

Д. П. Жигулин

**СПОСОБЫ ЭКСПЛИКАЦИИ СТРАТЕГИИ
МАНИПУЛИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИЕЙ
В АМЕРИКАНСКОМ ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ**

Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград, Россия

Поступила в редакцию 02.08.2024 г.

Принята к публикации 11.11.2024 г.

doi: 10.5922/vestnikpsy-2025-1-3

31

Для цитирования: Жигулин Д. П. Способы экспликации стратегии манипулирования информацией в американском предвыборном дискурсе // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Филология, педагогика, психология. 2025. №1. С. 31 – 40. doi: 10.5922/vestnikpsy-2025-1-3.

Рассматриваются особенности применения средств языковой манипуляции Дж. Байденом и Д. Трампом – участниками политических дебатов в ходе президентской предвыборной кампании 2020 г. в США. Стратегия манипулятивного воздействия на массового адресата посредством выгодной для речедеятеля подачи информации понимается как одна из важных стратегий агонального дискурса, подразумевающего состязательный характер коммуникации. Выявляются и анализируются пять речевых тактик, служащих средством реализации рассматриваемой стратегии, а именно тактики ухода от ответа, подмены вопроса, спекуляции, генерализации и уточнения. Интерпретируется персуазивный потенциал релевантных языковых единиц, функционирующих в качестве экспликаторов установленных речевых тактик. Констатируется универсальный характер стратегии манипулирования информацией в рамках президентского предвыборного дискурса.

Ключевые слова: политический дискурс, президентский предвыборный дискурс, агональность, речевая манипуляция, Байден, Трамп

Одним из типов дискурса, являющихся актуальными объектами современных лингвистических исследований, служит политический дискурс, предназначенный для политической коммуникации, выработки общественного консенсуса, принятия и обоснования социально значимых решений. Его реализация, которая может осуществляться в разных формах, нередко представляет собой словесные дебаты, отражающие борьбу за лидерство между общественными и политическими деятелями и создающие тем самым достаточно значимые в современном мире «шоу». Вполне понятно, что политики, принимающие участие в подобных дебатах, используют широкий набор средств и способов манипуляции с целью склонить зрителей коммуникации – потенциальный электорат – на свою сторону. Этим объясняется языковая специфика



данного типа дискурса, для которого характерны полемичность, социально-релевантная лексика и терминология, средства стилистической выразительности, повышенная эмоциональность, агрессивность и активное использование элементов разговорной речи.

Особую роль в политическом дискурсе играет президентская риторика, в частности та, которая имеет место в период выборов, так как именно в процессе предвыборной гонки кандидаты стараются максимально обострить характер дискуссии [1, с. 126]. С этой целью они используют недостатки политической программы оппонента для принижения его авторитета, акцентируют внимание на острых социальных проблемах и предлагают способы их решения для оказания влияния на потенциальный электорат. В пространстве совокупного президентского дискурса предвыборная риторика представляет собой сложное коммуникативное образование, которое относится как к институциональному типу дискурса, так и к неинституциональным типам — ритуальному и риторическому. Такая гетерогенность данного вида коммуникации обусловлена характерными особенностями предвыборного процесса: от кандидата, особенно на высший государственный пост, требуется не только показать преимущества своей политической программы, но и продемонстрировать доминантность собственной личности над личностью оппонента путем создания имиджа «твердой руки» — человека, способного решить государственные проблемы и противоречия [2, с. 159]. Важным элементом президентского предвыборного дискурса являются дебаты, а также речи перед сторонниками и колеблющимися, что позволяет ораторам применять наиболее широкий арсенал риторических приемов и разнообразных средств манипуляции.

Вполне понятно, что для политического дискурса в целом и для президентского предвыборного дискурса в частности характерна состязательность, традиционно рассматриваемая как феномен агональности. Термин «агональность», происходящий от греческого слова *agon* и обозначающий борьбу, состязание, применительно к процессу коммуникации подразумевает модус общения при обязательном наличии противоборствующих сторон, которые при помощи определенных стратегий и тактик добиваются превосходства по какому-либо параметру [4, с. 146; 5]. В рамках данной статьи под агональностью мы подразумеваем систему вербальных знаков, выступающих в качестве маркеров противостояния кандидатов на президентский пост в процессе политических дебатов.

Характер агональной коммуникации определяется интенциональными установками политиков и их поведенческими нормами, реализация которых осуществляется на основе самопрезентации. При этом константной составляющей агонального дискурса является оказание кандидатом на пост президента манипулятивного воздействия на реальный и потенциальный электорат для достижения конечной цели — победы на выборах.

Известно, что в условиях политической коммуникации манипуляция служит главным средством достижения цели — захвата и удержания власти, однако понятие манипуляции в лингвистике определяется исследователями по-разному. По мнению В. И. Карасика, речевые манипуляции следует понимать как нарушение аргументации, или псевдо-



аргументацию, то есть подтасовку фактов в качестве средства достижения целей посредством убеждения [3, с. 35]. В свою очередь, Л. Макензен трактует манипуляцию как элемент языковой игры, для которой характерно использование стереотипов, актуальной общественной повестки, абстрактных понятий и дефиниций, формирующих нужную говорящему «правду» [7, S. 96–97]. С точки зрения Г. Шиллера, следует отождествлять понятия «манипуляция» и «скрытое принуждение», поскольку, как считает исследователь, «для достижения наибольшего успеха манипуляция должна оставаться незаметной. Успех манипуляции гарантирован, когда манипулируемый верит, что все происходящее естественно и неизбежно» [6, с. 105].

Таким образом, в условиях президентского предвыборного дискурса его участники для достижения собственных манипулятивных целей прибегают к использованию агональных речевых стратегий и тактик, что позволяет оказать персуазивное воздействие не только на слушателей, но и на политического оппонента. Несмотря на то что в данном случае нередко наблюдается «жонглирование» реальными фактами, следствием чего становится их фальсификация, подобное воздействие также может осуществляться с опорой на вполне достоверную информацию, что происходит, в частности, в том случае, когда речедателем осуществляется критика явных ошибок оппонента. Однако в определенной риторической ситуации прямой ответ оппонента на такую критику, равно как и отказ от ответа в целях сохранения горизонтального коммуникативного равновесия, может последовать в виде его попытки уклониться от вопроса путем искажения входящей информации в выгодном для него свете [4, с. 146]. По нашему мнению, подобное речевое поведение может быть квалифицировано в качестве *стратегии манипулирования информацией*, в ходе применения которой говорящий в основном обращает внимание и реагирует на формальные признаки входящего речевого сообщения, искажая его суть.

В связи с этим мы обратились к исследованию языкового материала, содержащегося в текстах предвыборных дебатов, имевших место на президентской гонке 2020 г. между кандидатом от Демократической партии Джоозефом Байденом и его соперником из Республиканской партии, 45-м президентом США, Дональдом Трампом. На основе полученных результатов нами было установлено, что стратегия манипулирования информацией реализуется в проанализированных текстах посредством использования речедателями тактик ухода от ответа, подмены вопроса, спекуляции, генерализации и уточнения.

Использование первой упомянутой тактики — *уход от ответа* — можно наглядно проследить в ситуации, которая возникла при обсуждении кандидатами изменений в системе здравоохранения. В попытке уклониться от неудобного вопроса Трампа о причинах согласия Дж. Байдена с документом, предусматривающим изменения в системе здравоохранения «в духе социализма», последний просто переходит на личность своего оппонента, обвиняя его во лжи:

The fact is that everything he [Trump] is saying is simply a lie. I'm not here to call out his lies [8].



Такой эффект достигается посредством применения местоимения с генерализирующим значением (*everything*), использования модального интенсификатора (*simply*) для усиления значения сказанного, а также общей категоричностью заявления, сопровождающейся переходом на сниженный регистр общения.

В следующем сегменте дебатов, который был посвящен вакцинации населения в связи с пандемией COVID-19, модератор попросил обоих кандидатов прокомментировать возросшую обеспокоенность населения вакцинацией и нежелание граждан прививаться в форме следующего высказывания:

You say the public can trust the scientists, but they can't trust President Trump. In fact, you said that again tonight. Your running mate, Senator Harris, goes further, saying that public health experts quote, "Will be muzzled, will be suppressed." Given the fact that polls already show that people are concerned about the vaccine and are reluctant to take it, are you and your running mate, Senator Harris, contributing to that fear? [8].

Реакцией Дж. Байдена на это заявление служит его обращение к той же тактике ухода от ответа, в результате чего он делает объектом обсуждения не подразумеваемую проблему, а своего оппонента, обвиняя его в оказании давления на ученых, занимающихся вопросами здравоохранения:

No more than the question you just asked him. You pointed out he puts pressure and disagrees with his own scientists [8].

Что касается Д. Трампа, на ответ которого ссылается Дж. Байден, то кандидат от республиканцев, чтобы избежать разговора на неудобную для него тему, также применяет аналогичную тактику, начиная критиковать прошлые ошибки своего оппонента, подчеркивая важность собственных достижений и принижая роль соперника в дискуссии. В языковом плане маркерами подобной коммуникативной позиции являются формы сослагательного наклонения (*could have done*), лексика сниженного стилистического регистра (*big pharma, okay*), акцентуация Трампом важности и уникальности собственной личности за счет употребления личного местоимения первого лица I (*I'm not surprised; I'm cutting; I'm going* и т.д.) и отрицательных местоимений *no* и *nobody*:

Well, first of all, I guess I'm debating you, not him, but that's okay. I'm not surprised. Let me just tell you something. There's nothing symbolic. I'm cutting drug prices. I'm going with Favored Nations, which no President has the courage to do because you're going against big pharma. Drug prices will be coming down 80 or 90 %. You could have done it during your 47-year period in government, but you didn't do it. Nobody's done it. So we're cutting healthcare [8].

В данном фрагменте обращает на себя внимание также и тот факт, что Д. Трамп начинает свою реплику, демонстративно исключая из участия в коммуникации соперника и непосредственно обращаясь к задавшему вопрос модератору, в результате чего Дж. Байден оказывается своего рода «третьим лишним» в этой дискуссии.



Следующая выделенная нами тактика, связанная с *подменой вопроса*, реализуется обоими речедателями в результате перехода каждого из позиции отвечающего в позицию нападающего посредством формулировки встречных вопросов, что позволяет направить дискуссию в выгодную для говорящего сторону.

В продолжение обсуждения темы пандемии возникает вопрос о возможности введения рестриктивных мер для граждан в связи с растущим количеством заболевших, что опровергалось действующей на тот момент администрацией Трампа. Высказывание Дж. Байдена относительно целесообразности ограничительных мер подобного рода выглядело следующим образом:

Do you believe for a moment what he's telling you in light of all the lies he's told you about the whole issue relating to COVID? [8].

Как очевидно, вместо ответа на прямой вопрос модератора Дж. Байден адресует другой вопрос публике, что ставит под сомнение не только содержание предыдущих речей Д. Трампа, но и его правдивость.

Аналогичная тактика подмены вопроса применяется и самим Д. Трампом в ходе обсуждения ситуации с COVID-19, когда оппонент спрашивает его о причинах бездействия в первые дни пандемии. При формулировке своего вопроса Дж. Байден утверждает, что более умный президент не допустил бы такого количества жертв. В ответ на эту реплику Д. Трамп переключает посредством риторического вопроса внимание публики на многочисленные недостатки своего политического соперника. В языковом плане Д. Трамп использует прием лексического повтора (*don't ever use*), усиливая тем самым выражение своего негативного отношения к ментальным способностям оппонента. Так, прямо указывая на слабость памяти Дж. Байдена (*but you forgot*) и его весьма плохую успеваемость в годы студенчества (*either the lowest or almost the lowest*), он одновременно акцентирует внимание на явных нестыковках в интерпретации Байденем собственной биографии (*So you said you went to Delaware State... You didn't go to Delaware State*):

*Did you use the word smart? So you said you went to Delaware State, but **you forgot** the name of your college. **You didn't go to Delaware State**. You graduated either **the lowest or almost the lowest in your class**. Don't ever use the word smart with me. Don't ever use that word [8].*

Очередной тактикой, реализующей стратегию манипуляции, является установленная нами *тактика спекуляции*, которая используется в речах обоих претендентов при обсуждении международных отношений. На вопрос модератора о взаимоотношениях с Китаем Дж. Байден отвечает, что «заставит Китай играть по правилам», за что его высмеивает Д. Трамп, замечая, что именно его администрация добилась наибольших успехов в вопросе защиты американских производителей от притока дешевых товаров из Китая. Вслед за этим Д. Трамп задает встречный вопрос своему оппоненту о том, как он хотел бы заставить Китай «играть по правилам».



Реакцией Дж. Байдена на этот вопрос становится использование им в своей речке обозначенной выше тактики спекуляции для того, чтобы смоделировать некую нереальную ситуацию и тем самым уйти от прямого ответа:

There's a reason why he's bringing up all this malarkey. There's a reason for it. He doesn't want to talk about the substantive issues. It's not about his family and my family. It's about your family, and your family's hurting badly. If you're making less than, if you're a middle-class family, you're getting hurt badly right now. You're sitting at the kitchen table this morning deciding, well, we can't get new tires, they're bald, because we have to wait another month. Or, so are we going to be able to pay the mortgage? Who's going to tell her, she can't go back to community college? They're the decisions you're making in the middle class families like I grew up in Scranton and Claymont. They're in trouble [8].

Предположительный характер возможных негативных последствий для семей рядовых американцев в данных условиях формулируется говорящим посредством использования целого ряда языковых маркеров. К числу таких маркеров относятся сослагательное наклонение в рамках анафорического повтора (*If you're... if you're...*), апелляция к зрительской аудитории путем использования притяжательного местоимения 2-го лица (*it's about your family, and your family is hurting badly*), риторические вопросы, заданные как бы от лица простого человека (*...are we going to be able to pay the mortgage? Who's going to tell her, she can't go back to community college?*) и использование лексики фамиллярно-разговорного регистра (*malarkey*). Таким образом Дж. Байден подчеркивает несостоятельность аргументов оппонента, сокращает дистанцию между собой и электоратом и моделирует воображаемую ситуацию ухудшения уровня жизни рядовых граждан, чтобы представить политику оппонента в невыгодном свете.

При обсуждении темы пандемии Д. Трампу был задан вопрос о том, что он думает по поводу эффективности лицевых масок, так как общеизвестен тот факт, что 45-й президент США не считает их полезными в борьбе с коронавирусом. Для ответа на этот вопрос Д. Трамп также обращается к тактике спекуляции посредством использования модальных глаголов (*need, have to*), а также прилагательных в превосходной степени (*the biggest mask I've ever seen*), стремясь подчеркнуть абсурдность мер, применяемых оппонентом для сохранения собственного здоровья. Используя сравнение *I don't wear a mask like him...*, Трамп пытается сопоставить себя с Байденом с целью показать, что его оппонент значительно больше заботится о своем благополучии, чем о благе народа, в то время как он считает такие меры излишними как для самого себя, так и для всех членов общества:

No, I think masks are okay. You have to understand, if you look... I mean, I have a mask right here. I put a mask on when I think I need it. Tonight, as an example, everybody's had a test and you've had social distancing and all of the things that you have to, but I wear masks when needed. I don't wear a mask like him [Biden]. Every time you see him, he's got a mask. He could be speaking 200 feet away from him and he shows up with the biggest mask I've ever seen [8].



Следующей выделенной нами тактикой, способствующей актуализации стратегии манипулирования информацией, является *тактика генерализации*, которая, в частности, реализуется в цитируемом ниже фрагменте речи Дж. Байдена, пытающегося оправдать своего сына Хантера в связи с обвинениями в коррупционных связях в период его сотрудничества с иностранными компаниями:

Nothing was unethical. Here's what the deal. With regard to Ukraine, we had this whole question about whether or not, because he was on the board, I later learned, of Burisma, a company, that somehow I had done something wrong. Yet every single solitary person, when he was going through his impeachment, testifying under oath who worked for him, said I did my job impeccably. I carried out US policy. Not one, single, solitary thing was out of line [8].

37

Дж. Байден использует в своей речи «нейтральные» неопределенные местоимения (*nothing, something*) и цепочку синонимичных лексем общего характера (*not one, single, solitary thing*), что позволяет ему размыть ответ и снять таким образом с сына любые обвинения.

Другой важной темой для обсуждения становится вопрос Д. Трампа об уплате налогов его фирмами и бизнесами, в ответе на который он использует тактику генерализации:

I paid millions of dollars in taxes, millions of dollars of income tax. And let me just tell you, there was a story in one of the papers... [8].

Как следует из этой реплики, Д. Трамп избегает называть конкретные суммы уплаченных налогов, используя повтор числительных большого порядка (*millions of dollars... millions of dollars...*). С целью нивелировать возможные обвинения в свой адрес он упоминает некие клеветнические нападки на него в одном из печатных изданий, не называя его при этом и тем самым подчеркивая несостоятельность подобных инсинуаций (*...there was a story in one of the papers...*).

Еще одним любопытным примером может служить обращение претендентов на президентский пост к выявленной нами в ходе исследования *тактике уточнения*. Особенности ее применения проявились при обсуждении расовых проблем в США, отношение к которым во многом определило победителя на выборах. Данный вопрос интерпретируется Дж. Байденом в следующем виде:

So, one of the reasons why I ended up working on the East side of Wilmington, Delaware, which is 90 percent African American, was to learn more about what was going on [8].

Вполне очевидно, что применение тактики уточнения — упоминание оратором доли афроамериканского населения, проживающего в городе Вилмингтон, штат Делавэр (*90 percent African American*) — позволяет Дж. Байдену показать свою осведомленность об особенностях многонационального государства и продемонстрировать собственную вовлеченность в решение проблем, связанных с социальной защитой



населения. При этом изначальный вопрос модератора о трудностях, с которыми сталкиваются иммигранты на южной границе США, остается без ответа.

Что касается его политического конкурента, то Д. Трамп использует данную тактику при ответе на вопрос о тревожных тенденциях в области изменения климата:

*I do love the environment, but what I want is the cleanest, crystal clear water, the cleanest air. We have the best, **lowest number in carbon emissions**, which is a big standard that I noticed Obama goes with all the time. **Not Joe**. I haven't heard Joe use the term because I'm not sure he knows what it represents or means, but I have heard Obama use it. And we have **the best carbon emission numbers that we've had in 35 years**. Under this administration, we are working so well with industry, but here's what we can't do — **Look at China**, how filthy it is. **Look at Russia**. **Look at India**. It's filthy. The air is filthy [8].*

38

Применяя тактику уточнения, 45-й президент США подчеркивает наиболее важные для него аспекты этого вопроса, используя синонимы и превосходные степени прилагательных (*the cleanest, crystal clear water; the lowest number in carbon emissions, the best carbon emission numbers*). Кроме того, он переключает внимание аудитории на неудачи своего оппонента, сравнивая его с предыдущим президентом от Демократической партии, Бараком Обамой (*I noticed Obama... not Joe*). Д. Трамп также указывает на недостаточные, по его мнению, усилия других мировых держав в деле сокращения вредных выбросов в атмосферу, используя лексический параллелизм (*Look at China, Look at Russia, Look at India*). Одновременно он подчеркивает, что за последние 35 лет именно в период его правления в США, в 2017–2021 гг., были достигнуты наилучшие результаты в борьбе с катастрофическими последствиями изменения климата (*the best carbon emission numbers that we've had in 35 years*).

В результате на основе проанализированного языкового материала представляется возможным утверждать, что в условиях президентского предвыборного дискурса стратегия манипулирования информацией служит важным коммуникативным инструментом, необходимым для нивелирования последствий от негативных речевых действий оппонента и оказания позитивного влияния на электорат. Реализация этой стратегии осуществляется посредством использования тактик ухода от ответа, подмены вопроса, спекуляции, генерализации и уточнения. В ходе применения каждой тактики наблюдается функционирование разнообразных риторических приемов и лексических средств, однако желаемый персуазивный эффект достигается за счет своевременного «встраивания» оратором релевантных языковых элементов в ситуацию общения, что позволяет ему уйти от ответа на неудобный вопрос или переключить внимание аудитории на выгодный аспект обсуждения. Перспектива дальнейшего изучения агональных стратегий и тактик в президентском предвыборном дискурсе видится в расширении исследования спектра коммуникативных ситуаций и сравнении речевого поведения ораторов на примере разных языков и культур.



Список литературы

1. Демьянков В. З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2003. С. 116–133.
2. Михалева О. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. М., 2009.
3. Сентенберг И. В., Карасик В. И. Псевдоаргументация: некоторые виды речевых манипуляций // Речевое общение и аргументация. СПб., 1993. Вып. 1. С. 30–38.
4. Шейгал Е. И., Дешевцова В. В. Агональность коммуникации: структура понятия // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2009. Вып. 36. С. 145–148.
5. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2005.
6. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1980.
7. Mackensen L. Verführung durch Sprache. München, 1973.
8. Donald Trump and Joe Biden First Presidential Debate. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020> (дата обращения: 25.06.2024).

Об авторе

Денис Павлович Жигулин — ст. преп., Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Россия.

E-mail: zhigulinden@mail.ru

D. P. Zhigulin

MEANS OF EXPLICATING THE STRATEGY OF MANIPULATING INFORMATION IN AMERICAN ELECTORAL DISCOURSE

Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia

Received 02 August 2024

Accepted 11 November 2024

doi: 10.5922/vestnikpsy-2025-1-3

To cite this article: Zhigulin D. P., 2025. Means of explicating the strategy of manipulating information in american electoral discourse, *Vestnik of Immanuel Kant Baltic Federal University. Series: Philology, Pedagogy, Psychology*, №1. P. 31–40. doi: 10.5922/vestnikpsy-2025-1-3.

The article examines the use of linguistic manipulation techniques by Joe Biden and Donald Trump during the political debates of the 2020 U.S. presidential election campaign. The strategy of manipulative influence on the mass audience through presenting information in a manner advantageous to the speaker is understood as one of the key strategies of agonistic discourse, which implies a competitive nature of communication. Five linguistic tactics used to implement this strategy are identified and analyzed, namely evasion of an answer, question substitution, speculation, generalization, and clarification. The persuasive potential of relevant



linguistic units functioning as explicit markers of the identified speech tactics is interpreted. The universal nature of the strategy of information manipulation within the context of presidential campaign discourse is noted.

Keywords: political discourse, presidential election discourse, agonality, speech manipulation, Biden, Trump

The author

Denis P. Zhigulin, Assistant Professor, Immanuel Kant Baltic Federal University, Russia.

E-mail: zhigulinden@mail.ru