

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК
_____ О.В. Магировская
« ____ » _____ 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ В РЕЧЕВОМ
ПОВЕДЕНИИ АМЕРИКАНСКИХ ПОЛИТИКОВ

Выпускник	В.А. Ольшевская
Научный руководитель	канд. филол. наук, доц. каф. ИЯГН Н.В. Немчинова
Нормоконтролер	А.В. Тарасенко

Красноярск 2018

РЕФЕРАТ

Тема бакалаврской работы – «Стратегии и тактики манипулирования в речевом поведении американских политиков». Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 73 страниц, включает в себя 3 приложения, список использованной литературы, состоящий из 67 источников, из которых 19 на иностранном языке.

Ключевые слова: МАНИПУЛИРОВАНИЕ, СТРАТЕГИИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ, ТАКТИКИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ, ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ, НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА, РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ.

Цель: выявление и изучение основных стратегий и тактик манипулирования, используемые в речевом поведении американских политиков в устных жанрах политической коммуникации.

Задачи: 1) Изучение литературы по проблеме исследования. 2) Определение манипулирования и речевого поведения в политической коммуникации. 3) Описание жанрового пространства политической коммуникации. 4) Выявление стратегий и тактик манипулирования в речевом поведении американских политиков, выявление целей их использования. 5) Выявление целей использования стратегий и тактик речевого манипулирования человеческим сознанием в политической коммуникации. 6) Выявление основных вербальных и невербальных средств, которые используются при реализации стратегий и тактик манипулирования в речевом поведении американских политиков.

Актуальность обусловлена 1) необходимостью накопления и систематизации данных о способах, методах и приёмах манипулятивного воздействия на общественное сознание, что может служить как поддержанию социальной и политической стабильности общества, так и формированию в обществе критического восприятия текстов, реализуемых политиками, журналистами и политтехнологами; 2) важностью проведения сопоставительных исследований, способных выявить и описать универсальное и национально специфичное в ментальных картинах политического мира американского.

Основные выводы и результаты исследования:

1. В зависимости от жанра анализируемого материала (дебаты, публичные выступления) в речевом поведении политиков используются различные стратегии манипулирования.

2. Существует три основных цели использования стратегий и тактик манипулирования: 1) дискредитация оппонента, 2) сближение с аудиторией, 3) возвышение собственных достоинств.

3. Для реализации стратегий и тактик манипулирования в основной массе используются: дейктики, эвфемизмы и дисфемизмы.

4. В речевом поведении политиков постоянно употребляются как вербальные, так и невербальные способы манипулирование, что отличает данное речевое поведение от других разновидностей.

5. Выделение тех или иных стратегий манипулирования тесно связано с языком, на котором представлен материал для анализа. У всякого языка есть определенные способы реализации тех или иных стратегий и тактик.

Перспективы дальнейшего исследования: 1. углубленное исследование выявленных стратегий и тактик манипулирования; 2. расширенное изучение стратегий и тактик манипулирования как способов реализации определенного воздействия.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. МАНИПУЛИРОВАНИЕ В РЕЧЕВОМ ПОВЕДЕНИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ	8
1.1. Манипулирование как основной вид взаимодействия в речевом поведении политиков.....	8
1.1.1. Понятие речевого поведения.....	8
1.1.2. Роль манипулирования в речевом поведении политиков.....	11
1.1.3. Стратегии и тактики манипулирования в речевом поведении политиков.....	15
1.2. Понятие политической коммуникации в современной лингвистике	24
1.2.1. Особенности коммуникации в политической сфере.....	24
1.2.2. Жанровые особенности политической коммуникации.....	27
1.3. Вербальные и невербальные средства как инструмент реализации стратегий и тактик манипулятивного речевого воздействия в речевом поведении политиков.....	31
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	39
ГЛАВА 2. КОМПЛЕКС СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК МАНИПУЛИРОВАНИЯ В РЕЧЕВОМ ПОВЕДЕНИИ АМЕРИКАНСКИХ ПОЛИТИКОВ	41
2.1. Стратегия дискредитации оппонента.....	41
2.2. Стратегия положительного описания	47
2.3. Стратегия взаимодействия с аудиторией.....	53
2.4. Вербальные и невербальные средства, используемые для выражения стратегий и тактик манипуляции в речевом поведении американских политиков.....	56
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2	61
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	63
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	65
ПРИЛОЖЕНИЕ А	71

ПРИЛОЖЕНИЕ Б	72
ПРИЛОЖЕНИЕ В	73

ВВЕДЕНИЕ

Исследование тактик и стратегий манипуляции в политическом дискурсе представляет особый интерес, так как политика является важной частью в жизни современного общества. В данной выпускной квалификационной работе исследуются и выявляются стратегии и тактики манипулирования в речевом поведении американских политиков, а также их реализация посредством вербальных и невербальных средств языка.

Актуальность обусловлена 1) необходимостью накопления и систематизации данных о способах, методах и приёмах манипулятивного воздействия на общественное сознание, что может служить как поддержанию социальной и политической стабильности общества, так и формированию в обществе критического восприятия текстов, реализуемых политиками, журналистами и политтехнологами; 2) важностью проведения сопоставительных исследований, способных выявить и описать универсальное и национально специфичное в ментальных картинах политического мира американского.

Степень разработанности проблемы. Многие отечественные и зарубежные авторы исследуют стратегии и тактики манипулирования А.Л. Вусик; В.И. Карасик; О.С. Иссерс; С.Г. Кара-Мурза; И.А. Стернин, и др. Вышеперечисленные авторы работали над составлением перечня основных стратегий и тактик манипулирования в речевом поведении, однако они не работали с выявлением стратегий и тактик манипулирования в политической коммуникации и в речевом поведении.

Существует и ряд зарубежных авторов, которые исследовали данную проблему: Д. Таннен, Д. Кристал, Т.А. Ван Дейк и др. Однако все вышеперечисленные авторы не выявляли свои стратегии и тактики в рамках термина речевое поведение и не связывали манипулирование с жанрами политической коммуникации.

Цель работы: выявление и изучение основных стратегий и тактик манипулирования, используемые в речевом поведении американских политиков в различных жанрах политической коммуникации.

В нашей работе также существует ряд определенных задач, которые нам предстоит выполнить, чтобы осуществить исследование.

Задачи исследования:

1. Изучение литературы по проблеме исследования.
2. Определение манипулирования и речевого поведения в политической коммуникации.
3. Описание жанрового пространства политической коммуникации.
4. Выявление стратегий и тактик манипулирования в речевом поведении американских политиков, выявление целей их использования.
5. Выявление целей использования стратегий и тактик речевого манипулирования человеческим сознанием в политической коммуникации. Выявление основных вербальных и невербальных средств, которые используются при реализации стратегий и тактик манипулирования в речевом поведении американских политиков.

Объектом исследования является речевое поведение американских политиков.

Предметом исследования мы будем считать тактики и стратегии манипулирования в речевом поведении американских политиков.

Материалом для исследования послужили 40 видеозаписей различных выступлений американских политиков протяженностью 1,5-2 часа.

В нашей работе будут использоваться **методы** сравнительного семантического анализа, сопоставления, обобщения и интерпретации изученных данных.

Теоретической базой исследования послужили теоретические, научно методические, учебно-методические и научно-популярные произведения зарубежных и русскоязычных авторов второй половины XX столетия – начала XXI века, посвященные рассмотрению проблем устной коммуникации: работы Т.А. Ван Дейка, А.Е. Супруна, И.А. Стернина, О.С. Иссерс и С.И. Беглова, Д. Вилсона, К. Кенжеккановой и других ученых. Исследования приведенных авторов интересны с точки зрения накопления сведений об особенностях политической коммуникации. В представленных работах присутствуют теоретические основы исследования и вероятные стратегии, и тактики манипулирования. Интересно, что все перечисленные авторы имеют свои классификации стратегий и тактик манипулирования, свои определения речевого поведения и политической коммуникации, поэтому наше исследование будет являться разносторонним.

Основными методами исследования являются: метод анализа теоретической литературы, метод сплошной выборки, метод лингвосемантического анализа и обобщения результатов, описательный метод, типологический метод и переводческий комментарий.

В первой главе работы мы рассмотрим речевое поведение, а также его особенности, связанные с политической сферой. Необходимо будет и рассмотреть особенности политической коммуникации, чтобы получить наиболее полное представление о изучаемой проблеме. Также необходимо рассмотреть стратегии и тактики манипулирования, а также способы их реализации посредством вербальных и невербальных средств. Помимо этого, мы приведем сравнительную характеристику основных устных жанров в политической коммуникации, таких как: теледебаты, инаугурационные речи и др.

Во второй главе мы рассмотрим вербальные и невербальные средства, которыми выражены стратегии и тактики манипулирования в речевом поведении американских политиков, а также проанализируем примеры использования различных стратегий и тактик манипулирования в зависимости от жанра политического выступления.

В заключении обобщаются все результаты проведенного исследования и намечаются перспективы дальнейших исследований в данной области.

Апробация результатов работы и его основные положения были представлены на международной научно-практической конференции молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» (г. Красноярск, апрель 2018 г.)

ГЛАВА 1. МАНИПУЛИРОВАНИЕ В РЕЧЕВОМ ПОВЕДЕНИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ

1.1. Манипулирование как основной вид взаимодействия в речевом поведении политиков

1.1.1. Понятие речевого поведения

С появлением антропоцентрической парадигмы в лингвистике появляются и первые исследования речевого поведения. Первоначально речевое поведение исследовалось в рамках лингвострановедения, однако в дальнейшем речевое поведение стало исследоваться в рамках различных групп (гендерных, социальных и др.) впоследствии термин «речевое поведение» как термин стало принадлежать к социолингвистике.

На настоящий момент понятие «речевое поведение» имеет множество определений в науке, например:

И.А. Зимняя понимает речевое поведение как специфическую и неотъемлемую часть поведения в целом как сложной системы поступков, действий, движений. Речевое поведение – это форма социального бытия человека, в нем проявляется вся совокупность речевых действий и речевой деятельности человека [Зимняя, 2001].

В.И. Супрун предлагает рассматривать речевое поведение как весь комплекс отношений, включенных в коммуникативный акт, то есть вербальную и невербальную информацию, паралингвистические факторы, а также место время речевого акта, обстановку, в которых этот факт происходит. Следовательно, речевое поведение – это речевые поступки индивидуумов в типовых ситуациях, отражающих специфику языкового сознания данного социума [Супрун, 1996].

В.И. Карасик считает, что речевое поведение – это осознанная и неосознанная система поступков, раскрывающих характер и образ жизни

человека [Карасик, 2004].

Г.О. Винокур рассматривает речевое поведение как не определенное поведения вообще, а как образ человека, состоящий из способов использования им языка применительно к реальным обстоятельствам его жизни. ... Каждое использование языка — это своего рода поведение, которое имеет место в определенном социальном контексте и требует подчинения другим, а не только правилам, относящимся к компетенции языка и так далее [Винокур, 1993].

Необходимо отметить, что несмотря на незначительные различия формулировок в предлагаемых определениях, все ученые склоняются к тому, что речевое поведение – это образ употребления языка в той или иной коммуникативной ситуации в совокупности с паралингвистическими факторами. Поэтому в данной работе мы будем использовать термин «речевое поведение» со значением, которое было предложено В.И. Супруном.

Однако помимо термина «речевое поведение» в трудах отечественных ученых часто используется термин «коммуникативное поведение». Термин «коммуникативное поведение» впервые в лингвистике ввел И.А. Стернин. Итак, он предложил рассматривать коммуникативное поведение как совокупность реализуемых в коммуникации правил и традиций общения той или иной лингвокультурной общности или поведение (вербальное и сопровождающее его невербальное) личности или группы лиц в процессе общения, регулируемое нормами и традициями общения данного социума. Однако стоит отметить, что данный термин представляет симбиоз определений «коммуникативного поведения», введенных И.А. Стерниным и Ю.Е. Прохоровым [Стернин, 1989; Прохоров, 2006].

Термин коммуникативное поведение используют многие ученые, однако не все научные деятели вкладывают в данный термин один и тот же

смысл, так например, В.В. Соколова считает, что коммуникативное поведение – это совокупность правил и традиций общения, связанных с тематикой и особенностями организации речевого общения в определенных условиях. Она считает, что важными составляющими коммуникативного поведения являются:

1. речевые этикетные формулы и ситуации их употребления;
2. принятые в определенных ситуациях темы общения;
3. продолжительность общения;
4. соблюдение временных рамок коммуникации;
5. интервалы общения различных групп людей;
6. частота общения определенных групп людей;
7. приоритеты общения различных коммуникативных групп и. т.п.

[Соколова, 1995].

Несмотря на схожесть представленных определений между ними существует существенная разница, это отмечают и Ю.С. Прохоров с И.А. Стерниным, которые говорят о том, что речевое поведение – синоним термина коммуникативное поведение. Оба термина описывают одинаковые элементы: общение народа, группы людей, личности, наложенное на определенную систему правил. При этом термин коммуникативное поведение они представляют более удачным, так как он делает акцент на коммуникативном аспекте общения, связанном с более широким набором факторов, в том числе нормами и правилами общения [Стернин, 1989; Прохоров, 2006].

Однако в нашей работе мы отдаем предпочтение термину «речевое поведение». Во-первых, потому что речевое поведение соотносится с термином общение, а не с термином коммуникация (Общение – специфический акт поведения; Коммуникация – делаем общим, связываю, общаюсь) [Стернин, 2001].

Во-первых, потому что в термине «речевое поведение» присутствует важный для нашей работы элемент – «речевой», что является равным слову речь. Данный факт указывает на то, что в рассматриваемом материале мы будем акцентировать внимание на общение людей посредством речевых (языковых) средств.

Во-вторых, потому что, термин «речевое поведение» включает в свой состав атрибутивный терминологический элемент «речевой», производный от существительного «речь» и указывающий, что общение между людьми осуществляется прежде всего при помощи речевых (языковых) средств [Винокур, 1993].

Итак, в данном разделе мы рассмотрели два термина речевое и коммуникативное поведение. Также мы сделали вывод, что в дальнейшем мы будем употреблять только термин: «речевое поведение» несмотря на то, что два представленных термина синонимичны. В последующем разделе наиболее целесообразно будет рассмотреть особенности речевого поведения в политической сфере, чтобы в дальнейшем исходя из особенностей речевого поведения политиков проводить свое исследование по данной теме.

1.1.2. Роль манипулирования в речевом поведении политиков

Манипулирование является неотъемлемой частью жизненного пути любого современного человека, и в особенности, политика. Каждый второй человек манипулирует окружающими в своих целях. Нельзя не сказать об основных двух составляющих успешной манипуляции: сокрытие факта воздействия, сокрытие намерения манипулятора.

Данный раздел мы начнём с определения манипулирования в психологии так как лингвистика, а в последствие и психолингвистика заимствовала термин манипулирования из этой науки.

Например, Е.Л. Доценко в своих многочисленных работах определяет манипулирование как «психологическое воздействие, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» [Доценко, 1997]. Интересно отметить, что все определения манипулирования в психологии, так или иначе перекликаются с определением Е.Л. Доценко, соответственно нецелесообразно приводить другие определения манипулирования в психологии.

В лингвистике достаточно четкое определение манипулированию дал И.А. Стернин, он определил манипулирование, как: «воздействие на человека с целью побудить его сделать что-либо (сообщить информацию, совершить поступок, изменить свое поведение) неосознанно или вопреки его собственному желанию, мнению, намерению» [Стернин, 2001]. Мы возьмем в качестве основы нашего исследования его определение манипуляции.

Изучением феномена манипулирования занимается не только лингвистика и психология, но и ряд смежных наук: социология, политология и др. Среди научных деятелей, активно занимавшихся феноменом манипулирования можно выделить С.И. Беглова, А.И. Власова, Б.Н. Бессонова и др. На основе работ этих ученых можно выделить несколько главных характеристик манипулятивного воздействия:

1. объект манипулирования не осознает, что на него осуществляют воздействие;
2. воздействие осуществляется не только на сферу сознательного разума, но и на сферу бессознательного (инстинкты, эмоции);
3. управление отношением объекта манипуляции к предметам и явлениям окружающего мира в нужном для того, кто манипулирует русле;

4. достижение манипулятором своих тайных, зачастую корыстных целей, за счет объекта манипуляции [Беглов, 1993; Берн, 1992; Бессонов, 1971; Власов, 1982].

На протяжении веков в деловой коммуникации происходило интенсивное развитие различных аспектов общения, среди которых очень важное место занимает манипулирование. Существует множество методов и инструментов, которыми может пользоваться манипулирующий человек.

Однако мы можем условно разделить их на три группы:

1. организационно-процедурные;
2. психологические;
3. логические.

Организационно-процедурные в первую очередь ориентированы на срыв обсуждения или на умышленное столкновение полярных взглядов тех, кто задействован в коммуникации. Основная цель, преследуемая в данном случае – это сведение обсуждения к неприемлемому для участвующих в дискуссии варианту развития событий. Обычно эти инструменты практикуются организаторами переговорного процесса.

Психологические инструменты манипулирования ориентированы на психологическое и эмоциональное состояние человека. Используются приемы, которые вызывают у человека состояние радости, стыда агрессии и др.

Третья группа инструментов – логические инструменты воздействуют на законы и правила формальной логики. Они либо сознательно нарушают их, либо используют их в своих интересах, учитывая низкий уровень знаний участника дискуссии по этому вопросу.

Однако, несмотря на наличие множества классификаций, связанных с манипулированием, изучение манипуляций вызывает затруднения. Существует несколько причин, по которым возникают проблемы при

изучении различных манипуляций. К таким причинам относят: невозможность разгадать истинные цели манипулятора, невозможность отслеживания речевого поведения манипулятора и оценки ходов манипуляции, так полностью оценить ситуацию способен лишь тот, кто хорошо ориентируется в психологии манипулируемого и исследуемой ситуации [Блакар, 1987].

Подводя итог, можно отметить, что манипулирование является скрытым воздействием, а одна из основных задач данного исследования – это рассмотрение манипуляций под призмой языка. То есть рассмотрение манипуляции в ее речевом воплощении. Именно поэтому в первом разделе работы мы выбрали термин речевое поведение, а не термин коммуникативное поведение. Также для нашей работы важно отметить, что стратегии манипуляции, также, как и тактики способны проявляться посредством использования языковых средств. Поэтому, речевым воздействием будет являться воздействие на индивидуальное/коллективное сознание и поведение, которое осуществляется посредством использования различных речевых средств – другими словами с помощью сообщений на естественном языке [Chilton, 2008]. Следовательно, для реализации речевого воздействия необходимо использовать особенности устройства языка и особенности его функционирования.

Особенный интерес представляет наблюдение за манипулированием в речевом поведении политиков, так как манипуляции являются его неотъемлемой частью. Многие политики настоящего и прошлого активно пользуются стратегиями и тактиками манипулирования, например А. Гитлер разработал целую теорию об эффективности политического воздействия, которая до сих пор частично применяется для манипуляции массовым сознанием.

В эту теорию входят следующие рекомендации для успешного ведения пропаганды:

1. избегание абстрактных идей и взывание к эмоциям;
2. повторение нескольких идей, использование стереотипных фраз;
3. освещение только одной стороны аргумента;
4. постоянная критика врагов государства;
5. выделение одного врага для персонального поношения.

Подобных рекомендаций по манипуляциям существует много, особенно в рамках политической коммуникации, что свидетельствует об актуальности проблемы выделения основных стратегий и тактик в речевом поведении американских политиков. Однако в рамках нашей работы нам необходимо не только ознакомиться с феноменом манипулирования, но и ознакомиться и с жанрами устной политической коммуникации, чтобы впоследствии употреблять элементы жанровой классификации в анализе фрагментов видеозаписей.

1.1.3. Стратегии и тактики манипулирования в речевом поведении политиков

На сегодняшний день многие исследователи выделяют стратегии и тактики манипулирования. За период исследования манипуляции в речевом поведении, ученые пришли к выводу, что манипуляция сама по себе, является макростратегией, которая включает в себя ряд дочерних стратегий, которые, в свою очередь, делятся на тактики.

Однако прежде, чем говорить о стратегиях и тактиках стоит дать им определения. Большинство ученых склоняются к тому, что стратегия представляет формулировку целей, концепций, правил, процедур и моделей достижения целей.

Тогда как тактику ученые определяют как способ реализации той или иной коммуникативной стратегии, некоторые из них как Оксана Сергеевна Иссерс выделяет отдельное понятие «коммуникативный ход» [Иссерс, 2009].

По О.С. Иссерс «речевая стратегия представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Там же].

Также, исходя из трудов, О.С. Иссерс можно выделить типологию речевых стратегий, на разных основаниях, определяющих типы речевых стратегий.

Обычно стратегии реализуются посредством частных стратегий (стратегия дискредитации: угрозы, обвинения, оскорбления).

С данной точки зрения можно выделить основные и вспомогательные стратегии. Основными стратегиями считаются те стратегии, которые в конкретной ситуации будут являться более значимыми для достижения коммуникативной цели (стратегии, связанные с воздействием на адресата). Вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалога [Иссерс, 2008].

К основным стратегиям относятся когнитивные и семантические стратегии, в которые включены подчинение и дискредитация. К вспомогательным стратегиям относят прагматические, диалоговые и риторические.

За прагматическими стратегиями скрываются построение имиджа и формирование эмоционального настроения. Диалоговые включают в себя контроль над темой и инициативой. Тогда как риторические включают в себя привлечение внимания и драматизацию, соответственно и использование различных риторических приемов.

Помимо стратегий О.С. Иссерс выделяет группу речевых тактик. «В качестве реализации той или иной тактики выступают коммуникативные

(речевые) ходы» [Там же]. В своем труде О.С. Иссерс ссылается на Ван Дейка, который дает следующее определение коммуникативного хода: «коммуникативный ход – это функциональная единица последовательности действий, которая способствует решению, поставленной задачи под контролем стратегии» [Там же]. В качестве таких ходов могут выступать разъяснения, поправки, уступки и др.

В это время семантический тип стратегий может включать в себя тактики уговаривания: уговоры, просьбы, убеждения. При использовании именно этих тактик возможно использование сразу нескольких коммуникативных ходов. Необходимо отметить различие между тактикой убеждения и тактикой уговаривания. Первый тип воздействует на чувства и эмоциональный мир, а второй на разум человека [Там же]. Уговор является давлением на адресата и манипулированием. Тактики уговаривания включают в себя такие коммуникативные ходы, как «апелляция к чувствам, отношениям» («Сделай это ради меня...»), «апелляция к качествам партнера» («Ну ты же такой хороший...»), «апелляция к разуму» («Ну ты сам подумай...»), «апелляция к авторитету» («Вот посмотри на Сашу...»).

Существует и другой тип семантической стратегии включает в себя тактики дискредитации: оскорбление, издевка, обвинение. Основное отличие обвинения от оскорбления заключается в том, что обвинение не скрывает в себе намерение унижить, поставить в неловкое положение. Целью этих тактик обычно является выражение отрицательного отношения к собеседнику, вывести его из строя. Эти тактики подразумевают прямое оскорбление («Он идиот...»), косвенное оскорбление («Он похож на идиота.»), навешивание ярлыков («Он выглядит как идиот...») – это наиболее частые коммуникативные ходы.

Прагматические стратегии подразумевают под собой тактики, вызывающие определенный эмоциональный настрой: тактики комплимента и

тактики похвалы. Основная функция комплимента – это установление контакта и поддержание хороших отношений, однако основное отличие от похвалы, заключается в том, что для похвалы положительная оценка является основной целью. Для комплимента основной целью является установление отношений с собеседником. Коммуникативные ходы характерные для этой тактики «незатейливый комплимент» («У тебя красивый голос...»), «дедуктивный комплимент» («От смешанных браков всегда рождаются красивые дети...»), комплимент – сравнение (Твои глаза как бриллианты...»), антикомплимент («Любимый дурак...»).

Существует и другой тип тактики, который относится к прагматическому типу речевых стратегий, он называется самопрезентация или «модель речевого имиджа, которая состоит из отдельных качеств личности, общей доминанты и факультативной роли личности» [Там же].

Диалоговый тип речевых стратегий подразумевают под собой тактики, которые выполняют функции контроля над инициативой. Эти тактики отличаются тем, что в диалоге участвуют как минимум два человека (собеседника), каждый из которых обладает своей коммуникативной целью. Здесь присутствуют такие средств, как: стратегические вопросы, перехватывание инициативы разговора, навязывание инициативы, удержание инициативы и уклонение от нее [Там же].

Риторический тип речевых стратегий состоит из тактик, связанных с использованием риторических средств: различные манипулятивные приемы, а также использование различных фигур речи, с целью создания образности.

В отличие от О.С. Иссерс, О.Л. Михалева выделяет три стратегии, характерных непосредственно для политической сферы. Это следующие представления стратегии:

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

В данном случае под коммуникативной стратегией понимается план оптимальной реализации коммуникативных намерений, который учитывает объективные и субъективные факторы и условия. Эти условия интересны тем, что в них протекает акт коммуникации, и они обуславливают как внешнюю, так и внутреннюю структуру текста, а также использование определенных языковых средств [Михалёва, 2009].

Реализация стратегии зависит от использования определенных речевых тактик. Теперь необходимо более подробно остановиться на вышеуказанных стратегиях и тактиках.

Стратегия под названием «стратегия на понижение» ориентирована на оппонента с целью его дискредитации. Существует несколько тактик, помогающих в реализации данной стратегии.

Первой тактикой при реализации данной стратегии является тактика безличного обвинения. Говорящий может не называть субъекта действия, используя специальные грамматические конструкции, либо использует дейктические, то есть применимые к любому референту слова.

Следующая тактика называется тактикой обличения, то есть приведение фактов и аргументов с целью уличения. Данная тактика создает явную виновность, преступность кого-либо.

С первой тактикой она связана по аналитической составляющей, или установке на аргументацию. Отличается она от первой лишь тем, что там не присутствует указание на конкретную вину кого-либо. Тогда как

эксплицитное указание на чью-либо вину объединяет две этих тактики. Различие этих двух тактик состоит в том, что в одном случае аргументация есть, а в другом аргументация отсутствует. При реализации тактики обличения говорящий приводит факты, которые подтверждают его доводы.

Следующая тактика, которую необходимо рассмотреть – это тактика оскорбления. Ее целью является нанесение обиды, унижение, уязвление кого-либо, которое сопровождается экспликацией эмоционального составляющего компонента вместо приведения каких-либо доводов или доказательств.

Тактика «анализ-минус» представляет собой описание ситуации, основанное на негативном к ней отношении, однако автор напрямую не заявляет о своем недовольстве. Важную роль играет использование лексических средств, имплицитно выражающих отношение говорящего.

Тактика угрозы заключается в запугивании оппонента, в предсказании ему наказания в будущем.

Рассмотренные тактики, являются одними из основных составляющих тактик стратегии на понижение, итак, она (стратегия на понижение) состоит из следующих тактик:

1. тактика безличного обвинения;
2. тактика обличения;
3. тактика оскорбления;
4. тактика «анализ-минус»;
5. тактика угрозы.

Следующая стратегия, которую необходимо рассмотреть более подробно – это стратегия на повышение. Данная стратегия отражает стремление спикера максимально увеличить значимость собственного статуса.

Одна из основных тактик данной стратегии это тактика анализ - «плюс» она представляет собой описание ситуации, основанное на позитивном отношении к самой ситуации, важную роль играет использование лексических средств, имплицитно выражающих отношение говорящего.

Также в данной стратегии существует тактика презентации, которая заключается в представлении какого-либо лица в положительном свете. Говорящий человек использует лексику с положительной коннотацией, рассказывая о положительных качествах объекта.

Следующая тактика стратегии на повышение – это тактика отвода критики. Она представляет собой приведение аргументов, с целью оправдания тех или иных поступков. Спикер старается создать дистанцию между негативной ситуацией и своим участием в ней. А также, он стремится оправдать себя в глазах аудитории.

И последняя тактика стратегии на повышение, которая может восприниматься как часть предыдущей тактики – это тактика самооправдания, при которой спикер пытается выставить свои действия в положительном свете, и, тем самым частично или полностью снять с себя ответственность за какое-либо событие.

Итак, основные тактики, которые используются в данной стратегии:

1. анализ-«плюс»;
2. положительная презентация;
3. отвод критики;
4. самооправдание.

Они могут быть сопоставлены с реализацией стратегии «свой – чужой», которую выделяет С.Г. Кара-Мурза. Сущность стратегии заключается в противопоставлении, построенном на критике действий чужого, и создании положительного образа своего. Однако подобные манипулятивные

воздействия могут быть названы стратегией «свой - чужой» в том случае, если они осуществляются в одном контексте. Для стратегий на повышение и на понижение данное условие не обязательно.

Следующая стратегия, наиболее часто встречающаяся в политическом дискурсе – театральная стратегия.

Театральность политического дискурса связана с тем, что одна из сторон коммуникации – народ – выполняет в ней преимущественно роль не прямого адресата, а адресата-наблюдателя, который воспринимает политические события как некое разыгрываемое для него действие [Шейгал, 2000].

Воздействие на адресата в данной стратегии осуществляется с высокой эмоциональностью, отсюда и отсылка к театру в названии стратегии. Также, как и остальные стратегии, данная стратегия включает в себя ряд тактик:

Одна из этих тактик называется тактикой побуждения, она предполагает убеждение в правильности своей точки зрения, призыв к действиям определенного характера.

Для отстранения от взглядов и мнения оппонента политики часто используют тактику размежевания, целью которой является репрезентация своей позиции. В данной тактике зачастую используется противопоставление своей точки зрения чужой точке зрения, за счет этого автор показывает, что его точка зрения наиболее правильна.

Следующая тактика носит название тактики обещания, примером использования этой тактики может служить обязательство сделать что-то.

Итак, основные тактики принадлежащие к стратегии театральности:

1. тактика побуждения;
2. тактика размежевания;
3. тактика обещания.

Следует отметить, что список тактик, которые относятся к данным стратегиям, может быть продолжен.

Одним из главных свойств политической коммуникации является активное использование коммуникативных стратегий и тактик, перечисленных выше. Коммуникативные тактики и стратегии учитывают ценностные ориентиры адресата с целью побуждения его к принятию нужной политическому субъекту точки зрения и побуждения адресата – потенциального избирателя к соответствующему действию. Соответственно, все вышеперечисленные стратегии способны выступать в качестве стратегий и тактик манипулирования.

Поэтому, во многих работах отечественных и зарубежных ученых манипулирование рассматривается как некая макростратегия, которая стоит над тремя вышеперечисленными. Потому что, если воспринимать манипуляцию как черту некоторых стратегий (К примеру, О. Н. Паршина, анализируя стратегии и тактики речевого поведения политиков, выделяет манипулирование среди таких стратегий, как дискредитация, самозащита, нападение, самопрезентация и т. д.) это не решит проблему разграничения видов речевого воздействия и сфер пересечения разных стратегий общения.

Существует множество других классификаций стратегий на разных основаниях. Так в зависимости от ресурсов, используемых манипулятором в политических текстах, Ю.Н. Кочкин выделяет стратегию игры на ущемленном достоинстве, стратегию дискредитации, стратегию прививки и стратегию произвольного выбора наименования [Чернявская, 2006].

Теперь, когда у нас есть представление о коммуникативных стратегиях и тактиках, а также об основных известных на сегодняшний день классификациях коммуникативных стратегий и тактик мы можем перейти к рассмотрению феномена манипулирования как макростратегии.

1.2. Понятие политической коммуникации в современной лингвистике

1.2.1. Особенности коммуникации в политической сфере

Политическая сфера человеческой деятельности, как и любая другая сфера содержит в себе коммуникативное начало, которое может проявляться в конкретно-исторических формах взаимодействия, «общения» различных участников политического процесса – индивидов, социальных групп и выражающих их интересы институтов по поводу установления, изменения и функционирования власти.

Итак, почему мы можем рассматривать политическую сферу и осуществление власти в ней как коммуникационный процесс? Потому что политическая сфера имеет следующую структуру отношений: господства (руководства) – подчинения. Соответственно, между «управляющими» и «управляемыми» постоянно происходит информационный обмен. Однако данные отношения не всегда доминируют политической сфере, так как коммуникация политиков на международном уровне может считаться коммуникацией на одном уровне. Однако в рамках данной работе мы будем рассматривать коммуникацию между «управляющими» и «управляемыми», так как именно данный вид коммуникации широко представлен в средствах массовой информации, и, соответственно данный вид коммуникации является более доступным.

Помимо этого, стоит отметить, что политика в наши дни осуществляется в информационном пространстве в большей степени,

соответственно другим характерным признаком коммуникации политической сфере будет являться наличие той или иной информации.

Роль речевого поведения политического деятеля предстает как совокупность политических позиций и способов реагирования на определенные политические ситуации с учетом множественности интересов.

Одним из немаловажных аспектов политической коммуникации является развитие популярных убеждений, взглядов, убеждений, в некоторых случаях даже мифов. Создаются различные символы, лозунги, манипулирование сознанием – с целью обеспечить себе стабильную легитимную власть.

Политическая коммуникация выполняет важнейшую функцию в данном процессе. Она обеспечивает распространение и передачу политической информации не только между участниками политической системы, но и между политической системой и окружающей средой. Коммуникативную функцию в данном случае реализуют партии, группы интересов, средства массовой информации и др. В свою очередь неразвитость политической коммуникации является причиной низкой степени авторитета политической системы, а также ее нестабильности.

В целом политическая коммуникация – это процесс информационного обмена между политическими деятелями, осуществляемый в ходе их формальных и неформальных взаимодействий.

Политическая коммуникация выступает как специфический вид политических отношений, посредством которого доминирующие в политике субъекты регулируют производство и распространение общественно-политических идей своего времени. Благодаря политической коммуникации осуществляется не только общение между политическими деятелями, но и коммуникация между политическими деятелями народом, это важно в

рамках данного исследования, так как некоторые стратегии и тактики тесно взаимосвязаны с представленными формами взаимодействия.

Политическая, как и иная, коммуникация предполагает коммуникатора, сообщение, какой-либо канал или средство передачи и, наконец, получателя.

Под средствами политической коммуникации понимаются определённые организации и институты, функционирующие в рамках социальной и политической систем, политические деятели, с помощью которых осуществляется процесс обмена информацией. Некоторые исследователи относят к средствам также коммуникативные действия или ситуации, группы или отдельных индивидов, способствующих обмену информацией (прямоу или непрямоу, опосредованному или непосредственному, немедленному или протяженному во времени).

Помимо этого, стоит отметить, что многие исследователи в рамках политической коммуникации выделяют следующие основные способы осуществления политической коммуникации:

1. коммуникация через печатные и электронные СМИ;
2. коммуникация через организации, когда передаточным звеном служат политические партии, группы интересов.

Политическая коммуникация также выступает как специфический вид политических отношений, посредством которого доминирующие в политике субъекты регулируют производство и распространение общественно-политических идей [Городницкий, 2013].

На данном этапе работы необходимо систематизировать изученный материал об особенностях политической коммуникации, мы описали семь следующих особенностей данного вида коммуникации:

1. данный вид коммуникации, как и любой другой обладает коммуникативным началом, которое проявляется в различных формах общения между коммуникантами;
2. структура отношений в политической коммуникации в большинстве случаев осуществляется между «управляющим» и «управляемым»;
3. политическая коммуникация осуществляется в информационном пространстве;
4. в политической коммуникации активно развиваются различные популярные убеждения мифы и др. с целью манипулирования общественным сознанием;
5. предполагает наличие двух коммуникантов, один из которых, является получателем и не участвует в коммуникации напрямую и сообщения;
6. средства политической коммуникации – это различные организации и институты в рамках социальных и политических систем;
7. данный вид коммуникации осуществляется через печатные и электронные СМИ, а также посредством заинтересованных групп и политических партий.

Итак, мы рассмотрели основные особенности коммуникации в политической сфере, теперь необходимо перейти к предмету нашего исследования, а именно, к стратегиям и тактикам как инструментам речевого воздействия.

1.2.2. Жанровые особенности политической коммуникации

Очевидно, что, как и в любой разновидности коммуникации жанровые особенности политической коммуникации делятся на письменную и устную коммуникацию.

В рамках нашего исследования мы будем рассматривать устную коммуникацию, так как основной термин нашей работы помимо стратегий и тактик манипулирования – это «речевое поведение».

В политической коммуникации существуют диалогические жанры и монологические жанры. В первом случае коммуникация осуществляется между двумя (или более) людьми, тогда как во втором случае коммуникация не направлена на кого-то конкретно и носит монологический характер.

Среди диалогических жанров мы можем выделить жанр теледебатов. Его обязательно стоит затронуть в нашем исследовании так как жанр теледебатов богат различными приёмами манипулирования в отличие от других жанров он содержит в себе огромное число тактик различных стратегий и затрагивает все стратегии. Помимо этого, теледебаты имеют широкий спектр приемов невербальной манипуляции.

У жанра теледебаты есть ряд определенных особенностей, что позволяет выделить его в отдельный жанр:

1. устная форма общения;
2. подготовленная форма общения;
3. управляемость коммуникативным процессом;
4. наличие нескольких точек зрения на начальном этапе дискуссии;
5. регламентированность.

Следующий диалогический жанр, который мы будем рассматривать в рамках нашей работы – это жанр общественно-политических ток-шоу, его основные особенности совпадают с жанром дебатов, поэтому мы не будем останавливаться на нем более подробно, однако основное отличие данного жанра заключается в том, что в нем частично или полностью отсутствует регламентированность (то есть выступающие участники фактически не ограничены временными рамками).

Смежный с вышеописанными жанрами жанр «прямая линия» не

характерен для американской политической коммуникации, хотя и подходит нам в рамках данной работы, поэтому рассмотрение данного жанра нецелесообразно.

Среди монологических жанров для американской политической коммуникации характерны оба: инаугурационная речь и программная речь, поэтому мы рассмотрим их более подробно.

Первый монологический жанр называется инаугурационная речь, то есть речь, которую будущий президент подготавливает к инаугурации, интересно отметить, что данный жанр присутствует в большинстве иноязычных культур и его основными особенностями являются:

1. образ народа как адресата речи;
2. устная форма общения;
3. уважение к народу и стране;
4. концепты прошлого, настоящего и будущего (избранный президент противопоставляет события в прошлом вероятным событиям в будущем и событиям объективной реальности);
5. описание функции президента как представителя власти;
6. модальность побуждения (избранный президент побуждает народные массы на взаимодействие и плодотворную работу в целях укрепления государственной системы).

Второй монологический жанр – это программная речь (заранее подготовленная по поводу какого-либо события в жизни страны речь, которая преследует создание определенного настроения в народных массах), его характерные особенности – это:

1. устная форма общения;
2. подготовленная форма общения;
3. регламентированность;
4. образ народа как адресата речи;

5. концепты настоящего будущего и прошлого.

Итак, мы рассмотрели основные жанры устной политической коммуникации:

1. монологические;
2. диалогические.

В свою очередь две представленные группы устных жанров делятся на поджанры:

1. монологические:
 - 1.1 инаугурационная речь;
 - 1.2 программная речь;
2. диалогические:
 - 2.1 теледебаты;
 - 2.2 общественно-политические ток шоу;
 - 2.3 «прямая линия» [Огнева, 2009; Кирьянова, 2014; Паршина, 2005].

Однако, в рамках нашей работы нам будут интересны не все представленные жанры, так как жанр «прямая линия» не характерен для речевого поведения американских политиков, соответственно он не представляет для нас практической ценности.

В монологических и диалогических жанрах стратегии и тактики реализуются по-разному и преследуют разные цели, поэтому мы будем противопоставлять основные группы устных жанров американской политической коммуникации и смотреть на различную реализацию в них стратегий и тактик манипулирования.

Итак, нам осталось рассмотреть, как посредством языковых и неязыковых средств могут быть выражены те ли иные «коммуникативные ходы», которые впоследствии образуют тактики и стратегии манипуляции в представленных выше жанрах устной политической коммуникации.

1.3. Вербальные и невербальные средства как инструмент реализации стратегий и тактик манипулятивного речевого воздействия в речевом поведении политиков

Помимо речевой стратегии существуют и другие понятия, например понятие «ход», заимствованное у Т. А. Ван Дейка. В то же время мы встречаем в работах О.С. Иссерс почти идентичное понятие, называемое «коммуникативный ход».

Исходя из этого, можно считать коммуникативный ход минимальной стратегической единицей, или коммуникативным приемом низкого порядка, который своими отдельными частями или в комплексе способен решить какую-либо сверхзадачу. Следовательно, коммуникативный ход является «инструментом реализации той или иной тактики» [Иссерс, 1999].

Реализация различных стратегий и тактик в языке осуществляется благодаря сложившимся в системе языка стереотипам использования языковых единиц разного уровня языковой системы. Соответственно, иерархия понятий может иметь следующую структуру: речевая стратегия (сверхзадача, общий план действий) – речевая тактика (конкретные действия, ведущие к реализации стратегии) – коммуникативный ход (прием, метод, ведущий к решению сверхзадачи, инструмент реализации тактики).

В данном исследовании под коммуникативным ходом или приемом подразумеваются те языковые средства, которые используются в дискурсе.

Невозможно назвать точно количество приемов речевой манипуляции, потому что постоянно возникают новые виды и классификации. В разных классификациях можно увидеть разные уровни, на которых выделяются различные языковые средства.

Обобщив идеи О. Л. Михалевой, М. Н. Кошевниковой, П. Б. Паршина, Р. М. Блакара, В. Е. Чернявской можно представить обобщенное деление приемов следующим образом:

1. приемы, основывающиеся на особой подаче информации;
2. приемы, строящиеся на явлениях различных уровней языковой структуры:
 - 2.1 фонетический уровень;
 - 2.2 лексический уровень;
 - 2.3 грамматический уровень.

К первой группе приемов относятся приемы, которые тесно связаны с проявлением человеческой сообразительности и юридической грамотности, поэтому для нас более интересной будет вторая группа приемов, относящаяся непосредственно к лингвистике.

Вторая группа приемов подразделяется на три уровня: фонетический, лексический и грамматический. Эти уровни являются очень важными в процессе выражения манипуляции в языке.

На фонетическом уровне манипуляция может выражаться с помощью интонации, тона, темпа речи, паузации, мелодики тембра голоса и др. Этот уровень манипуляции рассчитан именно на аудитивное восприятие речи, следовательно, данный уровень представляет для нас большой интерес, так как мы сможем анализировать манипуляцию, проявляющуюся на данном уровне в дальнейшем.

К фонетическому уровню манипуляции так же можно отнести обилие одних либо других звуков в речи того или иного политика, вызывающих разные эмоции. А также использование рифмы и звуковое подобие. Например, на одно из предвыборных мероприятий Дональда Трампа в штате Вирджиния неизвестный мужчина принес плакат, на котором одна из надписей была следующей «*Killary Rotten Clinton*».

Следующий уровень, на котором может быть выражена манипуляция – это лексический уровень. Его по праву можно назвать самым богатым всевозможными средствами для выражения манипуляции. Во-первых, это осуществляется за счет того, что все слова обладают различными коннотациями, соответственно они несут в себе определенный эмоциональный заряд. Если мы изменим одно слово на синонимичное ему слово, но отличающееся коннотативно, можно серьезно изменить посыл и смысл высказывания. Например: «*a spy – a scout, to kill – to eliminate*». К тому же разряду приемов можно отнести использование эвфемизмов и дисфемизмов. В первом случае, это, например, замена слова «*war*» на словосочетание «*antiterrorist operation*» или слова «*establishment*» на фразу «*reinstatement of constitutional order*». Во втором случае, это использование более экспрессивных выражений: вместо глагола «*to kill*» употребление фразеологизма «*to kick the bucket*»; вместо общеупотребительного существительного «*a conversation*» использование разговорного слова «*a chinwag*».

Зачастую политики используют в своих речах игру слов. Например в прошедших выборах 45 президента США, во время предвыборной компании широко освещались высказывания кандидатов. в одном из своих выступлений Дональд Трамп в термин «*stablemates*» вкладывает двойное значение. Если рассматривать лексическую единицу «*stablemates*» как сложное слово, то оно обладает значением «лошади одной конюшни, однокашники, боксеры одного менеджера», а если говорить о словосочетании «*stable mates*», то оно значит «надежные партнеры». В выступлениях Хиллари Клинтон большое воздействие имеет прием генерализации, поскольку, в каждом своем обращении к электорату она активно использует местоимения «*we, us, our*» и в целом строит речь таким образом, чтобы у адресата складывалось ощущение некоего единения.

Последний языковой уровень, на котором может быть выражена манипуляция – это грамматический уровень. Здесь можно отметить широкое употребление риторических вопросов и употребление безличных конструкций, которые помогают уйти от упоминания субъекта действия.

Итак, систематизируем различное выражение манипуляции в языке по языковым уровням:

1. Фонетический уровень:

- интонация;
- тембр;
- выделение голосом;
- паузы;
- аллитерация;
- рифмизация;
- ритмизация.

2. Лексический уровень

Лексико-семантические средства:

- номинализация – один из лексико-семантических инструментов – превращение мотивирующей конструкции с глаголом в отглагольное имя. Номинализация – распространенное в политическом дискурсе средство обезличивания действия. Семантическим итогом замены личных форм глаголов производными существительными является исчезновение субъекта, агенса того, о чем говорится. Например: «*It is not a secret that Arab immigrants suffer insult and abuse*»;
- метафора;
- метонимия;
- конверсивы, например, в следующих отрывках результаты губернаторских выборов описываются с разных точек зрения –

победы или проигрыша: *«A former Bush administration official ... ousted Indiana's sitting governor on Tuesday. ... Republican Bob Brown was disgracefully beat by a ... political newcomer Democrat Brian Schweitzer»;*

- «слова-амебы» – так называют «прозрачные» слова, не связанные с контекстом реальной жизни. Они могут употребляться практически в любом контексте, т.к. не связаны с реальными предметами и явлениями [Кара-Мурза, 2003];
- неологизмы.

Лексико-синтаксические средства:

- перифраз;
- уточнение.

Лексико-прагматические средства:

- дейктики служат «для актуализации компонентов ситуации речи и компонентов денотативного высказывания». Различные формы адресации часто используются как риторический прием – обращение к аудитории, и как прием демагогии - особенно использование местоимения «солидарности» «мы»;
- коннотации. Основная функция коннотации — это функция воздействия. Слова с оценочной коннотацией вносят определенные оценки без прямого их проявления в тексте, но проявляющиеся в значении;
- эвфемизмы представляют реальность в более благоприятном свете, часто имеют позитивную эмоциональную окраску, оказывая тем самым и эмоциональное воздействие. И.Р. Гальперин замечает, что цель политических эвфемизмов – замалчивать, вводить в заблуждение общественное мнение и

выражать то, что неприятно, более мягким образом» [Galperin, 1981];

- дисфемизы их цель – «сформировать восприятие объекта как подозрительного и нежелательного, квалифицировать его так, чтобы вызвать неприязнь, отвращение или ненависть» [Шейгал, 2004];
- варваризмы – «иноязычные слова и выражения, используемые в речи при описании реалий, обычаев и т.п. других народов».

3. На грамматическом уровне:

- выбор грамматической формы способен актуализировать действие (the Present tense вместо the Past tense), придать динамизм и эмоциональность (continuous forms), выразить отношение к возможности, желательности, необходимости некоего события (сослагательное наклонение);
- параллелизм – соединение двух и более сочиненных предложений (или частей их) путем строгого соответствия их структуры – грамматической и семантической;
- инверсия;
- эллиптический язык – использование неполных предложений;
- выбор коммуникативного типа предложения еще один способ повлиять на восприятие читателя. Из четырех коммуникативных типов предложений (повествовательные, вопросительные, восклицательные, побудительные) [Виноградова, 2016; Аكوпова, 2015].

Итак, мы рассмотрели, какими средствами может быть выражена манипуляция в языке, это поможет нам при определении тактик и стратегий манипуляции в практической части работы.

Однако, помимо непосредственно, языковых средств необходимо

рассмотреть также и невербальные средства выражения манипуляции, чтобы рассматривать на видеоматериалах не только манипуляцию, проявляющуюся в языке, но и невербальную манипуляцию.

Так как наше исследование основано на видеоматериалах, то и невербальные средства выражения манипуляции также представляют для нас интерес.

Невербальное проявление манипуляции будет проявляться не только в жестах спикера, но, а также, в интерьере здания, в котором спикер произносит речь в оформлении, цветах и так далее.

Манипуляция действует через вызов определенных эмоций, соответственно даже цвет одежды спикера имеет значение, так как он способен вызвать определенные стереотипы и эмоции у слушателей, а следовательно, может стать одной из частей манипуляции.

Невербальные средства коммуникации делятся по их функциональности на три вида: оптический, тактильный и ольфакторный. Некоторые исследователи также выделяют акустический тип, однако мы отнесли его к вербальному выражению манипуляции на фонетическом уровне языковой системы.

Оптический вид самый обширный, он включает в себя внешний вид и выразительные движения человека: жесты, мимику, позы, походку, контакт глазами.

Тактильный вид связан с прикосновениями. Ольфакторный тип связан со вкусом и обонянием. В нашей работе ольфакторный и тактильный вид придется опустить, так как мы не можем изучать данные типы манипуляции невербальной манипуляции на видеоматериалах.

Итак, единственный вид невербальной манипуляции, который представляет для нас интерес – это оптический вид.

В свою очередь оптический вид невербальной манипуляции проявляется в:

- жестах;
- мимике;
- позе;
- походке;
- цвете одежды;
- цвете фона;
- контакте глазами и др.

Итак, мы перечислили основные признаки невербальной манипуляции, релевантные для нашей работы, и которые мы будем исследовать в практической главе нашей работы [Михайлова, 2018].

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

В первой главе мы определили релевантное для нашей работы значение термина «речевое поведение», вслед за В.И. Супруном мы будем понимать «речевое поведение», как весь комплекс отношений, включенных в коммуникативный акт, то есть вербальную и невербальную информацию, паралингвистические факторы, а также место время речевого акта, обстановку, в которых этот факт происходит.

Под политической коммуникацией в нашей работе мы будем понимать все виды вербального и невербального взаимодействия между политическими деятелями и аудиторией. Помимо этого, политическая коммуникация призвана для завоевания, удержания и передачи власти, соответственно в нем, как и в дискурсе СМИ есть много средств для манипуляции человеческим сознанием.

Далее мы рассмотрели стратегии тактики манипулирования, а также сам процесс манипулирования и взаимосвязь с ним стратегий и тактик. Также, мы рассмотрели основные стратегии и тактики манипулирования, применимые в политической коммуникации.

Следовательно, многие политики используют различные стратегии и тактики для манипулирования человеческим сознанием или большими группами людей.

В нашей работе в качестве макростратегии мы будем рассматривать манипулирование, основные стратегии и тактики данной макростратегии будут выявлены в практической главе.

Помимо этого, большинство ученых считают, что стратегии и тактики манипулирования в речевом поведении политиков имеют определенное как вербальное выражение непосредственно в языке и с помощью определенных

языковых приемов, так и в невербальное выражение посредством жестов, мимики цветов и других атрибутов.

Помимо этого, мы рассмотрели основные жанры устной политической коммуникации и сделали вывод, что мы будем использовать следующие из них в нашем исследовании: теледебаты, инаугурационная речь, программная речь, общественно-политические ток-шоу. Также, мы сделали вывод, что монологические жанры противопоставлены диалогическим, что необходимо принять во внимание в дальнейшем исследовании.

Проанализированный материал показал, что в исследовании темы манипуляции в политическом дискурсе на сегодняшний день остается большое количество лагун, соответственно это также обуславливает актуальность исследования.

ГЛАВА 2. КОМПЛЕКС СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК МАНИПУЛИРОВАНИЯ В РЕЧЕВОМ ПОВЕДЕНИИ АМЕРИКАНСКИХ ПОЛИТИКОВ

2.1. Стратегия дискредитации оппонента

Первая стратегия, которую мы рассмотрим рассчитана на частичную или полную дискредитацию оппонента, следовательно, тактики, используемые в данной стратегии, эксплицитно или имплицитно формируют отрицательное мнение о предмете коммуникации и направлены на то, чтобы дестабилизировать конкурента. Данная стратегия осуществляется при помощи шести тактик:

1. Первая тактика, которую необходимо рассмотреть в рамках данной стратегии – это тактика «анализ-минус». Например:

«...and my whole concept was to make America great again, when I watch the deals being made, when I watch what's happening with some horrible things, like Obamacare where your health insurance and health care is going up by numbers that are astronomical 68%, 59%, 71% when I look at the Iran deal and how bad a deal it is for us it's a one-sided transaction». (Donald J Trump)

В данном отрывке из выступления политика мы видим, как он представляет проект здравоохранения, разработанный Бараком Обамой в экстремально негативном свете. На это указывают слова и словосочетания с негативной коннотацией, такие как: *«one-sided transaction, some horrible things»*; а также мы видим использование гиперболы: *«numbers that are astronomical»*. Это сильно увеличивает негативный эффект высказывания и оказывает прямое психологическое влияние на слушателей, так как автор заставляет аудиторию поверить в то, что реформа здравоохранения полностью провалилась несмотря на то, что у нее есть свои плюсы, о которых автор не упоминает в своем высказывании.

«Obamacare is a disaster, you know it, we all know it it's going up at numbers that nobody's ever seen worldwide. It's nobody is ever seen numbers like this for health care, it's only getting worse in 17 implodes by itself their method of fixing it is to go back and ask congress for more money, more and more money, we have right now almost 20 trillion dollars in debt. Obamacare will never work».
(Donald J Trump)

В данном случае спикер также использует слова и словосочетания, имеющие негативную окраску: *«a disaster, will never work»*. Также в сообщении присутствует гипербола: *«it's only getting worse»*. Также спикер использует такой прием, как уточнение: *«It's nobody is ever seen numbers like this for health care»*. Мы считаем данное высказывание гиперболой, потому что автор явно преувеличивает недостатки реформы здравоохранения, превращая ее в полностью невыгодное для государства и людей, соответственно представляет ситуацию в негативном свете, сильно преувеличивая размер неудачи правительства, что и является основной задачей данной тактики.

Итак, цель тактики анализ-минус дискредитировать объект или человека, посредством представления той или иной ситуации в негативном свете. Для этого автор высказывания использует либо слова с ярко выраженным негативным значением, либо, использует гиперболы и уточнения.

2. Следующая тактика, которую необходимо рассмотреть в рамках данной работы – это тактика обвинения. Для тактики обвинения характерно отсутствие доказательной базы, при наличии только домыслов или слухов автор делает заключение об оппоненте или ситуации, но не приводит в доказательство своим словам никаких фактов, например:

«You can say any way you want to say it, but Bill Clinton was abusive to women». (Donald J Trump)

Для данной тактики не характерно использование специальных языковых приемов, зачастую это обычная констатация факта, однако эта тактика вызывает много эмоций у аудитории, так как автор говорит на темы, которые обычно не затрагиваются при огромной аудитории.

«Where we're giving back a hundred and fifty billion dollars to a terrorist state really the number one terrorist state, we've made them a strong country from really a very weak country just three years ago». (Donald J Trump)

В данном примере Дональд Трамп обвиняет правительство в халатности и называет факты, которые невозможно проверить – это один из способов реализации этой тактики. Как и в предыдущем случае тактика не имеет никакой доказательной базы. Для усиления эмоциональности автор использует длительное время: *«Where we're giving back»*.

Итак, тактика обвинения вызывает у аудитории сильную эмоциональную реакцию, которая перетекает в доверие к политику, использовавшему данную тактику и к дискредитации его оппонента.

3. Обязательно стоит затронуть и тактику безличного обвинения, которая очень часто применяется в Американских дебатах и играет огромную роль в речевом поведении американских политиков:

«...set forth some big goals, getting the economy work for everyone not just those who at the top». (Hillary Clinton)

Данная тактика отличается от смежной с ней тактики обвинения тем, что спикер не произносит напрямую имен тех, кого он обвиняет и не указывает на них не имплицитно не эксплицитно. Данная тактика переносит ответственность с определенных людей на их собирательный образ. В тактике часто используются метафоры: *«who at the top»* (те, кто на вершине = богатые).

Итак, данная тактика очень похожа на тактику обвинения, однако автор не показывает напрямую кого он обвиняет в конкретной ситуации, а лишь

использует собирательный образ этого человека.

4. Смежная с описываемыми ранее тактиками стратегии на понижение является тактика обличения. От тактики безличного обвинения и тактики обвинения она отличается тем, что политик, обвиняющий другого политика, приводит весомые доказательства для обвинения, как в данном случае:

«Donald's talking about women, what he thinks about women, what he does to women, and he has said that the video doesn't represents who he is. But I think, it's clear to anyone who heard it, that it represents exactly who he is because we've seen this throughout the campaign we have seen him insult women, we've seen him rate women on their appearance...». (Hillary Clinton)

Хиллари Клинтон говорит о видео доказательстве не толерантности Дональда Трампа к женскому полу. Интересно отметить, что она долго не подбирается непосредственно к доказательствам держа публику в напряжении, для данной тактики характерен синтаксический параллелизм. Данный прием помогает держать публику в напряжении и усиливает эффект сказанного на аудиторию. Для большей эмоциональности политик использует длительное время: *«Donald's talking about women»*.

Итак, тактика обличения, в данном случае, содержит в себе параллелизм и средства, умножающие эмоциональное воздействие на аудиторию: формы длительного времени.

5. Тактика оскорбления обычно используется после ряда других манипулятивных тактик. Например: если один политик дискредитировал другого, используя один из приведенных в данной работе приемов, он может использовать тактику оскорбления для еще большей дискредитации оппонента:

«...and yet, she didn't know the word, the letter C on a document, right? She didn't even know what that letter meant, you know». (Donald J Trump)

В данном случае Дональд Трамп принижает умственные способности

Хиллари Клинтон, после ее попытки оправдаться за удаление писем с личного аккаунта. В данном случае, он использует риторический вопрос, обращаясь к аудитории и позволяя аудитории решать, однако тактика оскорбления играет большую роль в приведенном отрывке, потому что решение аудитории будет в пользу Трампа. Используя данную тактику, он склоняет аудиторию на свою сторону, при этом манипуляция остается незамеченной и у аудитории создается ложное впечатление о принятом самостоятельно решении.

Подводя итог, необходимо отметить, что риторический вопрос не только придает сообщению жесткости, что характерно для оскорбления, но и, увеличивает его эмоциональное воздействие на аудиторию. В сообщении политика есть и перифраз: *«the letter C on a document»* = секретно.

6. Еще одна тактика данной стратегии – это тактика угрозы. Интересно отметить, что она используется реже всего и обладает наибольшей эмоциональностью среди всех тактик:

«Hillary Clinton: It's good that someone with temperament of Donald Trump is not in charge of the law in our country.

Donald J Trump: Because you'd be in jail».

Дональд Трамп заявляет, что у Хиллари Клинтон есть все шансы попасть в тюрьму, если он станет президентом. Интересно отметить поддержку Трампа со стороны публики, присутствующей в зале. Данная тактика имеет очень сильное воздействие на публику и дискредитирует оппонента в большей степени, чем любая другая из описанных тактик. Также, тактика ставит оппонента в тупик, что создает впечатление его виновности в криминальных делах, в данном случае.

Помимо описанных тактик, в нашей работе мы дополнительно выявили тактики к каждой стратегии, так, например, к стратегии дискредитации широко распространена тактика иронии или сарказма, так как политик

высмеивает оппонента, и, тем самым дискредитирует его:

«And after getting the subpoena you deleted 33,000 emails and, then, you acid wash them or bleach them, as you would say: very expensive process».

(Donald J Trump)

В данном случае, Дональд Трамп использует слова: «отбелила, промыла кислотой» (в примере выделены курсивом) – чтобы высмеять процесс удаления частных сообщений с компьютера Хиллари Клинтон. Соответственно, для достижения иронического эффекта, политики часто используют метафоры.

«Who (Donald Trump) even supported shutting the government down to defend Planned Parenthood». (Hillary Clinton)

В рассмотренном примере нет специфических языковых средств выражения иронии, однако комический эффект создается с помощью образов: «Он бы даже поддержал роспуск правительства, только чтобы не было абортов.»

В итоге, можно отметить, что тактика иронией не является самой сильной по своему эмоциональному посылу тактикой, но она является достаточно эффективной и широко используется в речевом поведении американских политиков.

Можно сделать вывод, что данная стратегия реализуется в основном отрицательными языковыми средствами и носит отрицательный характер.

Однако не все тактики имеют строго отрицательную окраску, как тактики стратегии дискредитации. В следующей стратегии, которую необходимо рассмотреть (стратегия на повышение) присутствуют преимущественно положительные тактики.

2.2. Стратегия положительного описания

Следующая стратегия в речевом поведении американских политиков – это стратегия положительного описания она выражает желание адресанта возвысить себя над противником, тем самым придать большую значимость собственному статусу. Реализуется данная стратегия благодаря использованию следующих тактик:

1. тактика «анализ-плюс»;
2. тактика положительной презентации;
3. тактика самооправдания;
4. тактика отвода критики.

1. Начнем рассматривать данную стратегию с тактики «анализ-плюс».

Приведем пример использования данной тактики с целью манипуляции общественным сознанием:

«Even though, we saw what we saw, it was not as bad as we had expected. The process was cut, the participants are in jail and we can continue our lives without thinking of it and even without...». (Barack Obama)

В данном случае ситуация представлена в исключительно положительном свете, не принимая во внимание факт, что митинг, прошедший в одном из городов США, не был мирным. Несмотря на то, что в речи политика присутствуют слова с негативной окраской: «*as bad, jail*»; у аудитории создается впечатление, что последствия митинга не такие тяжкие, как ожидалось. В этом и заключается тактика анализ плюс: представление негативной ситуации в положительном свете. Кроме того, политик, выражает надежду на спокойное будущее без подобных ситуаций, чем полностью убирает негативные эмоции в аудитории, это вызывает доверие к президенту и власти. Политик также использует, специальные местоимения: «*we, our*»; которые указывают на принадлежность политика к данной аудитории, а,

соответственно, вызывают у аудитории подсознательное доверие.

Итак, данная тактика выставляет негативную ситуацию в положительном свете, помогает политику вернуть доверие аудитории, для чего он использует местоимения, которые причисляют его к данной аудитории.

2. Следующая тактика, которую необходимо рассмотреть – это тактика положительной презентации:

«I have tried all my entire life to do what I can, to support children and families, you know, right out of law, school I went to work for the Children's Defense Fund and Donald talks a lot about, you know, the years I've been in public service I'm proud of that, you know, I started off as a young lawyer working against discrimination, against African American children and schools and in the criminal justice system, I work to make sure that kids with disabilities could get a public education, something that I care very much about, I have worked with Latinos one of my first jobs in politics was down in South Texas registering Latino citizens to be able to vote, so I have a deep devotion to use absolutely correct word - making sure that every American feels like he or she has a place in our country» (Hillary Clinton).

В данном случае Хиллари Клинтон обращает внимание аудитории на проделанную ей в течение пребывания на посту работу. Все слова, которые она употребляет, описывая свою деятельность за достаточно большой промежуток времени, зачастую не имеют положительной коннотации. В данном случае используется другой прием политик создает у аудитории ощущение, что он сам является частью этого мира, частью жизни обычных людей, для этого используются такие конструкции, как:

«I have tried all my entire life to do what I can...» – Представленной фразой политик положительно оценивает результаты своей работы и помощи обществу, выражение обладает очень сильной положительной коннотацией,

поэтому оно довольно часто встречается в речи политиков.

«...*I'm proud of that...*» – В данном случае Хиллари Клинтон упоминает о своей гордости за годы службы народу, фраза также обладает исключительно положительным значением, в сознании людей возникает образ сложной работы, которую политик сумел завершить, это вызывает у людей доверие.

«...*something that I care very much about...*» – Фраза создает у аудитории впечатление приближенности политика к обычным людям, его участие в жизни людей, тем самым подсознательно мы воспринимаем политика, как обычного человека, мы доверяем ему.

«...*so I have a deep devotion...*» – представленная фраза, помогает нам понять, как серьезно политик относится к своей работе, мы понимаем, что политика для него не просто работа, а дело всей жизни.

По данному отрывку можно сделать вывод, что тактика положительной презентации заключается в использовании слов и фраз с яркой положительной коннотацией или эвфемизмов, чтобы не только выставить себя в лучшем свете, но и добиться доверия аудитории.

3. Также в речевом поведении политиков широко используются две смежные тактики: тактика самооправдания и тактика отвода критики, однако между ними существует значительная разница, начнем с тактики самооправдания:

«I believe, that... America must remain engaged for our own security. But I also believe the world is better for it. Some may disagree, but I believe America is exceptional — in part because we have shown a willingness through the sacrifice of blood and treasure to stand up not only for our own narrow self-interests, but for the interests of all». (Barack Obama)

При помощи использованных автором высказывания лексем создается семантическое поле, которое представляет США как исключительную

страну: «*willingness, exceptional*». Тактика самооправдания состоит в отрицании негативных представлений: так, в данном примере идет оправдание военных действий США на территории других стран тем, что они проводятся не ради своих интересов, а ради интересов всего мира, а потери военнослужащих и денежные затраты оправдываются высокими целями.

Итак, тактика самооправдания призвана объяснить публике те, или иные, поступки политиков, чтобы в народных массах не возрастало напряжение. Данная тактика редко используется в дебатах, чаще употребляется при обращении политиков к народу посредством СМИ.

4. Последняя тактика стратегии положительного описания – это тактика отвода критики, она заключается в том, что политик пытается перейти с одной темы на другую, чтобы скрыть свое отношение к сложившейся ситуации или уйти от неудобной темы:

«...Host of debates: you bragged that you have sexually assaulted women, do you understand that?

Donald J Trump: I didn't say that at all, I don't think you understand what was that this was locker room talk, I am not proud of it, I apologized to my family I apologized to the American people, certainly I am not proud of it, but this is a locker room talk, you know, when we have a world where you have Isis chopping off heads where you have you have and frankly drowning people in steel cages where you have wars and horrible, horrible things...»

В данном случае Дональд Трамп пытается уйти от поставленного ему вопроса посредством обсуждения более важных мировых проблем. При использовании тактики встречается много лексических повторов, что выдает замешательство и стыд политика, однако, когда Трамп использует основную часть тактики, говоря о более важных мировых проблемах он переключает внимание аудитории с вопроса на который он отвечал на другие глобальные проблемы, которые интересуют аудиторию не меньше, чем вопрос, заданный

ему ранее, так как события, затрагиваемые Трампом действительно ужасны.

Итак, данной тактикой политик не способен вызвать доверие аудитории к себе, но тактика помогает уйти от критических замечаний в адрес политика. Тактике свойственно наличие большого числа лексических повторов. Высказывание содержит отрицательные предложения, это показывает, что автор не соглашается с критикой, а также эллиптический язык, свойственный устной речи.

Помимо описанных выше тактик, которые можно отнести к стратегии положительного описания – это тактика защиты. Политик перекладывает ответственность за неудачу не только с себя на всех присутствующих в политическом аппарате людей.

«Never party is blameless for the decisions that led to this to this problem both parties have responsibility to solve it and over the last several months that's what we've been trying to do». (Barack Obama)

В данном примере также не используются специальных языковых средств, тактика призвана распределить эмоции недоверия к конкретному политику на весь государственный аппарат.

Однако не стоит путать тактику защиты и тактику самооправдания, в данном случае политик добивается не оправдания в конкретной ситуации, а наоборот разделяет вину за произошедшее с другими политическими образованиями, в попытке защитить себя, как политическую фигуру.

Существует и другой вид этой тактики, когда политик перекладывает ответственность на аудиторию и на себя в тех же целях, например:

«However, it may seem that we are not able to cope with our national debt, I guess, we've been trying to do that, and that is what we will do...» (Barack Obama)

В данном случае, присутствует и тактика побуждения: *«that is what we will do»*. Тактика защиты выражена местоимением: мы – политик

перекладывает ответственность на аудиторию, но не снимает ее и с себя, поэтому мы можем расценивать данную тактику как тактику защиты, так как используя данную тактику политик подразумевает, что в сложившейся ситуации есть часть его вины и часть вины аудитории. Соответственно, в дальнейшем он частично защищен от обвинений.

Очередной тактикой стратегии положительного описания является тактика обращения на равных, при использовании данной тактики политик часто употребляет личные местоимения:

«...that we take some of the money that we're saving as we wind down two wars to rebuild America and that we reduce our deficit in a balanced way that allows us to make these critical investments. Now, it's ultimately is going to be up to the votes, to you, which path we should take» (Hillary Clinton)

Однако мы не имеем в виду все личные местоимения, отдельное внимание необходимо уделить лишь местоимению: «*you*»; потому что оно вызывает эмоциональное доверие у аудитории, так как создается впечатление, что политик обращается к каждому члену аудитории в отдельности.

Необходимо отметить, что данная тактика, широко распространена в дебатах и в обращениях президентов США.

Можно сделать вывод, что данная стратегия реализуется в основном положительными языковыми средствами и носит положительный характер.

Однако в речевом поведении американских политиков существуют не только положительные и отрицательные стратегии, но и стратегии, которые выражают отношение между аудиторией и политиком напрямую.

2.3. Стратегия взаимодействия с аудиторией

В стратегию взаимодействия с аудиторией входит всего три основных тактики:

1. тактика размежевания;
2. тактика побуждения;
3. тактика обещания.

1. Тактика размежевания заключается в противопоставлении одного объекта или человека другому:

«Well, I'm really calling for major jobs because the wealthy are going to expand their companies, they're going to expand their companies, and they're going to do a tremendous job. I'm getting rid of the carried interests provision and if you really look, it's not a tax it's really not a great thing for the wealthy it's great thing for the middle class, it's a great thing for companies to expand and when these people are going to put billions and billions of dollars into companies, and when they're going to bring two and a half trillion dollars back from overseas where they can't bring the money back, because politicians like secretary Clinton won't allow them to bring the money back because the taxes are so onerous and the bureaucratic red tape so what is so bad.» (Donald J Trump)

В данном отрывке представлены сразу два противопоставления – это противопоставление богатых и среднего класса, а также противопоставление политики Трампа политике Хиллари Клинтон. В речи политика встречаются сравнения и колокации: *«because politicians like secretary Clinton, bureaucratic red tape»*.

Итак, тактика размежевания призвана противопоставлять нечто положительное (напр. политику одного оппонента), чему-то отрицательному (напр. политику другого оппонента). В этом случае будет достигнут эффект, производимый на аудиторию. В тактике могут применяться различные

языковые средства, но чаще всего используются сравнения.

2. Тактика побуждения широко используется в американском политическом дискурсе во время предвыборных компаний, дебатов и др.:

«If we set these goals and we go together to try to achieve them, there is nothing in my opinion that America can't do so that's why I am sure that we will come together in this campaign obviously...» (Hillary Clinton)

В данном случае кандидат в президенты Хиллари Клинтон надеется на то, что люди придут проголосовать за нее на избирательный участок, помимо этого, она пытается побудить их сделать это: *«I am sure that we will come together in this campaign»*. Также она использует предложение условия, чтобы расположить к себе патриотически настроенную аудиторию и подтолкнуть их к голосованию.

В итоге, тактика побуждения призвана настраивать людей совершать те или иные поступки, которые так или иначе выгодны манипулятору.

3. Очередная тактика в рамках стратегии взаимодействия с аудиторией – это тактика обещания, она призвана положительно настроить аудиторию по отношению к политику:

«I am hoping to be elected in November and... I can promise you I will work with every American». (Hillary Clinton)

Несмотря на то, что обещание работать с каждым американцем звучит абсурдно, человеческий мозг воспринимает обещание сделать что-либо как дружественный жест, соответственно данная тактика вызывает доверие у аудитории. Зачастую тактика реализуется посредством глаголов: *«promise, swear, will»*.

Подводя итог, необходимо сказать, что тактика вызывает у людей доверие на эмоциональном уровне, потому что незнакомые люди почти не используют в речи глаголы, которые образуют данную тактику, соответственно, политик может заслужить колоссальное доверие у

аудитории.

Помимо перечисленных выше тактик, мы выявили тактику, которая относится к стратегии взаимодействия с аудиторией, мы назвали ее тактикой контраста:

«My plan has five basic parts. One get us energy independent, North American energy independent. That creates about million jobs. Number two, open more trade, particularly in Latin America; crack down on china when they cheat. Number three, make sure people have the skills they need to succeed and the best schools in the world. We're far away from that now». (Mitt Romney)

Стоит отметить, что для данной тактики характерно, когда автор сначала описывает (будущую) ситуацию с положительной стороны, а затем возвращается к реальной негативной ситуации. В тактике широко используются языковые средства с положительной коннотацией и завершается она одним коротким предложением, имеющим негативную окраску: *«We're far away from that now»*. В данном примере не употребляются особые языковые средства помимо местоимения: «мы», которое сближает политика с аудиторией.

Итак, тактика контраста направлена на прямое взаимодействие политика с аудиторией, поэтому мы отнесли ее к стратегии взаимодействия с аудиторией.

Основные стратегии манипулирования в речевом поведении американских политиков (стратегия дискредитации оппонента, стратегия положительного описания и стратегия взаимодействия с аудиторией) могут быть дополнены большим количеством тактик, однако мы выделили самые употребляемые в американской политической коммуникации тактики, относящиеся к данным стратегиям. Следующим этапом нашей работы станет систематизация данных о языковых средствах, встречающихся в речевом поведении американских политиков.

2.4. Вербальные и невербальные средства, используемые для выражения стратегий и тактик манипуляции в речевом поведении американских политиков

В ходе исследования нами было выделено несколько основных приемов, посредством которых выражаются те или иные стратегии манипулирования в речевом поведении американских политиков. Стоит отметить, что выбор тех или иных средств не зависит от употребления конкретной тактики, например в стратегии дискредитации могут использоваться риторические вопросы:

«Hillary Clinton: I have a feeling that by the end of this evening I'm going to be blamed for everything that's ever happen...

Donald J Trump: oh, why not?»? (Стратегия дискредитации, тактика иронии)

В данном случае Дональд Трамп использует риторический вопрос для реализации одной из тактик стратегии, однако не во всех случаях данная тактика реализуется с помощью риторического вопроса, в предыдущем разделе она реализовывалась с помощью различных коннотаций.

Стоит отметить, что в речевом поведении американских политиков для реализации тех или иных тактик активно используется интонация и выделение голосом, однако данные приемы реализуются на фонетическом уровне и только в совокупности с лексическими и грамматическими приемами.

На лексическом уровне в выступлениях всех политиков присутствуют: гиперболы, метафоры, перифраз. Особенно часто в речи политиков встречаются уточнения, это объясняется спонтанностью речи. Особенно широко распространены в речевом поведении американских политиков такие

средства, как дейктики (местоимения: вы, мы), эвфемизмы, дисфемизы, а также различные коннотации:

«We are going to rebuild America and we are going to abolish...» (Barack Obama)

В данном примере использованы два дейктика, в роли которых выступает местоимение «we», употребление данного приема переносит ответственность с политика за его поступки на весь народ, в том числе и на ту группу населения, которая в принципе не связана с политической сферой. Стоит отметить, что такого рода прием встречается в 98% политических речей.

«I will make the America great again, because it is a great country with huge possibilities, even though sometimes we face with little difficulties» (Donald J Trump)

В данном случае политик использует эвфемизмы, то есть слова с положительной окраской, которые представляют ситуацию в положительном свете. В представленном примере – это: *«huge possibilities, great», «little difficulties»* – причем в первом случае автор создает положительный эффект на аудиторию за счет использования языковых средств с положительной окраской, а во втором случае автор сглаживает ситуацию, называя трудности маленькими или незначительными он формирует у аудитории поположительнее восприятие ситуации.

«That is so bad about her plan, she will stay in demolished country and I was thinking about that not even problem, it a disaster...» (Mitt Romney)

Существует и противоположный эвфемизмам прием – дисфемизы их целью является, наоборот, негативное описание той или иной ситуации, аудитория автоматически начинать воспринимать ситуацию негативно, дисфемизы выражены в языке с помощью языковых средств с негативной коннотацией в данном случае это: *«demolished country, disaster»*:

«This is the most peculiar thing I've ever seen in my life, you know they were exploiting them for many years, and now...» (Barack Obama)

Следующий наиболее часто встречающийся прием – это использование различных коннотаций, в приведенном ниже примере, использованы негативные коннотации слов *«peculiar, exploiting»*. Описанные слова всегда обладают негативной коннотацией за счет этого создается представление ситуации в негативном свете.

В изученном материале не использовались с целью манипулирования человеческим сознанием: неологизмы, номинализация, метонимии, конверсивы.

На грамматическом уровне активно используются: различные вопросительные, отрицательные формы предложений. Для усиления эмоциональности высказывания также используются формы глаголов длительного времени и параллелизм конструкций:

Отрицательные формы часто встречаются в жанре теледебатов и зачастую усиливают эффект негативного отношения к противнику, например:

«She didn't care about the Isis, the government didn't care, the world didn't care, only one thing she cares about is Russia». (Donald J Trump)

Использование длительного времени также широко распространено в речевом поведении американских политиков, например:

«He has been doing this for many years, and still we haven't got any results». (Mitt Romney)

В данном случае форма длительного времени придает определенной эмоциональности высказыванию и показывает негативное отношение говорящего к ситуации.

В политических выступлениях часто используются элементы синтаксического параллелизма, например:

«It was awful, it was bad, it was ...as it was...and personally, I guess, that it was terrible, it is what I call: Trump up people down». (Hillary Clinton)

Параллелизм конструкций не только усиливает эмоциональность высказывания, но и акцентируют внимание публики на высказывании политического деятеля за счет использования повторов.

Итак, можно сделать вывод, что в современном американском речевом поведении в политической коммуникации используются не все приемы манипуляции, описанные нами в теоретической главе работы.

Однако помимо вербальных средств в речевом поведении существуют и невербальные средства выражения манипуляции, поэтому следующим шагом должна стать систематизация изученных в течение написания работы невербальных средств выражения манипулирования в речевом поведении американских политиков.

Однако стоит отметить, что невербальные способы манипулирования стоит рассматривать только в совокупности с вербальными способами выражения манипулирования в речевом поведении американских политиков.

Например, политики часто используют для подтверждения своей позиции активную жестикуляцию, которая привлекает внимание аудитории и создает определенный индивидуальный образ или имидж политика, в ходе исследования было выявлено, что у каждого политика есть определенный набор часто используемых в выступлениях жестов (Приложение А).

Другой невербальный способ манипулирования, который тесно связан с вербальными выражениями манипулирования – это мимика. Мимические манипуляции популярны в регламентированных жанрах, таких как теледебаты, так как отношение политика к ситуации мы понимаем не через вербальные конструкции языка, а через микровыражения лица оппонента (Приложение А).

Не только жесты и мимика играют важную роль в манипулировании,

только в совокупности с позой мы можем увидеть целую невербальную манипуляцию, как правило невербальное манипулирование проявляется не через один канал (только жесты или мимику), а через три вышеуказанных канала в совокупности (Приложение Б).

Существует и другой вид невербального манипулирования, который можно отнести к группе манипулирования цветом. Например, политики в зависимости от мероприятия одевают одежду определенных цветов. Если мы рассматриваем дебаты, то для них характерно использование агрессивных цветов и оттенков, в особенности красного цвета. Если это программные речи, то одежда политиков состоит из более приглушенных и спокойных цветов, так как красный цвет, вызывает у аудитории в основном негативные эмоции (Приложение Б).

Невербальное манипулирование может включать в себя и цвет фона на котором выступает политический деятель, в основном политики выбирают нейтральные тона для своих выступлений, чтобы не настраивать аудиторию на негативные или позитивные эмоции подсознательно, однако в программных речах и иннаугурационных речах часто встречаются выступления политиков с американским флагом на заднем фоне, что несомненно, настраивает аудиторию на патриотизм (Приложение В).

Однако в рамках данной работы нам не удалось выявить других видов невербального манипулирования таких как контакт глазами, походка и др., так как данные типы манипулирования не присутствуют в выделенных для анализа жанрах.

В итоге, можно сказать, что политики не только умело манипулируют языковыми средствами, но также, используют и невербальные средства для манипуляции человеческим сознанием и получения нужных результатов и настроений в обществе.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В ходе исследования были выявлены основные стратегии тактики манипулирования в речевом поведении американских политиков. Было также выявлено, что все основные стратегии подчиняются одной макростратегии, в данном случае, макростратегии манипулирования, то есть все представленные стратегии и тактики направлены на манипулирование человеческим сознанием.

В процессе анализа существующих стратегий и тактик манипулирования в речевом поведении американских политиков удалось составить классификацию наиболее часто встречающихся в речевом поведении американских политиков:

1. Стратегия дискредитации оппонента:

- тактика «анализ-минус»;
- тактика обвинения;
- тактика безличного обвинения;
- тактика обличения;
- тактика оскорбления;
- тактика угрозы;
- тактика иронии.

2. Стратегия положительного описания:

- тактика «анализ-плюс»;
- тактика положительной презентации;
- тактика самооправдания;
- тактика отвода критики;
- тактика защиты;
- тактика обращения на равных.

3. Стратегия взаимодействия с аудиторией:

- тактика размежевания;
- тактика побуждения;
- тактика обещания;
- тактика контраста.

Среди представленных тактик были выявлены в ходе исследования: тактика контраста (политик сначала описывает событие в положительном свете, а потом в резко негативном, чтобы вызвать определенные эмоции у публики); тактика иронии (политик использует различные речевые фигуры, чтобы высмеять и дискредитировать оппонента); тактика защиты (политик пытается защитить себя с помощью различных приемов); тактика обращения на равных (использование личных местоимений и различных риторических приемов для сближения с аудиторией).

Стоит отметить что наиболее широко стратегии и тактики манипуляции используются в таких жанрах, как: теледебаты, общественно-политические ток-шоу. В монологических жанрах элементов манипулирования мало, либо, но в принципе отсутствует.

Манипулирование в речевом поведении американских политиков в основном выражено вербальными средствами языка, причем наиболее часто используются: интонация, ритм, метафоры, дейктики, параллелизм конструкций, риторические вопросы и др.

Однако можно отметить и ряд невербальных средств выражения манипулирования, так как мы изначально рассматривали термин «речевое поведение» в совокупности с паралингвистическими факторами. Невербальные средства манипулирования присутствуют в равной степени как в диалогических, так и в монологических жанрах. Наиболее часто такое манипулирование проявляется с помощью различных жестов, цвета одежды политика, а также цвета фона и в ряде ситуаций других факторов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотрев основные определения термина «речевое поведение», мы пришли к выводу, что в данной работе под речевым поведением мы будем понимать, как весь комплекс отношений, включенных в коммуникативный акт, то есть вербальную и невербальную информацию, паралингвистические факторы, а также место время речевого акта, обстановку, в которых этот факт происходит.

Мы рассмотрели политическую коммуникацию и ее основные особенности, чтобы выявили стратегии и тактики манипулирования в речевом поведении американских политиков, чтобы достоверно выявить стратегии и тактики манипулирования в речи американских политиков.

Устная политическая коммуникация включает в себя ряд жанров, в первую очередь это монологические и диалогические жанры. В данной работе внимание акцентируется на диалогических жанрах, таких как теледебаты, потому что данные жанры интересны для рассмотрения с точки зрения наличия в них манипулирования. Однако и монологические жанры интересны в данном исследовании так как в них явно проявляются элементы невербального манипулирования, такие как манипулирования цветом, манипулирование фоном, на котором выступает политик и манипулирования посредством жестов, мимики и поз. В зависимости от исследуемого жанра будут варьироваться средства выражения манипулирования в речи американских политиков.

Анализ стратегий и тактик манипулирования в речевом поведении американских политиков позволяет не только изучить основные приемы манипулирования в данной культуре, но и дает представление об основных принципах манипулирования в других культурах.

В ходе исследования были выделены основные стратегии и тактики манипулирования в речевом поведении американских политиков, а также

четыре дополнительных, выявленных в ходе исследования тактики, в результате чего была составлена максимально полная классификация стратегий и тактик манипулирования.

В зависимости от жанра политического выступления используются различные стратегии и тактики.

Для речевого поведения американских политиков в монологических жанрах характерно использование стратегии положительного описания и стратегии взаимодействия с аудиторией, но для данного типа жанров не характерна стратегия дискредитации.

Для диалогических жанров характерно использование всех трех стратегий манипулирования, однако в данных жанрах представлена стратегия дискредитации, она часто встречается в американские политические выступления и имеет различные вербальные и невербальные способы выражения.

В ходе проведенной работы были выявлены наиболее часто используемые при реализации вербального манипулирования языковые средства – это: дейктики, метафоры, параллелизм, эллипсис и др.

Также мы выявили основные невербальные средства манипулирования, которые входят в понятие «речевое поведение», и, в основном, применяются в монологическом жанре политической коммуникации.

Таким образом, результаты исследования показывают основные способы выражения манипулирования в американской лингвокультуре, и, изучив представленные способы мы не только сможем выявлять их в дальнейшем, но и не подвергаться наиболее распространённым приемам манипулирования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акопова Д.Р. Языковая манипуляция, 2013. // Научная статья [Электронный ресурс]. URL: http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/19931778_2013_-_6-1_unicode/64.pdf (дата обращения: 18. 01.2018).
2. Беглов С.И. Внешнеполитическая пропаганда М. Мысль, 1993. 366 с.
3. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. Л.: Лениздат, 1992. 400 с.
4. Бессонов Б.Н. Идеология духовного подавления. М.: Мысль, 1971. 295 с.
5. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти. Москва: Язык и моделирование социального взаимодействия, М.,1987. 88-125 с.
6. Бориснев С.В. Социология коммуникации. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 270 с.
7. Варгина Е.И. Научный текст и его воздействие. СПб.: филологический факультет СПбГУ, 2004. 212 с.
8. Виноградова С.А. Инструменты манипуляции // Научная статья [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://studfiles.net/preview/5898623/> (дата обращения: 18.01.2018).
9. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М.: Наука, 1993. С. 16.
10. Власов А.И. Политические манипуляции. М.,1982. 98с.
11. Власян Г.Р. Природа речевого воздействия // Вестник Челябинского государственного университета. 2007. Вып. 16. С. 31–34.

12. Вусик А.Л. Речевая манипуляция – вид языкового воздействия в политическом дискурсе [Электронный ресурс] // URL: <http://www.ling-expert.ru/conference/langlaw5/vusik.html> (дата обращения: 07.09.2017).
13. Выготский Л.С. Мышление и речь. Москва: Лабиринт, 1999. 352 с.
14. Городницкий Е.И. Коммуникация в политической сфере, 2013. // Научная статья [Электронный ресурс] // URL: https://otherreferats.allbest.ru/political/00313650_0.html#text (дата обращения: 07.06.2018).
15. Дейк Т.А. Ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 40-47 с.
16. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: Издательство МГУ, 1997. 344 с.
17. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. 42 с.
18. Ефремова Т.Ф. Толковый словарь русского языка. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.jiport.com/?sname=efr> (дата обращения 05.09.2017).
19. Зимняя И.А. Лингвопсихология речевой деятельности. М.: НПО «МОДЭК», 2001. С. 56.
20. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Едиториал, 2003. 200 с.
21. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск, 1999. 284 с.
22. Иссерс О.С. Что говорят политики своему народу, чтобы понравиться // Вестник Омского университета, 1996. Вып. 1. С. 71-74.
23. Кара-Мурза С.Г. Краткий курс манипуляции сознанием. М.: Алгоритм, 2003. 285 с.

24. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм-Эксмо, 2005. 832 с.
25. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гносиз, 2004. С. 8.
26. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. М.,: Перемена, 2000. 5-20 с.
27. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
28. Кирьянова А.А. Теледебаты как жанр, 2014. // Научная статья [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskie-teledebaty-kak-zhanr-mediadiskursa-na-materiale-frantsuzskogo-yazyka> (дата обращения: 07.06.2018).
29. Кобрина Н.А. Исторические предпосылки к становлению когнитивного направления в лингвистике // Вопросы когнитивной лингвистики, No. 4, 2009. С. 5-10.
30. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа СПб.: Златоуст, 1999. 320с.
31. Кубрякова Е.С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира, 2004. 560 с.
32. Михайлова Т.И. Невербальная манипуляция, 2018. // Научная статья [Электронный ресурс] // URL: <http://www.edubrilliant.ru/brigens-101-1.html> (дата обращения: 07.05.2018).
33. Михалева О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. М.: Либроком, 2009. 256 с.

34. Огнева А.А. Особенности жанра, 2009. // Научная статья [Электронный ресурс] // URL: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2009/osiya/ogneva.pdf (дата обращения: 07.06.2018).
35. Паршин П.Б. Об оппозиции системоцентричности и антропоцентричности применительно к политической лингвистике [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2000/> (дата обращения: 18.01.2018).
36. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение М.: Флинта Наука, 2006. С. 42.
37. Рождественский Ю.В. Теория риторики. 2-е изд. М.: Добросвет, 1999. 462 с.
38. Селезнева Л.В. Направления и подходы в теории дискурса М.: Флинта: Наука, 2014. 168 с.
39. Соколова В.В. Культура речи культура общения. М.: Наука, 1995. С. 151.
40. Стернин И.А. О понятии коммуникативного поведения. М.: Наука, 1989. С. 279.
41. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж. 2001. 178 с.
42. Супрун А.Е. Лекции по теории речевой деятельности. Минск: БГУ, 1996. С. 125.
43. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка М.: Альта-принт, 2005. 1239 с.
44. Харе Р., Брокмайер И. Нарратив: проблемы и обещания одной альтернативной парадигмы. Вопросы философии, №3. 2000. С. 29-42.
45. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М.: Флинта: Наука, 2006. 134 с.

46. Шарков Ф.И. Коммуникология: социология массовой коммуникации. Учебное пособие. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко». 408 с.
47. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. // [Электронный ресурс]. URL: www.lib.ua-ru.net/diss /cont/94853.html. (дата обращения: 07.09.2017).
48. Шостром Э. Человек-манипулятор. Внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации. М.: Апрель-Пресс, Психотерапия, 2008. 192 с.
49. Chilton P. Political Terminology. // Handbook of applied linguistics. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co, 2008. P. 42 –226.
50. Chilton P., Schaffner C. Introduction: Themes and Principles in the Analysis of Political Discourse. Oxford: Blackwell Publishing, 2002. 201 p.
51. Chilton P., Schaffner C. Politics as Text and Talk: Analytic Approaches to Political Discourse. Amsterdam: John Benjamin's Publishing Company, 2004. P.1 – 29.
52. David M.K. Language, Power and Manipulation: The Use of Rhetoric in Maintaining Political Influence [Электронный ресурс] // URL: <https://goo.gl/mX4qe1> (дата обращения: 07.09.2017).
53. Diamond P. Power in Verbal Interaction: A Study of Discourse in a Close-knit Social Network. Amsterdam: John Benjamin's Publishing Company, 1995. P. 44–48.
54. Gallie W.B. Essentially contested concepts. Proceedings of the Aristotelian Society. Oxford: Oxford University Press, 1956. P. 167–198.
55. Graber D.A. Political languages // Handbook of Political Communication. Beverly Hills: Sage Publications, 1981. P. 195–224.
56. Kadmon N. Formal pragmatics. Semantics, pragmatics, presupposition, and focus. Oxford: Blackwell Publications, 2001. P. 55–62.

57. Kenzhekanova K., Zhanabekova M., Konyrbekova T. Manipulation in Political Discourse of Mass Media // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. MCSER Publishing, Rome-Italy, 2015. 171:1. P. 325–336.
58. Langacker G. W. *Foundations of Cognitive Grammar*. Stanford : Stanford University Press, 1987. 120 p.
59. Liebes T., Ribak R. A mother's battle against TV news: a case study of political socialization. *Discourse and Society*, 1991. 202 p.
60. Maillat D., Oswald S. *International Review of Pragmatics Defining Manipulative Discourse: The Pragmatics of Cognitive Illusions*. University of Fribourg and University of Neuchâtel, 2009. P. 348-370.
61. Orwell G. *Politics and the English language* // *The English Language Vol. 2: Essays by Linguists and Men of Letters*. Cambridge: Cambridge University Press, 1964. 40:5. P. 217–19.
62. Shawqi K. *Manipulation of Meaning in Political Discourse*. University of Diyala, College of Education of Human Sciences, 2013. P. 1-13.
63. Thomas A., Mattson M. From words to meaning: a semantic illusion. // *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior* 20, 1981. 2:40. P. 540-552.
64. Van Dijk T.A. *Discourse, knowledge, power and politics Towards Critical Epistemic Discourse Analysis*. [Электронный ресурс] // URL: <https://goo.gl/98rrKj> (дата обращения: 07.09.2017).
65. Van Dijk T.A. *Discourse and manipulation*. Beverly Hills: SAGE Society Copyright Publications, 2006. P. 359–383.
66. Wilson D., Sperber D: *Relevance Theory*. // *Handbook of Pragmatics*. Oxford: Blackwell Publishing, 2004. P. 607–632.
67. Wilson J. *Political Discourse*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd, 2001. P. 398-415.

Примеры невербального манипулирования

Манипулирование, проявляемое в жестах:



Манипулирование, проявляемое в мимике:



Примеры невербального манипулирования

Манипулирование, проявляемое в позе:



Манипулирование, проявляемое в цвете одежды:



ПРИЛОЖЕНИЕ В

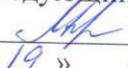
Примеры невербального манипулирования

В цвете фона:






Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК
 О.В. Магировская
« 19 » июня 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ В РЕЧЕВОМ
ПОВЕДЕНИИ АМЕРИКАНСКИХ ПОЛИТИКОВ

Выпускник  В.А. Ольшевская
Научный руководитель  канд. филол. наук,
доц. каф. ИЯГН
Н.В. Немчинова
Нормоконтролер  А.В. Тарасенко

Красноярск 2018