

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ И РЕЧЕВЫХ ПРИЕМОМ МАНИПУЛИРОВАНИЯ В АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДВЫБОРНЫХ ДЕБАТОВ Д. ТРАМПА И Д. БАЙДЕНА)

Г. А. Менщикова

Ключевые слова: дискурс, манипулирование, лексико-грамматические особенности, языковые средства, речевые приемы.

Keywords: discourse, manipulation, lexico-grammatical features, language means, speech techniques.

DOI 10.14258/filichel(2022)1–05

Выбор темы данной статьи обусловлен научным интересом в сфере политического дискурса, а именно в сфере воздействующего потенциала американского политического дискурса, изучения особенностей и предпочтений в выборе языковых средств и речевого поведения участников предвыборных дебатов — 2020 в США.

Целью статьи является анализ высказываний и характеристика стилистических и лексико-грамматических особенностей языковых средств и речевых приемов в предвыборных речах Д. Трампа и Д. Байдена, анализ их сходства / различия в ходе первых и последних дебатов, их общей динамики.

Теоретико-методологической базой исследования являются научные концепции таких ученых в области дискурс-анализа, как М. Фуко, N. Fairclough, Т. ван Дейк [Fairclough, 1989; Фуко, 1996; Djik, 1997; ван Дейк, 2000]. Изучение вопросов, затрагивающих речевые приемы манипулирования, проводилось на основе исследований И. А. Стернина [Стернин, 2001].

Методы исследования представлены такими общенаучными и частными методами, как наблюдение, описание, обобщение с элементами дискурсивного, контекстуального и контент-анализа политических текстов. Метод сплошной выборки был использован при сборе материала, описательный метод использовался при систематизации и обобщении результатов исследования. Кроме того, для определения частоты употребления языковых средств и речевых приемов манипулирования применялись приемы количественных подсчетов.

Для достижения поставленной цели и поиска ответов на обозначенные вопросы были изучены научные теории, проведен лингвистический анализ аутентичных материалов и имеющихся результатов лингвистических исследований. Результаты работы удалось получить в ходе анализа речи Д. Трампа и Д. Байдена в ходе первых и последних предвыборных дебатов, состоявшихся 29.09.2020 и 22.10.2020 соответственно. В результате анализа материала, представляющего собой предвыборную речь кандидатов в президенты, было отобрано 287 образцов речи, в структуре которых использованы особые языковые средства и речевые приемы, способные оказывать желаемое воздействие на аудиторию.

Изучению понятия «дискурс» посвящено большое количество работ и исследований. Учитывая особенности тематики статьи, широкое понимание дискурса должно сводиться к конкретной сфере — политической. В данной работе за основу берется понимание дискурса как совокупности текста и контекста, а именно предложенное Т. ван Дейком и получившее своё развитие в трудах N. Fairclough уравнение «дискурс = текст + контекст» [Крапивкина, Непомилов, 2014]. Т. А. ван Дейк определяет актуальный для данной работы термин как единство текста (или речи) профессиональных политиков, контекста, а также самих участников коммуникативной ситуации [Djik, 1997, p. 1–15].

Суть политического дискурса определяется на пересечении разных системообразующих факторов: порождение и восприятие дискурса, ментальное пространство дискурса, интенции политика, коммуникативный и социальный контекст, аксиологическая направленность [Андрюхина]. В основе порождения и восприятия политического дискурса находится когнитивный коррелят политической коммуникативной ситуации, в который включена информация о событиях, участниках, обстоятельствах, времени, месте, условиях их протекания, а также знание картины мира [Djik, 1997c. 15–20]. Ментальное пространство политического дискурса характеризуется определенным набором концептов — единиц, в которых хранятся знания о политической реальности. К последним можно отнести концепты «Power», «Values», «Family», «Country» и др. Намерения политика определяют прагматическую направленность политического дискурса и объясняют превалирование в нем определенных речевых актов: призывов, лозунгов, требований, обещаний. В коммуникативном и социальном контексте производства и восприятия политического дискурса проявляются такие его аспекты, как сам текст, эмоциональность, оценочность, ориентированность. Политическому дискурсу присущ аксиологический характер, названный «приматом ценностей над фактами, преобладанием воздействия и оценки над информирова-

нием, эмоционального над рациональным» [Шейгал, 2000, с. 51]. В основе ценностного подхода лежит концептуальная дихотомия «СВОЙ — ЧУЖОЙ». Очевидно, что каждый из этих факторов выступает источником манипулятивного воздействия на аудиторию.

В концепции представителя французского дискурса-анализа М. Фуко дискурс понимается как связная последовательность высказываний, условием порождения которых служит некая эпистема, присущая той дискурсивной формации, в рамках которой эти высказывания порождаются. Эпистемы представляют собой исторически изменяющиеся структуры, которые определяют условия образования сознания и культуры в конкретный исторический период развития того или иного общества [Автономова, 2008, с. 7–27].

Существует множество разновидностей дискурса, но наиболее часто изучение институциональных дискурсов. Например, «М.Л. Макаров выделяет такие виды институционального дискурса, как дискурс кросскультурной и субкультурной коммуникации, среды обитания, исторические, медиадискурсы, арт-дискурсы и, конечно, политические дискурсы» (цит. по: [Сидельникова, Стаценко, Мутыгуллина, 2017, с. 63–64]). Актуальным для данной работы будет понимание политического дискурса как совокупности последовательных высказываний, связанных между собой идеологическим контекстом, а также намерением участников коммуникативной ситуации не только передать информацию, но и оказать определенное влияние на участников коммуникативной ситуации.

Известно, что использование языка в процессе коммуникации не сводится лишь к передаче информации. Важно, что с помощью определенных средств языка можно воздействовать на адресата, можно убедить аудиторию в чем-либо, т.е. можно управлять широким кругом лиц, отличающихся друг от друга по уровню образования, культуре и др. Умелое использование языка активно формирует нужное власти общественное мнение, являясь важным средством завоевания и удержания власти [Маслова, 2008, с. 43–48]. «В демократических государствах стало необходимо убеждать при выборах, в условиях плюрализма мнений и политической жизни, в условиях политической борьбы — политикам стало необходимо учиться убеждать людей в своей правоте» [Стернин, 2001, с. 58]. Речевое воздействие можно рассматривать в рамках теории дискурса, теории политической и массовой коммуникации, риторики, а также нейролингвистического программирования. В данной работе речевое воздействие рассматривается в рамках теории дискурса.

Для успешного и эффективного воздействия на собеседника или аудиторию политическим деятелям необходимо организовывать свою речь

особым семантическим, стилистическим и семиотическим образом. Скрытый характер воздействия является основополагающим признаком манипуляции. Очевидно, что этот критерий является решающим фактором: адресат не должен догадываться о намерениях говорящего. манипулятор воздействует не явно, а скрыто. Для этого политики вводят в дискурс языковые единицы, которые смогут оказать влияние на сознание собеседника/аудитории, на их поведение с выгодой для говорящего, вследствие чего избиратели смогут изменить принятые ранее решения. В этом случае принято говорить о стратегии речевого поведения как о способе влияния на собеседника в заранее продуманном направлении.

Прагматический аспект политического дискурса раскрывает как лингвистическую, так и экстралингвистическую информацию. Выбор определенной стратегии речевого поведения определяет выбор языковых средств и речевых приемов. Как показал проведенный анализ, речь Д. Байдена оказалась более насыщенной языковыми средствами и речевыми приемами манипулирования, чем речь Д. Трампа, что в процентном соотношении можно выразить как 40/60.

В результате анализа было выявлено, что каждый из кандидатов использовал в манипулятивных целях определенные речевые приемы, но частотность использования этих приемов кандидатами различна: ими были использованы такие речевые приемы манипулирования, как искажение информации через использование эмоционально-экспрессивных слов и конструкций с отрицательной характеристикой, «навешивание ярлыков», использование дихотомия «я» — «мы», употребление в манипулятивных целях выразительных средств языка — эпитетов, метафор, сравнений, повторов, инверсий.

В течение первых дебатов в речи Д. Байдена отмечено больше эмоционально-оценочной, разговорной лексики и сленга, чем в выступлении Д. Трампа. В следующих примерах негативные оценочные коннотации наблюдаются у слов и конструкций, эксплицитно отражающих оценку субъекта:

1) *You're not going to be able to shut him up...*; 2) *I'm here standing facing you, old buddy...*; 3) *Will you shut up, man...*; 4) *Keep yapping, man...*; 5) *Will he just shush for a minute?...*; 6) *You're the worst president America has ever had ...*; 7) *Well, it's hard to get any word in with this clown...* (Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript. 2020).

В свою очередь Д. Трамп лишь один раз употребил конструкцию *shut up* и дал негативную характеристику Д. Байдену в следующем высказывании:

— *Joe, you're the liar. You graduated last in your class not first in your class...* (Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript. 2020).

Эти примеры показывают, что бранные слова с неодобрительными, презрительными, пренебрежительными оттенками выражают негативное отношение к собеседнику, дают ему отрицательную характеристику и тем самым могут повлиять на формирование общественного мнения.

Во время последних дебатов эмоционально-оценочная лексика в речи Д. Трампа встречается чаще, но далеко не всегда она направлена против его оппонента: 1) *401 (k) s are through the roof. ... People's stock are through the roof...*; 2) *I hate to say this, but those with the lowest IQ, they might come back, but there are very, very few...*; 3) *They're calling it the laptop from hell* (Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript. 2020).

Адресация подобной лексики в речи Д. Байдена остаётся неизменной: 1) *His buddy Rudy Giuliani. He's being used as a Russian pawn...*; 2) *and he pokes his finger ... all of our friends, all of our allies* (Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript. 2020).

Использование приема «навешивание ярлыков», состоящего в употреблении бездоказательных, эмоционально окрашенных слов и конструкций с негативным оттенком, подрывает авторитет кандидатов, дает возможность соперникам дискредитировать друг друга. «Негативная номинация — это и есть публицистический ярлык, "конденсирующий" в себе отрицательный эмоциональный заряд, оказывающий мощное воздействие на восприятие читателя» [Клушина 2008, с. 140]. В результате в сознании аудитории формируются определенные убеждения и стереотипы, способные повлиять на их выбор.

По количеству «навешенных ярлыков» Д. Байден опережает Д. Трампа как в первых дебатах, так и в последних. Например, в ходе первых дебатов он говорит следующее: 1) *... everything he's saying ... is simply a lie. I'm not here to call out his lies. Everybody knows he's a liar...*; 2) *he is not for any help for people needing healthcare...*; 3) *He's not worried about you. He's not worried about the people...*; 4) *He's the racist...*; 5) *He's Putin's puppy...* (Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript. 2020).

В последних дебатах Д. Байден пытается дискредитировать соперника косвенно, через контекст: 1) *the president thus far and still has no plan, no comprehensive plan...*; 2) *he is xenophobic...*; 3) *He had nothing, he did virtually nothing...*; 4) *... He didn't want us... Americans don't panic. He panicked...*; 5) *He doesn't want to talk about the substantive issues...*; 6) *He hasn't done a thing for anybody on healthcare. Not a thing...*; 7) *And this is the first President in the history of the United States of America that anybody seeking asylum has*

to do it in another country (Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript. 2020).

Через использование ярлыков “*liar*”, “*racist*”, метафору “*Putin’s puppy*” и других в сознании избирателей постепенно может сформироваться негативный образ ленивого, лживого, почти никчемного Д. Трампа. В свою очередь Д. Трамп «навешивает» схожие ярлыки на Д. Байдена и пытается изобразить соперника как глупого, ленивого приверженца социализма: 1) *Well, you’re certainly going to socialist. You’re going to socialist medicine...*; 2) *Your party wants to go socialist medicine and socialist healthcare...*; 3) *Joe, you’re the liar. You graduated last in your class not first in your class...*; 4) *There’s nothing smart about you, Joe. 47 years you’ve done nothing...* (Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript. 2020). В последних дебатах Д. Трамп продолжает обвинять Д. Байдена «в любви к социализму», а высказывания типа *All he talks about is shut downs* или *He has the ability to lock himself up* косвенно указывают на проявления трусости со стороны Д. Байдена.

Таким образом, прием «навешивание ярлыков» позволяет соперникам дискредитировать образ друг друга. Бездоказательные высказывания с негативным оттенком направлены на подрыв авторитета, а в сознании аудитории способны сформировать искаженные представления и негативные стереотипы.

Важнейшим ориентиром в восприятии действительности служит дихотомия «свой» — «чужой». Особенно ярко деление на «свое» (признаваемое, одобряемое, безопасное) и «чужое» (отвергаемое, неодобряемое, враждебное) проявляется в политическом дискурсе. С одной стороны, дихотомия «свой» — «чужой» может использоваться для того, чтобы помочь аудитории определиться в политических предпочтениях. Однако, с другой стороны, эта категория может использоваться как средство манипуляции, с целью изменить предпочтения адресата, его взгляды и ценностные установки.

Чаще всего дихотомия «свой» — «чужой», а именно местоимением «*we*» манипулирует Д. Трамп, причем частотность местоимения “*we*” увеличивается в последних дебатах.

В первых дебатах местоимение “*we*” актуализирует признаки единства и подчеркивает многочисленность команды Д. Трампа: 1) *We got the gowns. We got the masks. We made the ventilators...*; 2) *We’re doing therapeutics already ...*; 3) *We’ve done a great job...* (Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript. 2020). В последних дебатах местоимение “*we*” указывает на единение с народом: 1) *We have to recover. We can’t close up our nation...*; 2) *We have to protect our seniors. We have to protect*

our elderly. We have to protect especially our seniors with heart problems and diabetes problems. And we will protect...; 3) *We now have as strong a border as we've ever had. We're over 400 miles of brand new wall* (Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript. 2020). В репрезентации дихотомии «свой» — «чужой» обоими кандидатами используются также и такие понятия, как *Russia, Putin, China*, которые маркированы как «чужие», как угроза национальной безопасности и независимости.

Местоимение “I” за счет категории числа, неоднократного повторения в рамках одного предложения акцентирует внимание аудитории на личности, индивидуальности и значимости говорящего. Использование местоимения *I* в положительной коннотации встречается в выступлениях обоих кандидатов, но чаще в речи Д. Трампа: 1) *No, I want to give them better healthcare at a much lower price, because Obamacare is no good...*; 2) *Many of your Democrat Governors said, “President Trump did a phenomenal job.” The Governors said I did a phenomenal job ... In fact, people ... said that, “President Trump did a phenomenal job”...*; 3) *Because there is never been an administration or president who has done more than I've done in a period of three and a half years... ..* (Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript. 2020); 4) *This is a worldwide problem, but I've been congratulated by the heads of many countries on what we've been able to do...*; 5) *Every meeting I had and I had to meet them, I had to. It would be horrible to have canceled everything. I said, “This is dangerous and you catch it.” And I caught it. I learned a lot. I learned a lot* (Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript. 2020).

Напротив, Д. Байден в своей речи чаще использует местоимение *You* в значении «американцы», «народ» и делает это для того, чтобы подчеркнуть свою озабоченность жизнью избирателей. Сочетание местоимения *You* с императивом превращают его высказывания в слоганы, призывы к действию: 1) *You're voting now. Vote and let your Senators know strongly how you feel*; 2) *You, the American people, it's about you. That's what we're talking about here*; 3) *There's so many things that we can do...*; 4) *Show up and vote. You will determine the outcome of this election. Vote, vote, vote...*; 5) *if we get the votes, it's going to be all over. He's going to go. He can't stay in power. It won't happen. It won't happen, so vote...*; 6) *And I'll be a president, not just for the Democrats. I'll be a president for Democrats and Republicans...* (Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript. 2020); 7) *You should go out and vote. You're voting now. Vote and let your Senators know strongly how you feel* (Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript. 2020).

Из приведенных выше примеров следует, что дихотомия «свой» — «чужой» выступает ориентиром в политическом пространстве и исполь-

зуются кандидатами в манипулятивных целях, так как способна выражать авторское одобрение или осуждение, объединение или отчуждение, подчеркивать свой положительный образ или создавать отрицательный имидж оппонента, а умелый и точный подбор языковых средств позволяет изменить представления аудитории о действительности.

Оба кандидата используют в манипулятивных целях такие выразительные средства языка, как сленг, разговорную лексику (*shut up* — Д. Трамп; *old buddy, wherewithal, keep yapping, shush, clown, Obamacare, Russian pawn* — Д. Байден); эпитеты и экспрессивную лексику (*fantastic, outstanding, disaster* — Д. Трамп); метафоры (*ghost town* — Д. Трамп); сравнения (*cheap like water, China ate your lunch, Joe* — Д. Трамп); повторы (*what's happened to New York, it's a ghost town. It's a ghost town* — Д. Трамп; *We're about to go into a dark winter, a dark winter and he has no clear plan* — Д. Байден); инверсию (*But you know what? So we do want to get rid of it* — Д. Трамп). В таких единицах можно выделить основной и второстепенный смыслы, т. е. переносное значение. Благодаря этому подобные средства языка привлекают внимание, активизируют мыслительные процессы, а в итоге оказывают мощное воздействие на аудиторию. С помощью выразительных средств языка в сообщении закладывается имплицитный смысл, чем и пользуются манипуляторы. Повторяя одни и те же мысли, одни и те же утверждения, манипуляторы закрепляют их в сознании аудитории.

В манипулятивных целях кандидаты обращаются к общественности, затрагивая в своих обращениях такие актуальные для американцев понятия, как «великая нация», «ценности», «права и свободы», «уровень жизни» и т. д. Д. Трамп, например, в ходе первых дебатов использует понятия «*people*» (а в последних дебатах — “*my people*”, “*great people*”), “*core values*”, “*my supporters*”, “*I'm urging my supporters*”. Д. Байден в этом контексте использует лишь выражения “*the American people*”, “*the ordinary people*”.

Для усиления манипулятивного воздействия кандидаты обращаются к повторам, кольцевым структурам предложения, а также к инверсии. Повторение является эффективным методом, подтверждая ключевые элементы сообщения, сохраняет его в памяти [Djik, 1997, с. 29–30]. Стоит отметить, что Д. Трамп использует данные приемы в основном с целью обратить внимание аудитории на результаты своей работы, а Д. Байден повторяет мысль, в которой убеждает аудиторию поверить в бездействие президента. Например:

Д. Трамп: 1) *We have the Senate, we have the White House, and we have a phenomenal nominee respected by all. Top, top academic, good in every way. Good in every way...*; 2) *And probably that would happen in reverse, also.*

Definitely would happen in reverse...; 3) You didn't want me to ban China, which was heavily infected. You didn't want me to ban Europe...; 4) And we won the election and therefore we have the right to choose her ... So we won the election and we have the right to do it...; 5) I'm urging my supporters And I am urging my people... (Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript. 2020)

1) *And we're fighting it and we're fighting it hard* (акцент на результатах своей работы); 2) *There was a spike in Florida and it's now gone... There was a very big spike in Arizona. It's now gone* (здесь обстоятельство времени "now" перенесено в начало предложения как прием аргументирования и влияния на мнение аудитории); 3) *Joe, you have raised a lot of money, tremendous amounts of money. And every time you raise money deals are made, Joe...; 4) They both want you to lose because there has been nobody tougher to Russia between the sanctions, nobody tougher than me on Russia, ... There has been nobody tougher on Russia than Donald Trump* (Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript. 2020).

Д. Байден: 1) *Tens of thousands of people already voted and so the thing that should happen is we should wait. We should wait and see what the outcome of this election is...; 2) He doesn't know how. He doesn't know how to do that...; 3) He does not have a plan. He doesn't have a plan. And the fact is this man doesn't know what he's talking about...; 4) He blew it. They're gone. He blew it. And in fact, they're gone...* (Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript. 2020).

1) *They're interfering with American sovereignty. That's what's going on right now. They're interfering with American sovereignty* (Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript. 2020).

Названные ранее языковые средства (сравнение, олицетворение, метафора), а также в некоторой степени театральность речи, в большей степени присущи Д. Трампу в ходе последних дебатов. Из первых дебатов можно привести следующие примеры: 1) *I'm getting it for so cheap it's like water, you want to know the truth. So cheap...* (об инсулине); 2) *China ate your lunch, Joe...* (Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript. 2020).

В последних дебатах таких примеров можно увидеть уже гораздо больше: 1) *They're committing suicide. There's depression, alcohol, drugs at a level that nobody's ever seen before. There's abuse, tremendous abuse. We have to open our country...; 2) I was put through a phony witch hunt for three years...; 3) He is the vice-president of the United States and his son, his brother, and his other brother are getting rich. They're like a vacuum cleaner. They're sucking up money...; 4) So don't give me the stuff about how you're this innocent baby...*

5) *You mean the laptop is now another Russia, Russia, Russia hoax?...6) You have to be kidding, here we go again with the Russia. Boy, oh, boy* (Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript. 2020).

В данной статье затронуты лишь некоторые средства оказания манипулятивного воздействия в политической коммуникации. Исследование языка политического дискурса имеет не только теоретический интерес, но практическую значимость в сфере общественной и политической жизни. Так, важнейшим прикладным аспектом изучения политического дискурса является выявление различий в политической и ценностной картинах мира кандидатов, что особенно актуально в современном мире. Анализ политического дискурса подтверждает мнение о том, что недостаточно знать, какие политические убеждения имеет политик. Нужно научиться понимать, какое воздействие на аудиторию он может оказать при помощи языковых средств и речевых приемов манипуляции. Анализ политического дискурса показывает, что политика осуществляется средствами языка [Никитина, 2006, с. 104–106].

В политическом контексте участники коммуникативной ситуации стремятся не просто обменяться информацией, а оказать определенное влияние на участников коммуникативной ситуации. В силу того, что участники политического дискурса стремятся добиться убедительности, выразительности своей речи, манипулировать сознанием аудитории, спорным остаётся убеждение, что речь участников коммуникативного акта строится исключительно в рамках официально-делового стиля. В целях манипулирования сознанием, влияния на предпочтения и решения избирателей политические деятели пренебрегают нормами и правилами, обращаются к таким языковым средствам и приемам, которые помогут достичь поставленной цели. Как показал анализ речи кандидатов, названные в начале статьи факторы политического дискурса были учтены участниками предвыборных дебатов при конструировании своей речи, поэтому каждый фактор выступил источником манипулятивного воздействия на аудиторию. Очевидно, что речь Д. Трампа выглядит более мягкой, в сравнении с речью Д. Байдена в связи тем, что в ней реже использовалась эмоционально-оценочная, разговорная лексика, сленг. Кроме того, Д. Байден чаще обращался к приему «наешивание ярлыков», использовал слоганы, что добавило эмоциональности, а порой даже агрессивности его речи. Многочисленное обращение Д. Трампа к местоимению «we» как к проявлению единения с избирателями не помогло ему привлечь аудиторию на свою сторону. Частотность использования тех или иных языковых средств и речевых приемов манипулирования позволила определить общую риторику речи кандида-

тов. Так, основное содержание речи Д. Трампа было сведено к убеждению аудитории в положительных результатах своей деятельности и в четком понимании своих действий в будущем. В то же время в своей речи Д. Байден очень эмоционально и настойчиво старается подорвать авторитет Д. Трампа и внушить аудитории мысль о необходимости сделать правильный выбор.

Предположение о том, что манипулятивный характер речи в американском политическом дискурсе определяется наличием в ней особенных языковых средств и речевых приемов, подтверждается приведенными в данной работе примерами. Политическому дискурсу присущ прагматический характер, так как его основными целями являются воздействие на аудиторию и, как следствие, её убеждение. Стилистические и лексико-грамматические средства совместно со стратегиями влияния способствуют увеличению манипулятивного потенциала речи. Итоги прошедших в 2020 г. выборов в США подтверждают, что авторитет, сила и влияние в политической коммуникации принадлежат тем, кому принадлежит власть над словом.

Библиографический список

- Автономова Н. С. Автономова Н. Познание и перевод. М., 2008.
- Андрюхина Т. Язык власти и власть языка: политический дискурс. URL: <http://ehd.mgimo.ru/IORManagerMgimo/file?id=F79C14FE-CC7D-BF64-AAC6-3270A21BB3CC>.
- Дейк Т. А. ван. К определению дискурса. URL: <http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/vandijk2.htm>.
- Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М., 2000.
- Крапивкина О. А., Непомилов Л. А. Юридический дискурс: понятие, функции, свойства // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 9. URL: <https://human.snauka.ru/2014/09/7855>.
- Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста. М., 2008.
- Маслова В. А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? // Политическая лингвистика. 2008. № 1.
- Никитина К. В. Речевая манипуляция как предмет лингвистического исследования // Вестник Башкирского университета. 2006. № 4.
- Сидельникова Е. А., Стаценко Д. А., Мутыгуллина Ф. Р. Анализ и способы перевода грамматических конструкций, выражающих стратегии обвинения и оправдания в политическом дискурсе // Филология и человек. 2017. № 2.
- Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001.
- Фуко М. Археология знания. Киев: Ника-Центр, 1996.

Шейгал Е. И. Семантика политического дискурса: дис. д-ра филол. наук. Волгоград, 2000.

Dijk T.A. What is Political Discourse Analysis? Amsterdam, 1997.

Fairclough N. Language and Power. L.; N. — Y.: Longman Group UK Limited, 1989.

Источники

Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript 2020. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020>

Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript 2020. ... URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020>

References

Ayonomova N. *Poznanie i perevod*. [Cognition and Translation]. Moscow, 2008.

Andrjuhina T. *Jazyk vlasti i vlast' jazyka: politicheskij diskurs*. [The Language of Power and the Power of Language: Political Discourse]. URL: <http://ehd.mgimo.ru/IORManagerMgimo/file?id=F79C14FE-CC7D-BF64-AAC6-3270A21BB3CC>

Dejk T.A. *K opredeleniju diskursa*. [To the definition of discourse]. URL: <http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/vandijk2.htm>

Dijk T.A. *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya*. [Language. Cognition. Communication]. Moscow, 2000.

Klushina N. I. *Stilistika publicisticheskogo teksta*. [Stylistics of the publicistic text]. Moscow, 2008.

Krapivkina O.A., Nepomilov L.A. *Yuridicheskij diskurs: ponyatiye, funktsii, svoystva*. [Legal discourse: concept, functions, properties]. In: *Gumanitarnyye nauchnyye issledovaniya*. [Humanitarian scientific research]. 2014. No. 9. URL: <https://human.snauka.ru/2014/09/7855>.

Maslova V.A. *Politicheskij diskurs: yazykovye igry ili igry v slova?* [Political discourse: Language games or word games?]. In: *Politicheskaya lingvistika* / [Political Linguistics]. 2008. No1.

Nikitina K. V. *Recheyaya manipulyatsiya kak predmet lingvisticheskogo issledovaniya*. [Speech manipulation as a subject of linguistic research]. In: *Vestnik Bashkirskogo universiteta* [Bulletin of the Bashkir University]. 2006. No. 4.

Sidel'nikova E. A., Stacenko D.A., Mutygullina F.R. *Analiz i sposoby perevoda i grammaticheskikh konstrukcij, vyrazhayushchih strategii obvineniya*

i opravdaniya v politicheskom diskurse. [Analysis and methods of translation of grammatical constructions expressing strategies of accusation and justification in political discourse]. In: *Filologiya i chelovek* [Philology&Human]. 2017. No. 2.

Sternin I.A. *Vvedenie v rechevoe vozdeystvie*. [Introduction in the Speech Influence]. Voronezh, 2001.

Fuko M. *Arheologija znaniya*. [Archaeology of Knowledge]. Kiev, 1996.

Shejgal E. I. *Semiotika politicheskogo diskursa*. [Semiotics of political discourse]. Thesis Philol. Doc. Diss. Volgograd, 2000.

Djik T.A. *What is Political Discourse Analysis?* Amsterdam, 1997.

Fairclough N. *Language and Power*. L.; N.-Y.: Longman Group UK Limited, 1989.

List of sources

Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript 2020. Electronic resource: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020>

Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript 2020. Electronic resource: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020>