, так как она «устанавливает тесную связь слова с внесловесным контекстом» (Волошинов, 1926: 252).

Огромный вклад в науку о речевом воздействии сделал американский психолог Дейл Карнеги (1888-1955 гг.). Он впервые систематизировал и описал некоторые правила и приемы эффективного общения и стал обучать этому общению в своей школе. Также Д. Карнеги разработал важнейший методический принцип обучения эффективному общению взрослых – «через

показательный пример к выведению правила эффективного общения» (Стернин, 2012:6). Ключевым моментом в книгах Д. Карнеги является то, что он учит людей осознанно подходить к общению, совершенствовать его, кроме того он показывает, что это не только возможно, но и «приводит к успеху в делах и улучшению взаимоотношений с окружающими» (Стернин, 2012: 6). Однако необходимо отметить, что не все рекомендации Д. Карнеги могут быть применены в условиях других стран, так как он учитывал психологию и жизненные условия американцев и писал свои книги для них. Но все же большинство законов и правил, выделенных им в своей книге применимо и в нашей практике.

Поль Л. Сопер (1906-1988 гг.) – американский педагог играет также немаловажную роль в развитии современной науки о речевом воздействии. Он выпустил книгу «Основы искусства речи», которая обладает практической направленностью и ориентирована на эффективность публичного выступления. В этой книге П. Сопер опирается на реальные потребности выступающего, дает практические советы по отработке всех компонентов публичной речи, от конспектирования и составления плана до голоса, а также множество хороших образцов выступлений и упражнений (Сопер, 2005).

Большое значение для становления науки о речевом воздействии имеет американский философ Джон Серль. Он занимался развитием теории речевых актов и ввел понятие косвенного речевого акта, в котором «говорящий передает слушающему большее содержание, чем то, которое он реально сообщает, и он делает это, опираясь на общие фоновые знания, как языковые, так и неязыковые, а также на общие способности разумного рассуждения, подразумеваемые им у слушающего» (Серль, 1986: 23).

Необходимо отметить ряд причин, повлекших за собой повышение интереса к эффективному речевому воздействию, а также появление науки о речевом воздействии именно в XX веке. И.А. Стернин выделяет несколько причин ее возникновения.

Одной из самых важных причин появления науки о речевом воздействии И.А. Стернин считает появление СМИ. Вследствие этого появляется и необходимость управлять общественным мнением. Также И.А. Стернин отмечает, что права человека становятся в это время важнейшей стороной общественной жизни государства, появляются законы и профсоюзы, которые защищают простых людей от произвола начальства. Появляется необходимость убеждать широкий круг лиц, неравных друг другу по социальному уровню, а в демократических государствах возникает потребность убеждать людей на выборах в условиях политической борьбы (Стернин, 2012).

И.А. Стернин подчеркивается и тот факт, что ранее человек считался примитивным и ленивым, но благодаря развитию культуры, искусства и литературы, а также возникновению научной психологии меняется концепция человека, каждый теперь является личностью вне зависимости от своего социального положения, а не только высшие слои общества и представители господствующих классов.

Растет и индивидуальная неповторимость личности, люди становятся менее похожими друг на друга, что ведет к проблемам в общении между ними. Вследствие этого возникает потребность в науке об общении.

XX век характеризуется расширением сфер общения людей, а также увеличением количества ситуаций, в которых необходимо вступать в общение и убеждать друг друга. Устная речь теперь играет все более важную роль в обществе, из-за чего возникает необходимость поиска особых приемов в общении.

Среди экономических причин, способствовавших развитию науки о речевом воздействии, И.А. Стернин выделяет возросшую конкуренцию на рынке и кризисы перепроизводства, что создает необходимость науки о рекламе, с целью навязать товар и завоевать покупателей (Стернин, 2012).

Происходят и изменения в отношении к труду. Теперь люди отдают предпочтение более интересной работе, что требует от руководителей

искусно организовать мотивацию подчиненных к труду – убеждать, мотивировать и стимулировать их.

Все эти причины и обусловили возникновение речевого воздействия как науки. Она формируется как интегральная наука, объединяющая усилия представителей целого комплекса смежных наук – традиционной системной лингвистики, коммуникативной лингвистики, психолингвистики, прагматической лингвистики, риторики, дискурсивной лингвистики, стилистики и культуры речи, психологии, теории массовой коммуникации, рекламы, персонал-менеджмента, социологии, связей с общественностью, культурологии, этнографии, конфликтологии. Она необходима для совершенствования навыков межличностного и делового общения, для эффективной рекламы, менеджмента и эффективного политического воздействия.

Впервые данный термин был предложен в 1990 году И.А. Стерниным и развит в последующих работах этого и других авторов (Стернин, 2012).

Предметом науки о речевом воздействии является эффективность общения. «В современном российском обществе эта наука остро необходима для совершенствования навыков межличностного и делового общения, для педагогики и воспитания, для эффективной рекламы, массовой коммуникации, эффективного менеджмента и эффективного политического воздействия» (Стернин 2012: 3).

Термин «речевое воздействие» употребляется в двух значениях. В широком смысле речевое воздействие – это воздействие на аудиторию, «осуществляемую разнообразными речевыми средствами, иными словами – с помощью сообщений на родном языке» (Паршин, 2000: 61). Однако, в некоторых случаях жесты, мимика позы тоже считаются речевым воздействием, так как несут смысловую нагрузку и дополняют речь.

В узком смысле, который более употребим, термин «речевое воздействие» понимается как «использование особенностей устройства и функционирования перечисленных знаковых систем и, прежде всего

естественного языка, с целью построения сообщений, обладающих повышенной способностью воздействия на сознание и поведение адресата или адресатов сообщения» (Паршин, 2000: 61).

## **1.2. Различные подходы к классификации речевого воздействия**

Для того чтобы определить средства речевого воздействия, необходимо для начала разобраться в их классификациях. Рассмотрим подробнее некоторые способы и виды речевого воздействия.

Способ речевого воздействия можно определить как совокупность приёмов или операций практической деятельности, определяемой иллюкутивными целями воздействующего субъекта и подчинённых решению его конкретных задач. К способам речевого воздействия традиционно относят убеждение (перзуазию), внушение (суггестию) и побуждение. (Шелестюк, 2006)

Убеждение (перзуазия) – воздействие на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению. Основу метода убеждений составляет отбор, логическое упорядочение фактов и выводов согласно единой функциональной задаче, логическое доказательство, возможно, вкупе с эмоциональным воздействием, призванное обеспечить сознательное принятие реципиентом системы оценок и суждений в согласии с иной точкой зрения (Панкратов, 2000). Убеждение строится с помощью доказательства, обоснования и аргументации.

Внушение (суггестия) – воздействие на подсознание, эмоции и чувства человека, косвенно обеспечивающее воздействие на его ум, волю, поведение и осуществляющееся за счет ослабления контрольно-регулятивной функции сознания, снижения сознательности и критичности при восприятии и реализации внушаемого содержания благодаря отсутствию

целенаправленного активного понимания, развернутого логического анализа и оценки со стороны реципиента (Панкратов, 2000). Внушение достигается языковыми средствами – словами, интонацией, вербальными – словами, интонацией, и невербальными – мимикой, жестами, действиями, внешней обстановкой.

Помимо убеждения и внушения, к способам речевого воздействия относится и побуждение (волеизъявление) – внешнее стимулирование реципиента прямым воздействием на его волю (призыв, приказ, принуждение и уговаривание) (Стернин, 2012).

Выделяется также и множество разновидностей речевого воздействия по многочисленным параметрам. Мы считаем необходимым выделить один из них, так как именно этот параметр имеет ценность для нашего дальнейшего исследования.

Согласно Е.В. Денисюк, в зависимости от целей и отношения к адресату, выделяют манипулятивное и неманипулятивное речевое воздействие. Манипулятивное воздействие представляет собой «удовлетворение собственных потребностей за счет использования, но не удовлетворения потребностей другого человека, эксплуатации воли другого» (Денисюк, 2003: 23). «Всегда, где есть такого рода неравенство и стремление добиться желаемого без эмоциональных затрат, рано или поздно появится манипуляция» (Денисюк, 2003: 23).

Неманипулятивное речевое воздействие – «это всего компромисс, договор» (Денисюк, 2003: 23). Манипулятор преследует цель добиться необходимого им результата, при этом, не учитывая интересы адресата и не желая идти на компромисс, но и не идя на открытое противостояние с собеседником, он не обнаруживает перед объектом воздействия сам конфликт интересов. Распознать манипуляцию можно лишь посредством анализа установки коммуниканта.

В нашей работе за основу берется манипулятивное речевое воздействие, которое выражается вербально с помощью различных языковых

средств и речевых приемов и направленное на скрытое побуждение адресата к совершению каких-либо действий.

### **1.3. Место речевой манипуляции в теории речевого воздействия**

В рамках нашей работы необходимо определить место манипуляции и манипулирования в теории речевого воздействия. Первоосновой термина «манипуляция» являются латинские слова «manus», что означает «рука» и «pleo», которое переводится как «наполняю» (Этимологический словарь русского языка). Согласно одной из версий важную роль в этимологии понятия сыграло слово «manipulus», в переводе с латинского «горсть» или «манипула» – небольшое военное подразделение римских легионов, в которое входило около 120 человек. Солдаты манипулы назывались «manipulares». То есть манипула была «горстью» солдат, которой в силу ее небольшого размера было легко управлять. А именно манипуляцией первоначально называлось искусное владение руками во время демонстрации фокусов и карточных игр, когда фокусник отвлекал, перемещал и концентрировал внимание зрителей на нужном ему предмете для создания иллюзии восприятия. Из этимологии слова мы можем отметить, что манипуляция уже изначально подразумевала наличие ловкости и сноровки для выполнения каких-либо действий.

С течением времени мастерство манипуляции стало превращаться в способ воздействия на психику человека. Отцом манипулятивной философии считают блестящего полководца и философа Древнего Китая Сунь Цзы (313-238 гг. до н.э.). Там манипулятивный подход был включен в искусство тайного управления противником. Это искусство передавалось из поколения в поколение и тщательно скрывалось от посторонних. Его суть заключалась в том, что противника нужно было вводить в заблуждение с помощью

различных хорошо продуманных приемов, а после этого нападать на него (Сунь Цзы, 2013).

С шестидесятих годов прошлого века и по настоящее время манипуляция является предметом особого изучения у множества зарубежных и отечественных исследователей, таких как Б.Н. Бессонов, Д.А. Волкогонов, Р. Гудин, П.У. Робинсон, Дж. Рудинов, В. Шейнов, Г. Шиллер и Э. Шостром.

Существует множество понятий термина «манипуляция». Б.Н. Бессонов понимает ее как «форму духовного воздействия, скрытого господства, осуществляемого насильственным путем». По мнению Р. Грудина манипуляция – это «скрытое применение власти или силы вразрез с предлагаемой волей другого». Г. Шиллер считает манипуляцию средством социального контроля и управления (Шиллер, 1980), а П.У. Робинсон подразумевает под манипуляцией «средство управления и использование».

Исходя из данных формулировок, можно сделать вывод, что все они подчеркивают скрытый ненасильственный характер воздействия и различие между исходными и внушаемыми желаниями.

Следует отметить, что манипуляция – это психолингвистический процесс, включающий в себя объединение психологических и лингвистических исследований. Обратимся к пониманию манипуляции с точки зрения отечественной психологии. Согласно Е.Л. Доценко под манипуляцией понимается «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» (Доценко, 1997: 59).

В лингвистике, согласно исследованиям Г.А. Копниной, К.Ф. Седова и И.А. Стернина, манипуляция рассматривается как разновидность речевого воздействия. С точки зрения И.А. Стернина, главным критерием, разграничивающим эти понятия, является сознательность или же бессознательность действий адресата. По его мнению, речевое воздействие – «это воздействие на человека при помощи речи с целью убедить его



сознательно принять нашу точку зрения, сознательно принять решение о каком-либо действии, передаче информации. А манипулирование – это воздействие на человека с целью побудить его сообщить информацию, совершить поступок, изменить свое поведение, но неосознанно или вопреки его собственному мнению, намерению» (Стернин, 2012: 56).

В процессе коммуникации манипулирование осуществляется с помощью языковых средств и речевых приемов, поэтому в лингвистике этот процесс называют «речевым манипулированием» или же «языковым манипулированием». Несмотря на разграничение языка и речи, впервые установленное Ф. де Соссюром (1857-1913гг.) (Ф. де Соссюр, 1999), исследователи не разграничивают данные определения. Так, например, Г.А. Копнина считает, что «речевая (языковая) манипуляция (манипулирование) – разновидность манипулятивного воздействия, осуществляемого путем искусного использования определенных ресурсов языка с целью скрытого влияния на когнитивную и поведенческую активность деятельность адресата» (Копнина, 2012: 24).

Важно отметить, что в процессе воздействия языковой компонент тесно взаимодействует с психологическими и психолингвистическими: «В основе речевого манипулирования лежат такие психологические и психолингвистические механизмы, которые вынуждают адресата некритично воспринимать речевое сообщение, способствуют возникновению в его сознании определенных иллюзий и заблуждений, провоцируют его на совершение выгодных для манипулятора поступков (Завьялова, 2007: 566).

Таким образом, можно выделить следующие основные признаки речевой манипуляции, как разновидности речевого воздействия: скрытый характер воздействия и неосознанность этого воздействия адресатом; желание подчинить адресата своей воле, в основном не учитывая при этом его интересы; специальная речевая организация текста, благодаря которой возникает заблуждение в сознании собеседника; искусное владение манипулятором словом и психологическими навыками; создание иллюзии

самостоятельного принятия решения у адресата; отсутствие защитной реакции у адресата (Кара-Мурза, 2001).

Необходимо также упомянуть о сфере чувств, которая играет немаловажную роль в нашем исследовании. Сфера чувств является наряду с мышлением важнейшим объектом для манипуляции. Чувства более податливы, а если удастся их затронуть, то и мышление оказывается более уязвимым. С. Кара-Мурза полагает, что «в большой манипуляции сознанием игра на чувствах – обязательный этап» (Кара-Мурза, 2001: 145). Кроме того, в области чувств легче создать так называемую «цепную реакцию», когда «первое формулированное внушение тотчас же передается вследствие заразительности всем умам, и немедленно возникает соответствующее настроение» (цит. по Г. Ле Бон, 2001: 145).

Некоторые исследователи считают, что термины «манипуляция» и «манипулирование» обладают неприятным свойством (Паршин, 2000; Копнина, 2012). В своем исследовании мы будем рассматривать манипуляцию, как нейтральное понятие, так как она не всегда наносит вред.

#### **1.4. Речевая манипуляция в телевизионном дискурсе и ее разновидности**

Одним из разделов наиболее частого использования средств речевой манипуляции по праву является телевизионный дискурс. Именно телевидение до недавнего времени являлось самой популярной формой проведения свободного времени во всем мире среди различных форм масс-медиа. С середины XX века оно играет ключевую роль в создании общественного мнения и лишь в середине 2010-х годов начинает уступать эту позицию интернету.

Телевидение стало одним из величайших изобретений XX века и чрезвычайно быстро вошло в быт всего человечества. Этому есть множество причин. Во-первых, телевидение воздействует одновременно на важнейшие каналы восприятия информации – это зрение и слух, поэтому телевизионные образы являются доступными для самой широкой аудитории. Во-вторых, оно является самым массовым из СМИ и охватывает даже слои населения, которые остаются за рамками влияния других СМИ. Также необходимо отметить, что передача информации на телевидении имеет личностный характер, так как телезритель воспринимает выступление с телеэкрана как обращение непосредственно к нему. Кроме того, оно создает эффект присутствия зрителя на месте событий, что придает телевизионному сообщению особую достоверность, а простота информационной обработки позволяет воспринимать любые телевизионные программы не прилагая к этому особых усилий.

По мнению Е.Г. Лариной «телевизионный дискурс рассматривается как телевизионная речь в ситуации социального взаимодействия телекоммуникатора и телеаудитории, и представляет собой макросистему, в которой реализовывается коммуникация весьма обширного круга людей с различными социальными, возрастными, профессиональными и территориальными характеристиками» (Ларина).

Одну из классификаций жанров телевизионного дискурса предложил С.Ю. Данилов (Данилов, 2002). Он классифицирует жанры телевизионного дискурса по тематическому, структурно-композиционному и стилистическому признакам.

По тематическому признаку выделяются следующие жанры телевизионного дискурса: теленовости, телеобзор, фильм на ТВ, телесериал, телеспектакль, мультипликационный фильм, телеинтервью, телерасследование, телереклама, теледебаты, телешоу, телеигра, телевикторина, телеэкстрим, телепутешествие, телеклуб, телеинструкция, телешоп, телегороскоп, телелотерея, телешкола, музыка на ТВ, спорт на ТВ,

патриотическая программа, программа о здоровье, научно-популярная программа, пародийно-юмористическая программа, кулинарная программа.

По структурно-композиционному принято разделять диалогические и монологические жанры. К первым относят теледебаты, ток-шоу, реалити-шоу, игровое шоу, телеигра, телеинтервью, в этом случае жанр рассматривается как речевое событие, основанное на использовании, как правило, неподготовленной, спонтанной речи. Ко вторым относят теленовости, телеобзор, телегороскоп – речевые события, в основе которых лежит подготовленная, неспонтанная речь.

По стилистическому признаку различают полярные жанры телевизионного дискурса: дикторское прочтение текста официальной информации, характерное для жанра «теленовостей», и запись скрытой камерой в естественной обстановке общения телекоммуникатора и не предупрежденного об участии в телевизионной передаче человека. В первом случае жанр воплощается в ситуации речевого общения, основными признаками которого являются официальность и публичность, во втором – неофициальность и использование разговорной речи (Данилов, 2002).

Во всех этих телевизионных жанрах присутствуют речевые средства скрытого воздействия или же речевые средства манипуляции, так как «основной задачей телевизионного дискурса вне зависимости от его жанровой принадлежности является информационное воздействие на человека» (Ларина). Поэтому мы считаем особенно важным выделить приемы речевого манипулирования, распознавая которые, общество сможет стать менее подверженным их влиянию.

На данный момент нет общепризнанной классификации приемов речевой манипуляции, как и единой терминологии в этой области. Некоторые исследователи просто перечисляют приемы речевой манипуляции, а другие предлагают различные классификации, которые отличаются друг от друга. Кроме того, в разных классификациях можно наблюдать наличие одних и тех же приемов, но названия они носят разные, и

могут презентовать немного по-другому. Обобщая идеи Р.М. Блакара, О.Н. Быковой, П.Б. Паршина и Е.И. Шейгал мы выделяем следующие приемы речевой манипуляции: приемы, основывающиеся на особой подаче информации и приемы, строящиеся на явлениях различных уровней языковой структуры (фонетический уровень, лексический уровень и грамматический уровень).

К первой группе относятся приемы, главным образом, связанные с проявлениями человеческой сообразительности и юридической грамотности, поэтому к лингвистике они имеют опосредованное отношение. Сюда можно отнести дробление, спекуляцию сенсациями, частичное утаивание и искажение информации, создание ложной срочности и использование полуправды. Действие этих приемов тесно связано с различным психологическим воздействием на манипулируемых, вплоть до погружения в депрессивное, паническое и другие виды состояний.

Ко второй группе относятся приемы с непосредственным оформлением речи, согласно структурным особенностям языка. Фонетический уровень рассчитан на аудитивное восприятие информации, поэтому здесь особенно важны тон, интонация, темп речи, паузация, мелодика, тембр голоса. П.Б. Паршин также отмечает интересную ассоциативную составляющую между звуками и их восприятием, таким образом, затрагивая явления фоносемантики. Например, обилие в речи звука [r] может ассоциироваться с недружелюбным или даже агрессивным посылом, а наличие звука [l], особенно в сочетании с гласным, наоборот придает речи приятную плавность и мягкость (Паршин, 2000). Также к фонетическому уровню можно отнести рифмы и звуковое подобие, что позволяет реципиенту легче воспринимать и запоминать необходимую для манипулятора информацию.

Лексический уровень – самый богатый на приемы, поскольку здесь обнаруживаются явления разного характера. Необходимо принять во внимание тот факт, что все слова обладают коннотативным значением, то есть несут в себе определенный эмоциональный заряд, а манипулирование

эмоциями является очень эффективным механизмом управления сознанием реципиента, так как зачастую именно эмоции заставляют его совершать те или иные действия без логического размышления.

Существует несколько классификаций базовых эмоций, где их количество колеблется от двух до десяти, тем не менее, почти в каждой классификации базовых эмоций можно встретить следующие: страх, радость, печаль и гнев (Романова: 1996). Именно они являются мощным активатором действий у реципиентов, так как они универсальны, и потому выполняют функцию главных мишеней манипуляции.

К лексическим следует отнести следующие приемы:

- Использование эпитетов, создающих настроение и вызывающих определенные эмоции у слушателей, на которых можно строить дальнейшую манипуляцию.

- Использование в речи синонимов. Заменяя какое-либо слово другим синонимичным, но все же в определенной мере отличающимся коннотативно словом, можно серьезно изменить посыл высказывания в нужную для манипулятора сторону.

- Использование эвфемизмов и дисфемизмов. Эвфемизмы способны скрывать явления, имеющие в общественном сознании заведомо негативную оценку. Они отвлекают внимание аудитории от объекта, способного вызвать антипатию. Способность эвфемизмов манипулировать читателями объясняется тем, что они скрывают истинное положение вещей за счет создания нейтральной или положительной коннотации, а читатели обычно не в состоянии распознать завуалированное эвфемизмом слово. Часто употребляются такие эвфемизмы как *рынок рабочей силы (безработица), конфликт (война), регулирование цен (повышение цен)*. Дисфемизмы придают негативную оценку словам, ранее имевшим нейтральное понятие, например: *морда* вместо *лицо*.

- Слова-аффективы подразумевают высокую насыщенность речи языковыми эмоционально-экспрессивными средствами разных уровней и

нацелены на управление настроением аудитории. К ним относят такие слова и словосочетания, как *истина, надежда, мечта, свобода, согласие, гордость, кризис, человеческое достоинство*. Их употребление в речи задает эмоциональный тон и настроение всему сообщению, погружая аудиторию в искусно созданную психологическую атмосферу (Быкова, 2000).

- Прием создания или заимствования новых слов или выражений используется для того чтобы характеризовать какое-то явление (*ельцинокрафия*). Чаще всего применяется в рекламе и политике. Новое слово может иметь как положительную, так и отрицательную окраску.

- Прием навешивания (наклеивания) ярлыков используется для создания и закрепления в сознании слушателя чьего-либо дискредитирующего образа. А Цуладзе утверждает, что ярлыки замещают менее агрессивные понятия (цит. по Г.А. Копнина, 2010: 87). А по мнению Н.Г. Мартыненко распространенными ярлыками являются «политические термины, официальные и экспрессивно-разговорные названия политических партий и движений: коммуняги, фашисты, национал-патриоты, а также наименования политиков по их действиям и стилю поведения: диктатор, разоритель, сепаратист, популист и др.» (цит. по Г.А. Копнина, 2010: 87).

- Использование метафор, так как яркие, образные выражения становятся предметом цитирования, и они гораздо лучше запоминаются и за счет этого сильнее воздействуют на сознание адресата.

- Прием интимизации (генерализации) повествования или прием участия представляет собой использование языковых средств, в результате которого создается особый эффект доверительного общения автора с аудиторией. Для этого используются местоимения *мы, наши* с размытым содержанием.

- Прием презентации или самопрезентации – показ наиболее сильных и положительных сторон одного объекта на контрасте другого объекта для создания приятного впечатления о ком-то или о себе, чаще всего достигается использованием местоимения *я* и притяжательных местоимений.

- Прием мультипликации заключается в создании множественности посредством умножения имен действия (*большинство*) или же действий и ситуаций при помощи использования таких лексем, как *постоянно, обычно*. Е.Л. Доценко называет этот прием «расширенными обобщениями» (Доценко, 1997: 78).

- Ссылка на неизвестный источник. Данный прием используется манипулятором для того чтобы не брать ответственность за передаваемую им информацию и характеризуется использованием следующих фраз: *по непроверенной информации, по сообщениям источников, как стало известно, говорят, что*.

- Ссылка на авторитет или же прием персонализации используется, когда необходимо создать впечатление серьезности каких-либо событий и придать речи весомости реализуется при помощи упоминания какого-либо авторитетного лица или при помощи следующих фраз: *по мнению (подсчетам, оценкам) экспертов, по словам*.

- Лексемы-ограничители, которые в английском языке называются «*hedges*», что дословно переводится как «загородки». К ним относятся следующие слова и выражения: *формально, в определенном отношении, в специальном понимании, похоже, вроде, как бы*. Они указывают на то, что утверждение имеет ряд неточностей и говорящий осознает это, однако хочет снять с себя ответственность за высказанную мысль.

- Ограничители ментального размежевания – это выражения *по словам, якобы, слышал, утверждает, заявляет*. Их используют для того, чтобы противопоставить себя мнению цитируемого лица или же не брать на себя ответственность за сказанное другим человеком.

- Номинализация – замена глаголов абстрактными существительными, например: *выбирать – выбор, решать – решение*. Номинализации позволяют не упоминать аспекты описываемой ситуации, ее последствия и причины.



- Ребячливость или фамильярность в споре с оппонентом позволяет исказить смысл высказывания оппонента с помощью, например, акцентирования неудачных формулировок и оговорок.

- Лесть или комплимент (иногда в сочетании с уступительными придаточными с *но, хотя*) применяется, чтобы добиться видимости сближения с оппонентом: *Как человек умный, вы не можете не признать, что...*

- Переход на личность, когда посреди своего заявления манипулятор переключается на личность своего оппонента, его личные качества и все, что его касается в той или иной степени. Чаще всего это происходит при помощи употребления личных имен и местоимений.

Среди грамматических приемов выделяют:

- Использование пассивного залога, как например, в словосочетании *захвачены заложники*, то есть не дается никакой информации о реальном производителе действия, но при этом у адресата не возникает ощущения неполноты высказывания.

- Использование императивных конструкций также позволяет легально уйти от упоминания субъекта действия.

- Использование побудительных конструкций для возбуждения интереса слушателя и его желания сделать то, о чем говорит манипулятор. Для этого применяются глаголы в повелительном наклонении, такие как *давайте, посмотрите, продолжайте, остановитесь, перестаньте*.

- Использование риторических вопросов, которые нуждаются в однозначном положительном или же отрицательном ответе, который предполагается самим вопросом. Они служат средством активизации адресата и выделяют в тексте наиболее значимые его смысловые компоненты.

- Повтор, который способствует тому, что идея оставляет следы в памяти человека, а постепенное приучение реципиента к какому-либо

бездоказательному утверждению при помощи его повторения часто заканчивается объявлением его очевидности.

- Параллельные конструкции, которые ритмически выделяют самые значимые для автора части текста. Параллелизм характеризуется особым ритмом, усиливающим воздействие на реципиента.
- Градация, которая представляет собой развертывание слова или словосочетания в синонимический ряд и при этом интенсивность значения каждого последующего члена нарастает или убывает. Она усиливает экспрессивность текста.

На основе выделенной классификации можно сделать вывод, о том, что приемы языковых манипуляций очень разнообразны и, в основном используются комплексно. Все эти приемы имеют манипулятивную цель – навязывают адресату определенные оценки и служат для побуждения его к каким-либо действиям. Следует также отметить, что успех или эффективность манипулятивного речевого воздействия будет определяться тем, насколько правильно будет сделан выбор языковых средств для осуществления планируемого влияния.

## **Выводы по ГЛАВЕ I**

В результате рассмотрения теоретических аспектов речевых средств эмоционального воздействия мы выяснили, что наука о речевом воздействии берет свое начало в учении о риторике, которое возникло в Древней Греции.

Теории речевого воздействия уделялось большое внимание зарубежными исследователями, и лишь в XVII веке их исследования были переведены на русский язык, после чего и в России начался подъем интереса к речевому воздействию.

Риторика испытывает подъем и формируется в науку о речевом воздействии в XX веке, но до сих пор не существует единой классификации средств речевого воздействия, как и единого понятийного аппарата в этой науке. Нами были выделены способы и виды речевого воздействия, среди которых манипулятивное воздействие, которое необходимо разграничивать с речевым воздействием.

Сфера использования речевой манипуляции очень велика, но в данном исследовании нами рассматривается использование речевой манипуляции в телевизионном дискурсе, так как именно он является главным источником распространения информации, в котором очень часто преподносится ложная или полуправдивая информация. На основе классификации С.Ю. Данилова были выделены различные телевизионные жанры.

Объектом исследования была выбрана политическая сфера, а также определены приемы речевой манипуляции в ней: приемы, которые базируются на особой подаче информации и приемы, которые строятся на явлениях различных уровней языка (фонетический уровень, лексический уровень и грамматический уровень).

## **ГЛАВА II. Речевые средства эмоционального воздействия в телевизионном дискурсе**

### **2.1. Использование средств речевой манипуляции Дональдом Трампом в политическом телевизионном дискурсе**

В политическом дискурсе телевидение превращается в разновидность политической коммуникации, так как позволяет создать иллюзию контакта и быстрой обратной связи между политиком и народом. Целью такой коммуникации является побуждение людей действовать или же бездействовать в интересах политиков, навязывание воли политика в форме скрытого воздействия, а также создание положительного или, наоборот, отрицательного имиджа какого-либо человека. Именно в политическом телевизионном дискурсе ярче всего можно наблюдать использование всевозможных средств речевой манипуляции, которые используются политиками в личных целях.

Для нашего исследования были выбраны два известных политика: Дональд Трамп (кандидат в президенты США от Республиканской партии) и Хиллари Клинтон (кандидат в президенты США от Демократической партии). Их борьба за пост президента США наделала много шума в 2016 году и обсуждалась в СМИ по всему миру.

Нами был выбран такой жанр телевизионного дискурса, как теледебаты. Он подразумевает специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам, с целью убедить в своей правоте телезрителя. В США и некоторых странах Европы дебаты являются обязательным составляющим выборов главы государства. Данный жанр является очень популярным среди телезрителей, так как позволяет услышать мнения политиков о различных проблемах и, исходя из

этого, расставить приоритеты в пользу одного из них. Теледебаты представляют особую значимость для нашего исследования, так как подразумевают неподготовленную речь политиков при обсуждении острых вопросов. Именно в такой речи ярче всего проявляются их ораторские способности и средства речевой манипуляции, которые они используют, чтобы отстоять свою точку зрения и выглядеть лучше своего оппонента.

Первые теледебаты Дональда Трампа и Хиллари Клинтон в 2016 году состоялись 27 сентября на телеканале *NBC News*, где обсуждались три важные темы: достижение процветания, направление развития Америки и ее безопасность. Модератором дебатов был журналист Лестер Холт.

Первой центральной темой обсуждения являлось создание новых рабочих мест. На 2016 год уровень безработицы в Америке составлял около 5% – показатель, довольно близкий к норме, но все же американцев волновала эта тема, так как они опасались повтора ситуации 2009 года, когда безработица достигла 10%.

В начале своей речи Дональд Трамп акцентирует внимание зрителей на утечке рабочих мест из страны, таким образом, показывая ситуацию как довольно опасную не только для его слушателей, но и для него самого. Для этого он использует прием интимизации в сочетании с повтором слова “*leaving*”:

*So we're losing our good jobs, so many of them...So Ford is leaving. You see that, their small car division leaving. Thousands of jobs leaving Michigan, leaving Ohio. They're all leaving...We have to stop our companies from leaving the United States.*

Для достижения того же эффекта используется прием мультипликации в сочетании с повтором слова “*hundreds*”:

*So many hundreds and hundreds of companies are doing this.*

Пассивный залог также используется им в сочетании с приемом интимизации:

*But we have to stop our jobs from being stolen from us.*

Трампа не дает никакой информации о том кто «крадет» рабочие места, он лишь описывает проблему, не называя ее истинную причину, но он хочет показать, что эта проблема касается и его, используя местоимения “we, us”.

После того, как он привлек внимание к проблеме, Трамп использует прием самопрезентации. Он предлагает ее решение, озвучивая точные цифры снижения налогов, для того чтобы зрители понимали, что он готов нести ответственность за эти данные:

*Under my plan, I'll be reducing taxes tremendously, from 35 percent to 15 percent for companies.*

Для еще большего убеждения публики в том, что повлечет за собой снижение налога, Дональд Трамп строит свои утверждения в будущем времени, при этом повторяя в каждом предложении модальный глагол “will”:

*Companies will come. They will build. They will expand. New companies will start...*

Следует отметить, что язык Трампа прост и понятен. Для того чтобы быть правильно понятым всеми слоями населения, он разъясняет аббревиатуры при помощи параллельных конструкций для еще большей ясности:

*Let me give you the example of Mexico. They have a VAT tax. We're on a different system. When we sell into Mexico, there's a tax...When they sell into us, there's no tax...If you think you're going to make your air conditioners or your cars or your cookies or whatever you make and bring them into our country without a tax, you're wrong.*

Не обошлось в речи Дональда Трампа и без иронической лести в сторону Хиллари Клинтон, перехода на личности и обвинения ее в бездействии на протяжении 30 лет, когда она занимала довольно высокие посты, но, тем не менее, никак не повлияла на улучшения экономического положения Америки:

*Now, in all fairness to Secretary Clinton...I want you to be very happy. It's very important to me.*

*When she started talking about this, it was really very recently. She's been doing this for 30 years...*

Для привлечения внимания зрителей к этому обвинению, Трамп использует повторы:

*Secretary Clinton and others, politicians, should have been doing this for years, not right now...They should have been doing this for years.*

Более того, употребляя конструкцию Present Perfect Continuous для того, чтобы подчеркнуть длительность периода бездействия Клинтон, он интонационно ударяет и выделяет паузами слова, которые по правилам грамматики должны быть безударны: *have, been*. Использование модального глагола *should* выражает уверенность кандидата в своей правоте и готовность отстаивать свое мнение.

Дональд Трамп обвиняет Клинтон еще и в том, что ее муж, Билл Клинтон (в 1993-2001 гг. президент США) подписал соглашение НАФТА, а она поддержала это:

*You called it (NAFTA) the gold standard of trade deals. You said it's the finest deal you've ever seen...The NAFTA agreement is defective.*

Переходя на личности, Трамп затронул и Барака Обаму, который на тот момент еще являлся президентом США:

*The Obama administration, from the time they've come in, is over 230 years' worth of debt, and he's topped it. He's doubled it in a course of almost eight years...*

*The wealthiest Americans are...leaving our country to get their money, because they can't bring their money back into our country...Because we have a president that can't sit them around a table and get them to approve something...We have no leadership.*

Дональд Трамп смело критикует политику Обамы, показывая тем самым, что осознает проблемы, над которыми необходимо работать. Используя разговорную лексику, он отождествляет себя с простым народом и его проблемами. Слово-аффиктив *leadership* для каждого имеет свое

значение, и вызывает определенные эмоции. Называя проблему Обамы отсутствием лидерства, Трамп рассчитывает на то, что у каждого слушателя возникнут свои ассоциации с этим словом и с Обамой.

Кандидат в президенты от Республиканской партии не удержался от ребячливости в сторону Барака Обамы и его любимого времяпрепровождения – игры в гольф во время обсуждения, казалось бы, абсолютно иной темы – процентной ставки. Этим заявлением Трамп еще раз попытался убедить слушателей, что Обама не держит ничего под своим контролем:

*The day Obama goes off, and he leaves, and goes out to the golf course for the rest of his life to play golf, when they raise interest rates, you're going to see some very bad things happen, because the Fed is not doing their job.*

Тема гольфа и Обамы многократно обсуждалась и высмеивалась в интернете, когда тот был президентом США, а Дональд Трамп, таким образом, показал себя продвинутым пользователем сети, который имеет интересы, общие со всем остальным народом.

Прием перехода на личности используется Дональдом Трампом и когда Лестер Холт спрашивает мистера Трампа о том, когда он собирается опубликовать свою налоговую декларацию, как это делают все кандидаты:

*We have a situation in this country that has to be taken care of. I will release my tax returns, against my lawyer's wishes, when she releases her 33,000 e-mails that have been deleted. As soon as she releases them, I will release.*

Трамп припоминает Клинтон скандал, который разразился, когда она занимала должность главы дипломатического ведомства в 2009-2013 годах, но использовала личную почту, вместо правительственной, как того требуют инструкции американской администрации. Позже Клинтон удалила все сообщения, тем самым вызвав еще больше вопросов.

Прием ссылки на авторитет *against my lawyer's wishes* используется для убеждения слушателей в том, что Дональд Трамп готов обнародовать данные своей налоговой декларации, даже не смотря на то, что его юристы против



этого. Таким образом, он показывает, что мнение народа для него важнее мнения его юристов.

Повтор глагола *release* привлекает внимание не только к тому факту, что Трамп обнародует свои данные, но и к скандалу, в котором замешана Клинтон. Этим он подразумевает, что она не так чиста, как ей хотелось бы казаться.

Будущий президент Америки применяет пассивную конструкцию и при этом не упоминается действующее лицо, которое возьмет на себя ответственность заботиться о ситуации в стране:

*We have a situation in this country that has to be taken care of.*

Кандидат от Республиканской партии применяет и риторические вопросы, которые звучат как обвинения:

*And why hasn't she made the agreements better? (About NAFTA)*

*Why are you just thinking about these solutions right now?*

*You know what that is? That means, who's negotiating these trade deals?*

Многократно используется им тактика презентации себя как успешного бизнесмена, а также он противопоставляет свои обещания – обещаниям Клинтон:

*I have a great company. I have a tremendous income. And the reason I say that is not in a braggadocios way. It's because it's about time that this country had somebody running it that has an idea about money.*

*...the budget is bad to a large extent because we have people that have no idea as to what to do and how to buy. The Trump International is way under budget and way ahead of schedule. And we should be able to do that for our country.*

*I will bring back jobs. You can't bring back jobs.*

*I'm going to cut taxes big league, and you're going to raise taxes big league, end of story.*

На этих словах заканчивается обсуждение первого сегмента вопросов и начинается обсуждение следующего сегмента *направление развития*

*Америки.* Лестер Холт спросил кандидатов, как разрешить расовые противоречия в стране?

Дональд Трамп начал с использования слов-аффективов *law, order* в сочетании с приемом интимизации и неоднократно повторял эту фразу:

*We need law and order in our country.*

Трамп выбирает слова с негативной коннотативной окраской, которые вызывают страх, чтобы подчеркнуть напряженность положения: *hell, get shot, shoot, felons, shootings, guns, violently, kill.*

Для того чтобы еще больше посеять ужас, Трамп прибегает еще и к приему мультипликации и повтору:

*In Chicago, they've had thousands of shootings, thousands since January 1st. Thousands of shootings.*

Мистер Трамп использует метонимию вместе с приемом интимизации, чтобы показать, что эта проблема касается и его самого:

*We have gangs roaming the street.*

Далее Дональд Трамп привлекает внимание слушателей к проблеме нелегальных мигрантов, которые, по его мнению, и являются причиной большого количества убийств. Для этого он использует параллельные конструкции:

*...Illegal immigrants. And they have guns. And they shoot people. And we have to be very strong. And we have to be very vigilant.*

Дональд Трамп предлагает останавливать и обыскивать людей на улицах, так это помогло снизить количество убийств в Чикаго, но при этом он переходит на личность Барака Обамы, который, по его мнению, допустил этот произвол:

*In a place like Chicago thousands, over the last number of years, in fact, almost 4,000 have been killed since Barack Obama became president.*

Отстаивая свое мнение, Трамп приводит пример Нью-Йорка, где обыск людей помог снизить количество убийств, тем самым подтверждая, что его метод работает:

*In New York City, stop-and-frisk, we had 2,200 murders, and stop-and-frisk brought it down to 500 murders. Five hundred murders is a lot of murders...But we went from 2,200 to 500.*

В начале обсуждения этого вопроса будущий президент Америки предлагал реальные решения данной проблемы, но после обвинений в расизме стал все больше переходить на личности и бросаться обвинениями в сторону Хиллари:

*I do want to bring up the fact that you were the one that brought up the words super-predator about young black youth. And that's a term that I think it's been horribly met, as you know. I think you've apologized for it. But I think it was a terrible thing to say.*

*I got to watch in preparing for this some of your debates against Barack Obama. You treated him with terrible disrespect. And I watched the way you talk now about how lovely everything is and how wonderful you are.*

*...the African-American community has been let down by our politicians. They talk good around election time, like right now, and after the election, they said, see you later, I'll see you in four years... They've been abused and used in order to get votes by Democrat politicians.*

Выставить себя в выгодном свете Трамп попытался, когда привел данные, что пока Клинтон была дома, он ездил по стране и встречался с людьми. Для этого он применяет повтор, вместе с техникой мультипликации и переходом на личность:

*...and I just left Detroit, and I just left Philadelphia, and I just, you know, you've seen me, I've been all over the place. You decided to stay home, and that's OK. But I will tell you, I've been all over.*

Когда Лестер Холт спросил Трампа, почему тот не перестал обсуждать легитимность президента Барака Обамы, как рожденного в этой стране даже после того, как свидетельство о рождении было предоставлено в 2011 году, Дональд Трамп стал давать очень размытые ответы без конкретики. Для

этого он использовал прием ссылки на авторитет, а также параллельные конструкции для переключения внимания:

*...if you look at CNN this past week, Patti Solis Doyle was on Wolf Blitzer saying that this happened. Blumenthal sent McClatchy, highly respected reporter at McClatchy, to Kenya to find out about it. They were pressing it very hard. She failed to get the birth certificate...When I got involved, I didn't fail. I got him to give the birth certificate...Because I want to get on to defeating ISIS, because I want to get on to creating jobs, because I want to get on to having a strong border, because I want to get on to things that are very important to me and that are very important to the country.*

Последней темой дебатов была *защита Америки*, обсуждая которую, кандидаты очень часто переходили на личности друг друга, а в ответ использовали прием самопрезентации.

С самого начала разговора о кибербезопасности Трамп выразил большую обеспокоенность происходящим, ведь он, как и огромное количество американцев является родителем и беспокоится о будущем своих детей:

*I have a son. He's 10 years old. He has computers. He is so good with these computers, it's unbelievable.*

Затем, Трамп, начинает переходить на личности Клинтон и Обамы, так как, по его мнению, именно они помогли зародиться и развиваться запрещенной группировке ИГИЛ, которая сейчас является главной угрозой не только для Америки:

*Under President Obama we've lost control of things that we used to have control over.*

*Well, President Obama and Secretary Clinton created a vacuum the way they got out of Iraq, because they got out – what, they shouldn't have been in, but once they got in, the way they got out was a disaster. And ISIS was formed.*

Он также обвинил Клинтон и Обаму в том, что под их руководством развернулись боевые действия в Ираке:

*..we've been working with them for many years, and we have the greatest mess anyone's ever seen. You look at the Middle East, it's a total mess. Under your direction, to a large extent.*

*But you look at the Middle East, you started the Iran deal.*

После того, как Лестер Холт упомянул тот факт, что Дональд Трамп сам поддерживал войну в Ираке еще до вторжения туда американцев, кандидат в президенты стал отрицать это и ссылаться на авторитетные источники, которые могут это подтвердить:

*When I did an interview with Howard Stern, very lightly, first time anyone's asked me that, I said, very lightly, I don't know, maybe, who knows?...I then did an interview with Neil Cavuto....*

*I then spoke to Sean Hannity...he said you were totally against the war, because he was for the war...But they did an article which had me totally against the war in Iraq.*

Трампа также попросили объяснить, что он имел в виду в своем заявлении о том, что у Клинтон *не президентский вид*. В ответ на это Дональд Трамп прибегает к повтору слова *выдержка*, чтобы убедить слушателей, что он имел в виду только это, и ничего больше:

*She doesn't have the look. She doesn't have the stamina. I said she doesn't have the stamina. And I don't believe she does have the stamina. To be president of this country, you need tremendous stamina.*

В качестве самопрезентации Трамп использовал простые заявления без каких-либо веских доказательств:

*I have much better judgment than she does...I think my strongest asset, maybe by far, is my temperament. I have a winning temperament. I know how to win. She does not have it.*

В конце своего выступления, Дональд Трамп снова перешел на личность Хиллари, утверждая, что она тратит огромные суммы на негативную рекламу против него и ей следовало бы заниматься более важными вещами:

*She spent hundreds of millions of dollars on negative ads on me, many of which are absolutely untrue. They're untrue. And they're misrepresentations.*

Для Дональда Трампа, как бизнесмена, эти дебаты с присутствием лишь одного конкурента были первыми в его политической карьере, поэтому следовать оговоренному формату ему удавалось не всегда: он часто перебивал Хиллари Клинтон и перехватывал инициативу у ведущего.

Лексика Трампа проста и не заумна, ее с легкостью могут понять все слои населения. Трамп презентовал в качестве своей программы простые сообщения, состоящие из нескольких пунктов, то есть он много говорил «по факту». Он часто был экспрессивен, но и этот его стиль находил аудиторию, особенно в среде белых мужчин без образования, которые с воодушевлением реагировали на слова Трампа.

Лозунг Трампа *Make America Great Again* – это призыв к действию, достигнутый при помощи императивной конструкции и глагола *make* в повелительном наклонении. Он с легкостью преобразовывался в удобные аббревиатуры и хештеги *#MAGA*. Этим лозунгом, Трамп как бы утверждал, что сейчас Америка не велика, но он готов взять на себя ответственность и изменить это.

## **2.2. Использование средств речевой манипуляции Хиллари Клинтон в политическом телевизионном дискурсе**

Хиллари Клинтон была первой, кому Лестер Холт дал слово в первом сегменте *достижение процветания*. С самого начала ее речи мы можем наблюдать прием интимизации, который проявляется в неоднократном употреблении местоимения *мы*:

*The central question in this election is really what kind of country we want to be and what kind of future we'll build together.*

Данный прием используется для того, чтобы показать единство со слушателями и озабоченность тем, что происходит у простых людей. Хиллари хочет показать, что они не останутся один на один со своими проблемами.

Также, Хиллари использует прием самопрезентации, рассказывая о Дне Рождения своей правнучки и связывая это с тем, что будущее страны ей особенно небезразлично:

*Today is my granddaughter's second birthday, so I think about this a lot.*

Клинтон использует прием градации с расширяющимися эпитетами с целью уточнить и более красочно расписать к чему она хочет привести страну. Следует также отметить еще одну особенность использования этого приема. Зрители, услышав эпитеты с положительной эмоциональной окраской, теперь на подсознательном уровне будут ассоциировать Клинтон с экономическим ростом, хорошей работой и растущим заработком.

*...we need new jobs, good jobs, with rising incomes.*

*...we need to have strong growth, fair growth, sustained growth.*

Еще одним приемом речевого манипулирования, который использует Клинтон, служат параллельные конструкции в сочетании с приемом интимизации:

*I want us to invest in you. I want us to invest in your future.*

*We can deploy a half a billion more solar panels. We can have enough clean energy to power every home. We can build a new modern electric grid. That's a lot of jobs, that's a lot of new economic activity.*

*What I have proposed would cut regulations and streamline them for small businesses. What I have proposed would be paid for by raising taxes on the wealthy.*

Они используются с целью привлечения внимания к тому факту, что Хиллари хочет, и будет заботиться о будущем всех граждан, так как Клинтон такой же гражданин Соединенных Штатов и ей важны потребности каждого из них.

В своей речи Клинтон часто пытается дискредитировать Трампа и показать, что он не подходящая кандидатура на пост президента США. Для этого она переходит на личности:

*Donald was very fortunate in his life, and that's all to his benefit. He started his business with \$14 million, borrowed from his father, and he really believes that the more you help wealthy people, the better off we'll be and that everything will work out from there.*

Сразу после она использует тактику самопрезентации, показывая слушателям, что она не такая, как Трамп, ей все досталось тяжелым трудом и она больше понимает жителей Америки:

*I have a different experience. My father was a small-businessman. He worked really hard.*

Кандидат от Демократической партии довольно часто использует прием перехода на личности, касаясь одного вопроса. Это происходит для привлечения внимания к негативным сторонам Трампа и создания его негативного образа:

*When he had to turn...federal taxes...over to state authorities when he was trying to get a casino license, and they showed he didn't pay any federal income tax.*

*I've met dishwashers, painters, architects, glass installers, marble installers, drapery installers, like my dad was, who you refused to pay when they finished the work that you asked them to do.*

*And when we talk about your business, you've taken business bankruptcy six times.*

Для достижения этого же эффекта, Хиллари фамильярничает с Трампом, когда тот упрекает ее в отсутствии плана:

*In fact, I have written a book about it. It's called "Stronger Together." You can pick it up tomorrow at a bookstore.*

Когда Дональд Трамп снова упрекает Клинтон в том, что Правительство потратило 6 триллионов долларов на Ближний восток и



теперь не имеет денег на дороги и больницы, Хиллари Клинтон снова прибегает к фамильярности:

*And maybe because you haven't paid any federal income tax for a lot of years.*

После того, как миссис Клинтон сама обвинила Трампа в недобросовестной выплате заработной платы своим сотрудникам, она выразила облегчение, что ее отец не был в их числе. Таким образом, она показала, что понимает простых граждан, с которым так поступают работодатели:

*I can only say that I'm certainly relieved that my late father never did business with you.*

Обвиняя Дональда Трампа в том, что он не платит подоходный налог, она снова фамильярничает, тем самым акцентируя внимание зрителей на том, что Трамп скрывает эту информацию, а она делится ею со всеми, открывая людям глаза:

*Or maybe he doesn't want the American people, all of you watching tonight, to know that he's paid nothing in federal taxes.*

Хиллари Клинтон также использует прием самопрезентации в сочетании со ссылкой на неизвестный источник для того чтобы привлечь внимание слушателей к своему плану, который, по ее мнению, более удачлив:

*Independent experts have looked at what I've proposed and looked at what Donald's proposed, and basically they've said this, that if his tax plan...were to go into effect, we would lose 3.5 million jobs and maybe have another recession.*

*And people have looked at both of our plans, have concluded that mine would create 10 million jobs and yours would lose us 3.5 million jobs, and explode the debt which would have a recession.*

Хиллари применяет ограничители ментального размежевания *have said, have concluded* для того, чтобы ее слова звучали более убедительно. Повтор

*would lose 3.5 million jobs* акцентирует внимание на провальной, по мнению Клинтон, идее Трампа.

Не смотря на обвинения Трампа в бездействии на протяжении 30 лет, Клинтон приводит данные, которые опровергают его заявление и, тем самым, использует прием самопрезентации в сочетании с приемом повтора глагола *increased*:

*When I was secretary of state, we actually increased American exports globally 30 percent. We increased them to China 50 percent. So I know how to really work to get new jobs and to get exports that helped to create more new jobs.*

Для самопрезентации Хиллари Клинтон также использует риторические вопросы:

*When I was in the Senate, I had a number of trade deals that came before me, and I held them all to the same test. Will they create jobs in America? Will they raise incomes in America? And are they good for our national security?*

*But I think the question is, were he ever to get near the White House, what would be those conflicts? Who does he owe money to?*

Слова-аффективы *education, skills, future* используются кандидатом в президенты Хиллари Клинтон для того, чтобы не давать конкретных обещаний, но при этом обозначить, что она обеспокоена этими проблемами и будет ими заниматься:

*And so what I believe is the more we can do for the middle class, the more we can invest in you, your education, your skills, your future.*

Она дает комментарий к этому своему заявлению, но в нем она не берет ответственность за действия и поэтому использует императивную конструкцию:

*I think building the middle class, investing in the middle class, making college debt - free so more young people can get their education, helping people refinance their debt from college at a lower rate.*

Для того чтобы побудить зрителей голосовать за себя, Клинтон применяет императивную конструкцию:

*Let's be sure we have affordable child care and debt-free college.*

С одной стороны это заявление подразумевает, что Хиллари готова обеспечить доступный уход за детьми и колледж без долгов, но с другой стороны она не берет на себя прямую ответственность в случае неосуществления данного плана, так как тут нет ее прямого обещания.

Пытаясь дискредитировать Трампа и обвинить его в том, что он ищет выгоду лишь для себя и своего бизнеса, Клинтон называет его программу новым понятием *the Trump loophole*. Слово *loophole* переводится как *лазейка*, то есть, по мнению Клинтон, Трамп просто хочет получить выгоду для своего бизнеса хитрым способом, используя *лазейку Трампа*, то есть путем снижения налогов на торговлю:

*But when I look at what you have proposed, you have what is called now the Trump loophole, because it would so advantage you and the business you do. You've proposed an approach that has a 4 billion dollars tax benefit for your family.*

Вторую тему *направление развития Америки* Клинтон начала с привлечения внимания к проблеме расового различия в стране, для этого она использует повтор глагола *determines*:

*Race remains a significant challenge in our country. Unfortunately, race still determines too much, often determines where people live, determines what kind of education in their public schools they can get, and, yes, it determines how they're treated in the criminal justice system.*

Клинтон использует в своей речи слова-аффективы в сочетании с параллельными конструкциями и приемом интимизации, для привлечения внимания зрителей к ее предложениям по решению этой проблемы. Слова-аффективы помогают Хиллари обобщенно говорить о проблемах и выглядеть обеспокоенной ими, как и простой народ:

*We have to restore trust between communities and the police. We have to work to make sure that our police are using the best training, the best techniques,*

*that they're well prepared to use force only when necessary. Everyone should be respected by the law, and everyone should respect the law.*

*...we have to work with the police. We have to make sure they respect the communities and the communities respect them. And we have to tackle the plague of gun violence.*

Далее Клинтон применят прием самопрезентации, тем самым показывая, что ей можно доверять:

*And, in fact, violent crime is one-half of what it was in 1991. Property crime is down 40 percent. We just don't want to see it creep back up. We've had 25 years of very good cooperation.*

Этот же прием в сочетании приемом ссылки на авторитет и ограничителем ментального размежевания *admit*, демонстрируют слушателям, что Клинтон действительно в курсе этих проблем, так как встречалась с полицейскими:

*I've met with a group of very distinguished, experienced police chiefs a few weeks ago. They admit it's an issue.*

Клинтон прекрасно осознает, что безопасность – одна из важнейших потребностей человека и сложно поспорить, что это не так, поэтому в качестве самопрезентации она прибегает к приему риторического вопроса:

*Who disagrees with keeping neighborhoods safe?*

После того, как Трамп обвинил Клинтон в причастности к расследованию о месте рождения Барака Обамы, она пошла в наступление, переходя на личность Трампа:

*Donald just admitted, he knew he was going to stand on this debate stage, and Lester Holt was going to be asking us questions, so he tried to put the whole racist birther lie to bed.*

Клинтон заимствует новое слово *birther*, которое используется для обозначения человека, который верит в теорию о том, что Барак Обама не был рожден в США и, значит, не может быть президентом.

В конце обсуждения расовой проблемы, Клинтон не смогла удержаться от перехода на личность Трампа и обвинения его в расизме. Это было сделано для того, чтобы показать темнокожему населению Америки и всем людям, уважающим их, что Трамп не относится к чернокожим, как к равным:

*But, remember, Donald started his career back in 1973 being sued by the Justice Department for racial discrimination because he would not rent apartments in one of his developments to African-Americans, and he made sure that the people who worked for him understood that was the policy.*

В заключительном сегменте о безопасности Америки, Хиллари Клинтон, утверждая, что за всеми кибератаками в Америке стоит Россия, не говорит об истинном источнике информации, а лишь ссылается на свое собственное мнение:

*But increasingly, we are seeing cyber attacks coming from states, organs of states. The most recent and troubling of these has been Russia. There's no doubt now that Russia has used cyber attacks against all kinds of organizations in our country, and I am deeply concerned about this.*

Клинтон использует прием генерализации в сочетании с параллельными конструкциями, чтобы еще раз показать, что и эта проблема близка ей, как и всем американцам:

*And we are not going to sit idly by and permit state actors to go after our information, our private-sector information or our public-sector information.*

*And we're going to have to make it clear that we don't want to use the kinds of tools that we have. We don't want to engage in a different kind of warfare. But we will defend the citizens of this country.*

Не имея достоверных данных о хакерской атаке на базы данных США, но зная, что Трамп находится в хороших отношениях с Владимиром Путиным, Хиллари переводит внимание публики на другое заявление, теперь из известного источника, дискредитируя Трампа:

*...50 national security officials who served in Republican information – in administrations have said that Donald is unfit to be the commander- in-chief.*

Далее Клинтон очень часто переходит на личность Трампа по любому поводу. Когда был затронут вопрос Ближнего Востока, Клинтон объявила, что Трамп оскорблял мусульман, желая показать, что он не годится на роль президента страны:

*Donald has consistently insulted Muslims abroad, Muslims at home, when we need to be cooperating with Muslim nations and with the American Muslim community.*

С той же целью Клинтон привела пример беспечного высказывания Трампа о ядерном оружии:

*He has said repeatedly that he didn't care if other nations got nuclear weapons, Japan, South Korea, even Saudi Arabia.*

Также не обошла Клинтон стороной и активность Трампа в соцсетях, таких как Твиттер. Его твиты обсуждаются не только обычными людьми, но и многими средствами массовой информации:

*So a man who can be provoked by a tweet should not have his fingers anywhere near the nuclear codes, as far as I think anyone with any sense about this should be concerned.*

Хиллари Клинтон не избежала и фамильярности, говоря о плане Трампа, который он не хочет раскрывать:

*He says it's a secret plan, but the only secret is that he has no plan.*

В ответ на заявление Трампа, о том, что у нее нет выдержки, Клинтон припомнила ему его заявление о женщинах:

*He tried to switch from looks to stamina. But this is a man who has called women pigs, slobs and dogs, and someone who has said pregnancy is an inconvenience to employers, who has said women don't deserve equal pay unless they do as good a job as men.*

Также Хиллари упомянула женщину на конкурсе красоты, которую Трамп назвал *Miss Piggy* и *Miss Housekeeping* потому что она была латиноамериканского происхождения.

В качестве самопрезентации миссис Клинтон приводила реальные данные из своего опыта:

*I was involved in a number of efforts to take out Al Qaida leadership when I was secretary of state, including, of course, taking out bin Laden.*

*When I became secretary of state, Iran was weeks away from having enough nuclear material to form a bomb... And we had sanctioned them. I voted for every sanction against Iran when I was in the Senate.*

При помощи самопрезентации Клинтон парировала Трампу в его заявлении, что ей не хватает выдержки, чем вызвала аплодисменты в зале:

*As soon as he travels to 112 countries and negotiates a peace deal, a cease-fire, a release of dissidents, an opening of new opportunities in nations around the world, or even spends 11 hours testifying in front of a congressional committee, he can talk to me about stamina.*

Стиль изложения мысли Клинтон довольно сложный, она использует множество терминов, не совсем понятных простому народу, а также книжную и научную лексику. Во время дебатов она часто прибегала к помощи своих записей, порой даже цитировала их, была сдержана и делала упор на данные и сухой аналитический подход, но при этом выглядела не совсем естественно.

Слоган Хиллари Клинтон *Stronger Together* включает в себя очень широкий круг предметов и явлений, но он не был призывом к действию. Можно сказать, что для этого лозунга был применен прием генерализации, так как подразумевается опущение местоимения *мы*. Также необходимо отметить, что лозунг *Вместе сильнее* мог быть ответом на заявление Трампа о том, что он исправит все в одиночку. Клинтон тут же начала противопоставлять этому заявлению свой командный дух и утверждать, что американцы говорят не я, а мы все исправим вместе.

Главная цель Клинтон состоит в том, чтобы показать огромной аудитории, что Трамп из-за своего темперамента просто не справится с

работой на посту президента США, и она может выбить его из колеи, однако просто ловить его на лжи для этого недостаточно.

## **Выводы по ГЛАВЕ II**

В результате исследования речевых средств манипулирования, используемых Дональдом Трампом и Хиллари Клинтон в политическом телевизионном дискурсе, было установлено, что их целью является представление себя в более выгодном свете и дискредитация своего оппонента.

Для достижения этих целей они использовали различные средства речевой манипуляции, например Дональд Трамп чаще всего прибегал к таким лексическим приемам, как прием самопрезентации, мультипликации, ссылки на авторитет и переход на личность. Среди грамматических приемов наиболее популярными у Трампа являются использование пассивных конструкций, риторических вопросов, повторов и параллельных конструкций. На фонетическом уровне Трамп часто использовал паузы и интонационное ударение. Трамп сначала создавал ощущение угрозы или страха при помощи эмоционально окрашенных слов, а затем предлагал решение проблемы. Он старался быть понятым всеми слоями населения, поэтому им использовался разговорный стиль, а его речь отличалась простотой.

Среди популярных приемов речевого манипулирования, используемых Хиллари Клинтон такие лексические приемы, как прием генерализации (интимизации), ссылки на неизвестный источник, создание и заимствование новых слов, использование слов аффективов и переход на личность чаще своего оппонента. Также, Клинтон использовала повторы, императивные и параллельные конструкции среди грамматических приемов. В своей речи она



часто использовала книжную и научную лексику, в отличие от своего противника Дональда Трампа.

Лозунги кандидатов в президенты также были рассмотрены в нашей исследовательской работе, из чего были сделаны выводы, что лозунг Дональда Трампа *Make America Great Again* содержит в себе призыв к изменениям и восстановлению славы Америки, чего очень хотели американцы. Лозунг Хиллари Клинтон *Stronger Together* направлен на объединение американцев. Большая же часть избирателей была заинтересована не в объединении, а в наказании тех, кто привел страну к такому состоянию, и чтобы этого не повторилось, им были нужны изменения, которые и предлагал Дональд Трамп.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Речевое воздействие представляет собой сложный психолингвистический процесс, так как объединяет в себе психологические и лингвистические аспекты. Разновидностью речевого воздействия является речевое манипулирование, которое отличается по нескольким основным признакам. Речевое манипулирование, в отличие от речевого воздействия является скрытым и подразумевает стремление подчинить адресата своей воле, навязать свою точку зрения, изменить его взгляды на что-либо, ввести в заблуждение. У адресата, в свою очередь, создается иллюзия самостоятельного принятия решения, то есть адресат не осознает оказываемого на него воздействия.

Речевое манипулирование можно встретить практически во всех сферах коммуникативной деятельности человека, так как манипулирование всегда подразумевает наличие как минимум двух действующих лиц – адресата и адресанта. Мы видим его в политике, рекламе, психотерапии, обучении. В условиях массовой коммуникации важнейшим инструментом воздействия на людей являются средства массовой информации, так как при помощи них регулируется и изменяется мнение и поведение людей. Особо значима роль телевидения, как главного источника информации и любимого способа отдохнуть и отвлечься от всего после тяжелого рабочего дня.

Данные, которые передают СМИ, часто бывают недостоверными и неполными, что позволяет создать то представление о действительности, которое необходимо телеканалу. В связи с огромным потоком информации, который телевидение выдает телезрителю, он редко пытается разобраться в сути дела, а лишь просто поглощает ее. Поэтому эффективность речевой манипуляции достигается не только с помощью умения искусно использовать ресурсы языка, но и благодаря отсутствию защитной реакции у адресата.

Не смотря на то, что манипулятивные возможности языка все чаще становятся объектом лингвистических исследований, основные сложности изучения феномена речевого манипулирования информацией в СМИ сохраняются до сих пор. Они обусловлены междисциплинарным характером предмета исследования, смешением различных способов воздействия в речевых практиках и отсутствием в лингвистике общепринятой классификации средств речевого общения и единого понятийного аппарата.

В нашем исследовании систематизированы языковые средства манипулирования политиков на материале теледебатов на американском телевидении. Нами были выделены грамматический, лексический и фонетический уровни употребления средств речевой манипуляции в политическом дискурсе.

Каждый политик, употребляя тот или иной прием речевого воздействия, преследует свои личные цели, которые мы и попытались выяснить в практической части нашего исследования.

Наиболее частотными на грамматическом уровне оказались повторы, параллельные конструкции и риторические вопросы. Самые популярные средства на лексическом уровне – это слова аффективы, ссылки на авторитетные или же неизвестные источники, а также приемы интимизации, самопрезентации и перехода на личности. Среди фонетических приемов манипуляции, часто используемых политиками, можно выделить интонацию и паузы.

Полученные результаты раскрывают механизм функционирования и степень воздействия языковых средств манипуляции информацией в телевизионном дискурсе. Однако изучение речевой манипуляции не исчерпывается нашим исследованием, так как эта область лингвистики постоянно обновляется и усложняется, поэтому существует множество перспективных направлений будущих исследований.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Аристотель. Риторика. – Эксмо-Пресс, 2015. – 256 с.
2. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык (учебник для вузов): 4-е изд., испр. и доп., науч. ред. Бухаркин П.Е. – М.: Изд-во «Флинта», 2002. – 384 с.
3. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство 1986. – 445 с.
4. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия: Переводы. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88-125.
5. Быкова О.Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ // Речевое общение. – Красноярск.: Изд-во Красноярск, гос. ун-та, 2000. – С. 42-53.
6. Быкова О.Н. Языковое манипулирование. – Красноярск.: Изд-во Красноярск, гос. ун-та, 1999. – С. 99-103.
7. Волошинов В.Н. Слово в жизни и слово в поэзии. К вопросам социологической поэтики. – Звезда, 1926, №6 – С. 244-267.
8. Данилов С.Ю. О канонах внутрижанровой интеракции // Жанры речи. – Сб. науч. ст. Саратов, 2002. – С. 218-219.
9. Де Соссюр Ф. Курс общей лингвистики. Екатеринбург.: Изд-во Урал. ун-та, 1999. – 432 с.
10. Денисюк Е.В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно–прагматический аспект. – Екатеринбург.: Изд-во Уральского гос. ун-та им. А.М Горького, 2003. – 200 с.
11. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо, 1997. – 344 с.
12. Желтухина М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: автореф. дис ... доктора филол. наук: – М., 2004. – 358 с.

13. Завьялова, О.Н. Речевое (языковое) манипулирование / О.Н. Завьялова//Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник/под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. – М.: Флинта: Наука, 2007. – С. 566-570.
14. Иссерс О.С. Речевое воздействие: Учебное пособие. – М.: Флинта, 2009. – 224 с.
15. Иссерс О.С. Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу. – Вестник Омского университета, 1996. №1. – С.71-74.
16. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. – М.: Изд-во ЭКСМО Пресс, 2001. – 832с.
17. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград.: Перемена, 2002. – 477 с.
18. Копнина Г.А. Речевое манипулирование. – 4 изд. Испр. – М.: ФЛИНТА, 2012. – 170 с.
19. Кошанский Н.Ф. Общая риторика. – М.: Русская панорама, 2013. – 319 с.
20. Ларина Е.Г. Телевизионный дискурс и его жанровое разнообразие. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/televizionnyy-diskurs-i-ego-zhanrovoye-raznobrazie> (дата обращения: 15.04.2018).
21. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. – М.: Смысл, 1997. – 287 с.
22. Леонтьев А.А. Основы теории речевой деятельности. – М.: Наука, 1974. – 368 с.
23. Ломоносов М.В. Краткое руководство к красноречию Полн. собр. соч. Т.7. – М.: Л., Изд-во Академии наук СССР, 1952. – 240 с.
24. Панкратов В.Н. Психотехнология управления людьми: Практическое руководство. – М.: Изд-во Института Психотерапии, 2000. – 294 с.

25. Паршин П.Б. Речевое воздействие: основные формы и разновидности // Рекламный текст: Семиотика и лингвистика. – М.: Изд. дом Гребенникова, 2000. – 270 с.
26. Романова Е.С., Гребенников Л.Г. Механизмы психологической защиты: генезис, функционирование, диагностика. – М.: Талант, 1996. – 144 с.
27. Седов К.Ф. Общая психолингвистика. – М.: Лабиринт, 2004. – 304 с.
28. Серль Д. Косвенные речевые акты. – М.: Прогресс, 1986. – 230 с.
29. Сопер П. Основы искусства речи. – М.: Феникс, 2005. – 448 с.
30. Стернин И.А. Основы речевого воздействия. – Воронеж.: Истоки, 2012. – 178 с.
31. Стернин И.А. Практическая риторика. – Воронеж.: Истоки, 2012. – 169 с.
32. Сунь Цзы Искусство Войны. – М.: София, 2013. – 192 с.
33. Цуладзе А.М. Политические манипуляции или покорение толпы. – М.: Книжный дом «Университет», 1999. – 144 с.
34. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса – М.: Волгоград.: Перемена, 2000. – 367 с.
35. Шейнов В.П. Скрытое управление человеком. – Харвест, 2006. – 431 с.
36. Шелестюк Е.В. Способы, типы, приемы и инструменты речевого воздействия. – Пятигорск.: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2006. – 286 с.
37. Шидо К.В. Рекламный слоган как особый жанр английских рекламных текстов: дис ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Саратов, 2002. – 241 с.
38. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М.: Мысль, 1980. – 326 с.
39. Якушев А.В. Философия (конспект лекций). – М.: Приор-издат, 2004. – 224 с.

40. Abrams, G.M. Persuasion in psychotherapy / G.M. Abrams. – American Journal of Psychiatry, 1968. – №124 (9). – P.1212-1219.
41. Allwood, J. Logic and spoken interaction / J. Allwood // Reasoning and discourse processes. – T. Myers, K.M.B. Brown eds. L. etc.: Acad. Press, 1986. – P. 67-91.
42. Bruthiaux P. The Discourse of Classified Advertising Oxford. – New York.: Oxford University Press, 1996. – 208 p.
43. Carnegie D. Public Speaking and Influencing Men in Business. – Kessinger Publishing, 2003. – 326 p.
44. Carnegie Dale, Carnegie Dorothy. The Quick and Easy Way to Effective Speaking. – Reissue Simon & Schuster, 1990. – 224 p.
45. Crystal D. English as a Global Language. – Cambridge.: Cambridge University Press, 2003. – 212 p.
46. Dyer G. Advertising as Communication. – London and New York.: Methuen, 1982. – 254 p.
47. Geis M.L. The Language of Television Advertising. – New York.: Academic Press, 1982. – 257 p.
48. Stiff J.B., Mongeau P.A. Persuasive Communication. – New York.: The Guilford Press, 2003. – 383 p.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ**

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 2-е, стереотипное. – М.: Эдиториал УРСС, 2004. – 576 с.
2. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общ. ред. Кубряковой Е.С. – М.: Филологический факультет МГУ им М.В. Ломоносова, 1996. – 242 с.

3. Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. Ярцева В.И. – М.: Научное изд-во «Большая российская энциклопедия», 2002. – 507 с.
4. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ozhegov.org/> (дата обращения: 20.04.2018).
5. Семенов А.В. Этимологический словарь русского языка. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text15/001.htm> (дата обращения: 28.04.2018).
6. Словарь общеупотребительной терминологии английского языка делового общения / Dictionary of general business English terminology: словарь / Назарова Т.Б.; Ред. Крупнов В.Н. – М.: Астрель: АСТ, 2002. – 128 с.
7. Longman Business English Dictionary. – Pearson ESL, 2000. – 533 p.

#### **СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА**

1. English sub The first U.S presidential debate Donal Trump vs Hillary Clinton. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=6LJdZTv6S78> (дата обращения: 10.05.2018)