

УДК 81`42

DOI: 10.18384/2310-712X-2021-6-79-89

НЕПОЛИТКОРРЕКТНЫЕ ПРИЁМЫ МЕДИАРИТОРИКИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕДЕБАТОВ Д. ТРАМПА И ДЖ. БАЙДЕНА)

Хафизова А. А.

*Казанский (Приволжский) федеральный университет
420008, г. Казань, ул. Кремлёвская, д. 18, Российская Федерация*

Аннотация

Целью статьи является изучение неполиткорректных приёмов в речевом поведении кандидатов в президенты США Д. Трампа и Дж. Байдена во время первых теледебатов.

Процедура и методы. Проведён анализ языкового материала, в частности композиционно-риторический анализ теледебатов, как жанра политического дискурса. Рассмотрены примеры употребления неполиткорректных приёмов и их воздействие на различные категории адресатов. В качестве методов исследования избраны методы контент-анализа, стилистического, семантического анализа, контекстуального анализа политических текстов, а также описательный метод, включающий в себя обобщение и интерпретацию полученной информации.

Результаты. Сделан вывод о широком использовании кандидатами в президенты США неполиткорректных речевых приёмов в форме инвектив и аффектив, прерываний и перехвата речевого хода, переход с я-концепции на он-концепцию, обращение к приёмам диффамации и вербальной дискредитации.

Практическая и теоретическая значимость работы заключается в выявлении воздействующего потенциала речевых стратегий, используемых в ходе теледебатов, препятствующих или способствующих успешной политической коммуникации. Статья адресована лингвистам, изучающим медиариторику.

Ключевые слова: политический дискурс, теледебаты, медиариторика, политическая лингвистика, международные отношения

POLITICALLY INCORRECT METHODS OF MEDIA RHETORIC (THE TV DEBATES OF D. TRUMP AND J. BIDEN)

A. Khafizova

*Kazan (Volga Region) Federal University
18 ulitsa Kremlyovskaya, Kazan 420008, Russian Federation*

Abstract

Aim. The purpose of the article is to study politically incorrect techniques in the speech behavior of US presidential candidates Donald Trump and Joe Biden during the first televised debate.

Methodology. The analysis of the language material, in particular, the compositional and rhetorical analysis of TV debates as a genre of political discourse, is carried out. Examples of the use of politically incorrect techniques and their impact on various categories of recipients are considered. The methods of research applied are content analysis, stylistic, semantic analysis, contextual analysis of political texts, as well as the descriptive method, which includes the generalization and interpretation of the information received.

© СС ВУ Хафизова А. А., 2021.

Results. The conclusion is made about the widespread use of politically incorrect speech techniques by US presidential candidates in the form of invectives and affectives, interruptions and interception of speech, the transfer from the I-concept to the he-concept, and the reference to the techniques of defamation and verbal discredit.

Research implications. The research defines the influencing potential of speech strategies used in televised debates that hinder or contribute to successful political communication. The article is addressed to linguists studying media rhetoric.

Keywords: political discourse, TV debates, media rhetoric, political linguistics, international relations

Введение

Медиариторика на современном этапе представляет собой область частной риторики, исследующая теорию и искусство построения речи в области медиатехнологий, по большей части, в сфере массовой коммуникации (радио, телевидение, массовая пресса, интернет) [2, с. 24]. Это особая дисциплина, описывающая медиадискурс и медиaprостранство [1, с. 165]. Цель риторики – создание убедительной, эффективной, целесообразной речи, способствующей организации деятельности в разных областях человеческой жизни и прежде всего в интеллектуально-речевых профессиях. Анализ медиaprостранства с позиций медиариторики предполагает свою методологическую и терминологическую специфику. По мнению И. В. Анненковой, риторическое осмысление медиадискурса и, в частности, дискурса политического, лежит в двух плоскостях: 1) выявление коммуникативных стратегий культуры, которые фокусируют в себе текстопорождающую и смыслообразующую цепочку «событие – факт – адресант – текст – адресат – картина мира»; 2) выявление тех приёмов и принципов этого дискурса, которые формируют и конструируют его как убедительный, а значит, риторичный. Оба плана тесно связаны между собой и являются определяющими в формировании риторической модальности текстов медиадискурса, под которой подразумевается конечный смысл, заложенный в медиатексте и ради которого он порождается [1, с. 166].

Главная цель речи любого политика имеет персуазивный характер, т. е. способность убеждать, уговаривать, с тем

чтобы как можно больше потенциальных избирателей выразили политическому кандидату доверие и оказали поддержку, отдав за него свои голоса. Иными словами, наиболее важная задача политического дискурса – это борьбы за власть. Особое выражение агональность политического дискурса приобретает в предвыборных текстах. Агональность есть проявление состязательности, конкурентной борьбы, часто агрессии по отношению к сопернику [3, с. 96].

В настоящей статье будут рассмотрены неполиткорректные приёмы, которые используют кандидаты в ходе президентских предвыборных дебатов и влияние этих приёмов на ключевой элемент коммуникации, понимание. От достижения понимания зависит эффективность общения, в частности, речевое взаимодействие как между двумя кандидатами, так и между кандидатом и зрителями в зале и у экранов телевизоров, т. е. потенциальным электоратом.

Теледебаты как форма предвыборной агитации

Теледебаты как жанр политического дискурса представляет несомненный интерес с точки зрения композиционного-риторического анализа. От того, насколько профессионально, грамотно и убедительно оратор способен в своём выступлении использовать приёмы аргументации, композиции, вербальные и невербальные средства в конечном итоге будут зависеть исход словесной баталии и результаты выборов.

Анализ имеющейся литературы позволяет выделить два типа проблем, пре-

пятствующим успешной политической коммуникации:

1) собственно риторические, прослеживающиеся в построении речей, логической структуре фраз, выразительности и убедительности речи и т. п. [4; 6; 8; 9; 13; 14];

2) своего рода реакционные, заключающиеся в отсутствии или недостаточной реакции политика на глобальные вызовы, повлекшие за собой значительный и ощутимый сбой в функционировании государства и жизни общества (например, недостаточной реакции Д. Трампа на COVID-19 посвящена статья У. Хэтчера (William Hatcher) "A Failure of Political Communication Not a Failure of Bureaucracy: The Danger of Presidential Misinformation During the COVID-19 Pandemic" [12]).

Язык политики в США всегда являлся мощнейшим инструментом системы политических коммуникаций, эффективное использование которого способно гарантировать достижение желаемых политических целей [7, с. 741]. Теледебаты представляют собой вербальную схватку между кандидатами на пост президента, исход которой определяется мастерством ораторов и другими составляющими их публичного «имиджа» [11, с. 35]. Дискурс теледебатов характеризуется открытым противостоянием, иными словами, агональной борьбой двух соперников [3, с. 97].

Практика США показывает, что теледебаты – одна из наиболее эффективных форм предвыборной агитации [1, с. 188]. Первый раунд теледебатов кандидатов на пост президента США, действующего на тот момент президента Д. Трампа и бывшего вице-президента США (2009–2017) Дж. Байдена, состоялся 29 сентября 2020 г. в павильоне Кампуса санитарного просвещения Кейсовского университета Западного резервного района в Кливленде. Ведущим дебатов выступил журналист информационного издания Fox News Крис Уоллес. В первый день для дискуссии были выбраны следующие темы: назначе-

ние судей Верховного суда, пандемия коронавируса и система здравоохранения, расовые волнения и акции протеста в городах, проблемы экономики, честность выборов. На обсуждение каждого блока было отведено по пятнадцать минут, каждый кандидат выступал с двухминутной речью по заявленной проблеме, далее проходила открытая дискуссия.

Основной проблемой, препятствующей взаимному пониманию, в ходе данной встречи можно назвать постоянные перебивания оппонентами друг друга, несоблюдение временного регламента и в целом неэтичное поведение. Оба кандидата были в большей степени сконцентрированы на стратегии дискредитации соперника, нежели на представлении своей программы действий по той или иной проблеме. Безусловно, теледебаты – это в определённой степени шоу, однако для зрителей в зале и телезрителей – это возможность услышать мнения кандидатов по политическим, экономическим и социальным вопросам и сделать свой выбор. Уход от основной темы дискуссии, перебивания, оскорбления, переход на личности – всё это отвлекает аудиторию от насущных проблем и мешает принять обоснованное взвешенное решение. В результате выбор в пользу того или иного кандидата происходит не столько на основе его политической программы, сколько на его имидже, т. е. визуальное начинает преобладать над содержанием.

Корректность / некорректность речевого взаимодействия определяется прежде всего речевым поведением участников коммуникации. Речевое поведение – это своего рода инструмент формирования коммуникативного пространства как зоны реальных и потенциальных контактов каждого из участников коммуникации. В коммуникативном пространстве с определённой долей условности можно выделить три основные сферы.

1. Собственно речевая сфера – это область непосредственного речевого взаимодействия участников коммуникации.

2. Аксиологическая сфера – это область формирования системы ценностей и оценок, актуального для данного дискурса. Речевое поведение в данной сфере реализуется как речевое воздействие через оценочные высказывания.

3. Когнитивная сфера коммуникативного пространства – это система ключевых концептов, значимых для конкретно коммуникативного акта [5, с. 570].

При выборе типа речевого поведения адресант (в нашем случае кандидат в президенты США) ориентируется на одну из трех установок: трансформировать коммуникативное пространство адресата в соответствии с собственной картиной мира, представлениями, оценками и т. д.; эксплицитировать собственные представления и оценки, не стремясь при этом существенно изменить представления и оценки адресата; создать общее с адресатом качественно новое для себя и для него коммуникативное пространство [5, с. 571].

Состязательный характер теледебатов определяет преимущественное использование первой установки и выбор агрессивного речевого поведения. Любая агрессия (речевая или визуальная) всегда антириторична, поскольку она нарушает один из важнейших принципов риторики – гармонизацию отношений говорящего и слушающего, адресанта и адресата, это установка на антидиалог. Она разрушает Целое как главный принцип Бытия и таким образом деформирует это Бытие в сознании адресата, формируя искажённую, дискретно-разорванную картину мира [1, с. 188].

С риторической точки зрения теледебаты тем более сложны, так как содержат в себе элементы множества различных жанров уже собственно политического дискурса. Теледебаты – самый агональный жанр политического дискурса в рамках медийного: не переубеждение, а опровержение политического соперника, не выяснение истины, а непримиримая борьба многих «правд» с целью заво-

евания аудитории – вот векторы, по которым движется риторическая модальность теледебатов [1, с. 190].

Лингвистические показатели речевой агрессии и неполиткорректности

Показателем речевой агрессии и неполиткорректности можно считать употребление стилистически маркированных языковых и речевых единиц: стилистически сниженные и грубые слова и выражения, лексика с негативной оценочной семантикой, иноязычная лексика [5, с. 571].

Biden: Look, *hey*, I'm not going to listen to him. The fact of the matter is I beat Bernie Sanders ... / Слушайте, эй, я не собираюсь его слушать. Дело в том, что я победил Берни Сандерса ...

Trump: Not by much. / Не намного.

Biden: I beat him by a *whole hell of a lot*. I'm here standing facing you, *old buddy*. / Я обошёл его чертовски сильно. Я здесь, стою лицом к Вам, старина.

Trump: If "*Pocahontas*" would've left two days early, you would've lost every primary. / Если бы "*Покахонтас*" уехала на два дня раньше, Вы бы проиграли все первичные выборы.¹

В данном отрывке благодаря употреблению таких разговорных элементов, как восклицание *hey – эй!*, обращение *old buddy – старина*, выражения *hell of a lot – чертовски много* диалог из политического превращается в бытовой. В то же время, употребляя ироничное замечание по поводу победы Дж. Байдена над Б. Сандерсом и аллюзию на Покахонтас, дочь индейского вождя, защитившая в 1607 г. капитана Джона Смита из Виргинской колонии, попавшего в плен к индейцам, – т. е. спасение одного за счёт другого, Д. Трамп пытается показать случайный характер этой победы (своего рода воля случая) и обесценить

¹ Здесь и далее текст теледебатов цитируется по стенограмме, опубликованной Concord Monitor: Read the full transcript of the first presidential debate [Электронный ресурс] // Concord Monitor : [сайт]. URL: <https://www.concordmonitor.com/First-presidential-debate-Trump-Biden-full-transcript-36532544> (дата обращения: 22.06.2021). Перевод наш – А. Х.

оппонента. Следует отметить, однако, что с риторической точки зрения обращение к исторической аллюзии делает речь президента эффективной.

Регулярные перебивания в ходе дебатов заставляют кандидатов прибегать к резким замечаниям грубой тональности, призывающие оппонента замолчать (или буквально *заткнуться*). В основе данных действий лежит установка на создание ситуации неравноправного общения, прямое вычёркивание адресата из дискуссии:

Biden: Would you *shut up, man?* / Вы бы заткнулись?

Biden: Will he just *shush* for a minute? / Может, он просто помолчит минутку?

Trump: Wait a minute, Joe. Let me *shut you down* for a second, Joe, just for one second. / Подождите минутку, Джо. Позвольте мне отключить Вас на секунду, Джо, всего на одну секунду.

Тактика оскорбления в следующих примерах нацелена на вербальную дискриминацию оппонента, стремление показать своё превосходство по умственным, расовым и поведенческим признакам, а также дать негативную оценку действиям кандидата в президенты США, показать его некомпетентность [10, с. 269].

Biden: He's been – he's *a fool* on this / Он был ... он дурак в этом (о соблюдении социальной дистанции и ношении масок).

Biden: Well, it's hard to get any word in with *this clown*. Excuse me, this person. / Ну, с этим клоуном трудно что-то сказать. Извините, этим человеком.

Biden: He's *Putin's puppy*. / Он щенок Пুтина.

Biden: Here's the deal. The fact is that everything he is saying so far is simply a lie. I'm not here to call out his lies. Everybody knows *he's a liar*. / Вот в чём дело. Дело в том, что всё, что он говорит до сих пор, – это просто ложь. Я здесь не для того, чтобы разоблачать его ложь. Все знают, что он лжец.

Biden: *He never keeps his word*. / Он никогда не держит своего слова.

Biden: He's just – *he's the racist*. / Он просто ... он расист.

Biden: You're *the worst president America has ever had*. Come on. / Вы худший президент, который когда-либо был у Америки. Ну же.

Попытку вербальной дискриминации предпринимают оба кандидата в следующем отрывке, говоря об умственных способностях друг друга, используя лексику *smart* – *умный, толковый*: Дж. Байден в контексте реакции Д. Трампа на коронавирус, а Д. Трамп в ответ заявляет о низких результатах учёбы вице-президента в колледже.

Biden: 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? / Верите ли вы хоть на мгновение в то, что он вам говорит, в свете всей той лжи, которую он вам наговорил по поводу всей проблемы, связанной с ковидом?

... He panicked or he just looked at the stock market, one of the two. Because guess what, a lot of people died and a lot more are going to die *unless he gets a lot smarter, a lot quicker* – / Он запаниковал или просто посмотрел на фондовый рынок, одно из двух. Потому что, знаете что, погибло много людей, и ещё больше умрёт, если он не станет намного умнее, намного быстрее –

(Crosstalk) / (Перебивает)

Trump: So – / Так

Wallace: Mr. President? / Господин Президент?

Trump: *Did you use the word smart?* So you went to Delaware State but *you forgot the name of your college*. / Вы употребили слово «умный»? Итак, Вы учились в штате Делавэр, но забыли название своего колледжа.

(Laughter) / (Смех)

You didn't go to Delaware State. *You graduated either the lowest or the lowest in your class*. Don't ever use the word *smart* with me. Don't ever use that word. / Вы не были в штате Делавэр. В колледже Вы учились хуже всех в группе. Никогда не употре-

бляйте при мне слово «умный». Никогда не употребляйте это слово.

Biden: Oh, give me a break man. / О, дайте мне передохнуть, старина.

Trump: Because you know what, *there's nothing smart about you, Joe. Forty-seven years, you've done nothing.* / Потому что, знаете что, в Вас нет ничего умного, Джо. Сорок семь лет Вы ничего не делали.

Кроме того, репликой *Forty-seven years, you've done nothing* / *Вы за 47 лет у власти ничего не сделали*, Трамп указывает на возраст Байдена и на его бездействие. Стоит отметить, что данная мысль звучит в заявлениях Трампа не один раз.

Trump: Hey-hey, Joe, let me – let me just say, Joe, *I've done more in – in 47 months I've done more than you've done in 47 years, Joe. We've done things that you never even thought of doing.* / Эй-эй, Джо, позвольте мне ... позвольте мне просто сказать, Джо, за 47 месяцев я сделал больше, чем Вы за 47 лет, Джо. Мы делали вещи, о которых вы даже не думали.

Используя синтаксический приём параллелизма, Д. Трамп обращается к приёму контраста с целью показать свои достижения за период нахождения на посту президента США. Тот же приём Д. Трамп использует и в заявлениях о снижении цен на лекарства и борьбу с глобальным потеплением, чтобы повысить собственный статус за счёт дискредитации другого.

Trump: ... *I'm cutting drug prices. 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 has done it. So we are cutting health care ...* / Я снижаю цены на лекарства. Цены на лекарства снизятся на 80 или 90%. Вы могли бы сделать это во время своего 47-летнего пребывания в правительстве, но Вы этого не сделали. Никто этого не делал. Поэтому мы сокращаем здравоохранение ...

Trump: Wait a minute, Chris, *so why didn't he do it for 47 years? You were vice president, why didn't you get the world – China sends up real dirt into the air. Russia does, India does, they all do ...* / Подождите

минутку, Крис, так почему же он не делал этого в течение 47 лет? Вы был вице-президентом, почему Вы не заставили мир ... Китай выбрасывает в воздух настоящую грязь. Россия так делает, Индия, они все так делают ...

Стоит отметить такие речевые стратегии 45-го президента США, как диффамация – публичное распространение сведений, порочащих кого-либо, и вербальная дискредитация – подрыв авторитета, умаление значения кого-либо, подрыв доверия в провокационных заявлениях о членах семьи Дж. Байдена.

Trump: And China ate your lunch, Joe, and no wonder, *your son goes in and he takes out – what – he takes out billions of dollars.* / А Китай переиграл Вас, Джо, и неудивительно, что Ваш сын входит и вынимает – что – он вынимает миллиарды долларов.

Biden: No. / Нет.

Trump: *Takes out billions of dollars to manage. He makes millions of dollars. And also, while we're at it ...* / На управление уходят миллиарды долларов. Он зарабатывает миллионы долларов. А также, пока мы это обсуждаем ...

Biden: It's simply not true. / Это просто неправда.

Trump: *Why is it, just out of curiosity, the mayor of Moscow's wife gave your son \$3.5 millions.* / Почему это, просто из любопытства, жена мэра Москвы дала Вашему сыну 3,5 миллиона долларов?

Biden: That's not true. / Это неправда.

Trump: *What did he do to deserve it? What did he do with Burisma to deserve \$183,000 a month.* / Что он сделал, чтобы заслужить это? Что он сделал с Бурисмой, чтобы заслужить 183 000 долларов в месяц?

Biden: None of that is true. None of that is true. / Всё это неправда. Всё это неправда.

Дж. Байден отрицает все обвинения в адрес своего сына с помощью многократного повтора о том, что это неправда, но и не приводит фактов, доказывающих искажение информации. Подобная негативная истинностная оценка реплики оппонента также создаёт коммуникатив-

ный дисбаланс. Происходит информационное «обнуление», косвенное указание на некомпетентность оппонента и стратегия дискредитации его в глазах массового адресата [5, с. 577].

Тема получает развитие в следующем отрывке, где Дж. Байден выражает своё негодование заявлениями Д. Трампа, его попыткой уличить сына вице-президента в наркотической зависимости, что вынуждает его приводить оправдательные аргументы в защиту своего сына, обращаясь к таким ценностям как патриотизм и отвага.

Biden: And speaking of my son, the way you talk about the military, the way you talk about them being *losers* and being – and just being *suckers*, *my son was in Iraq. He spent a year there. He got the – he got the Bronze Star. He got the Conspicuous Service Medal. He was not a loser. He was a patriot* and the people left behind there were heroes. / И говоря о моем сыне, о том, как Вы говорите о военных, как Вы говорите о том, что они неудачники и просто лохи, мой сын был в Ираке. Он провёл там год. Он получил ... он получил Бронзовую звезду. Он получил медаль за выдающиеся заслуги. Он не был неудачником. Он был патриотом, и люди, оставшиеся там, были героями.

Trump: Oh really. Really? / О, правда. Действительно?

Biden: And I resent like hell ... / И я чертовски возмущён ...

Trump: Are you talking about Hunter? / Вы говорите о Хантере?

Biden: I'm talking of my son Bo Biden, you're talking about ... / Я говорю о своём сыне Бо Байдене, а Вы говорите о ...

Trump: I don't know – I don't know Bo, I know Hunter. *Hunter got thrown – Hunter got thrown out of the military. He was thrown out, dishonorably discharged for cocaine use.* / Я не знаю ... Я не знаю Бо, я знаю Хантера. Хантера вышвырнули – Хантера вышвырнули из армии. Его выгнали, с позором уволили за употребление кокаина.

Biden: That's not true, he wasn't dishonorably ... / Это неправда, он не был с позором ...

Trump: And he didn't have a job until you became vice president. And once you became vice president ... / И у него не было работы, пока Вы не стали вице-президентом. А когда Вы стали вице-президентом ...

Biden: None of that is true. / Всё это неправда.

Trump: ... he made a fortune in Ukraine, in China, in Moscow, and various other places. / ... он сколотил состояние на Украине, в Китае, в Москве и в разных других местах.

Biden: *My son, like a lot of people – like a lot of people we know at home had a drug problem. He's over taken it. He's – he's fixed it – he's worked on it and I'm proud of him. I'm proud of my son.* / Мой сын, как и многие люди – как и многие люди в стране, имел проблемы с наркотиками. Он завязал с этим. И я горжусь им. Я горжусь своим сыном.

В словесной перепалке выясняется, что речь идёт о другом сыне Дж. Байдена, чью наркотическую зависимость он вынужден признать. Вице-президент использует приём покаяния, смещает фокус с близкого ему человека на американский народ и распространённость данной социальной проблемы в стране. В то же время он подчёркивает, что этот недуг удалось побороть и выражает гордость своим сыном.

Речевая агрессия как вторжение в аксиологическое пространство адресата может проявляться в агрессивном навязывании адресату негативного отношения к референту высказывания. Объект агрессии может находиться вне коммуникации, и адресант может выразить своё отношение к нему с помощью оценочного суждения или высказывания [5, с. 584]. Так, Д. Трамп навешивает ярлык Хилари Клинтон, кандидату в президенты США на выборах 2016 г. от Демократической партии, называя её *Crooked Hillary* (в пере-

носом значении *обманищица, жуликоватая*). Это сочетание Трамп использовал и во многих своих твиттах [8, с. 62].

Trump: So, when I listen to Joe talking about a transition, there has been no transition from when I won. I won that election and *if you look at "crooked" Hillary Clinton*, if you look at all of the different people, there was no transition because they came after me trying to do a coup, they came after me spying on my campaign. / Поэтому, когда я слушаю, как Джо говорит о переходе; с тех пор, как я выиграл, не было никакого перехода. Я выиграл эти выборы, и если вы посмотрите на «лживую» Хиллари Клинтон, если вы посмотрите на всех разных людей, то не было никакого перехода, потому что они пришли после того, как я пытался совершить переворот, они пришли после меня, шпиона за моей кампанией.

Целевой установкой Трампа обвинить Байдена в употреблении инвективных номинаций (*stupid bastards – тупые ублюдки*) в адрес военных является инициирование потенциального конфликта между объектом речевой агрессии (референтом высказывания), т. е. американской армией, и адресатом (Дж. Байденом). Тем самым Д. Трамп пытается настроить военное сообщество против своего оппонента и получить их голоса на выборах.

Trump: He called *the military stupid bastards*. / Он назвал военных тупыми ублюдками.

Biden: I did not say that. / Я этого не говорил.

Wallace: Mr. Vice President ... / Господин Вице-президент ...

Trump: He said, *stupid bastards*. / Он сказал: тупые ублюдки.

Wallace: Stop. / Прекратите.

Trump: I would never say that to the military. / Я бы никогда не сказал этого военным.

Biden: Play it. / Приведите доказательство.

Одним из неполиткорректных приёмов теледебатов можно назвать тактику

дистанцирования от оппонента, когда политики говорят о нём в его присутствии в третьем лице, что придаёт речи презрительную тональность [8, с. 71]. Оба речевых партнёра намеренно отказываются от идентифицирующей номинации с целью своего рода обезличивания оппонента. Вместо имени собственного используется «гиперонимическая номинация» *man – человек, мужчина, либо он-дейксис* по отношению к присутствующему оппоненту [5, с. 579]. Данный приём рассчитан на понижение статуса оппонента в глазах публики, стремление подорвать доверие к его точке зрения.

Biden: *He sends out wishful thinking. He has executive orders that have no power. He hasn't lowered drug costs for anybody. He has been promising a health care plan since he got elected. He has none. Like almost everything else he talks about. He does not have a plan. He doesn't have a plan. And the fact is this man doesn't know what he's talking about. He's ...* / Он выдаёт желаемое за действительное. У него есть указы, которые не имеют никакой власти. Он ни для кого не снизил стоимость лекарств. Он обещал план медицинского обслуживания с тех пор, как его избрали. У него его нет. Как и почти всё остальное, о чём он говорит. У него нет плана. У него нет плана. И дело в том, что этот человек не знает, о чем говорит. Он ...

Следующие два примера, помимо он-дейксиса, представляют собой ироничные замечания, направленные на осмеяние действий оппонента.

Biden: *He wouldn't know a suburb unless he took a wrong turn.* / Он не узнает пригород, если только не свернёт не туда.

Trump: I don't wear masks like him. Every time you see *him*, he's got a mask. He could be speaking 200 feet away from them and *he shows up* with the biggest mask I've ever seen. / Я не ношу маски, как он. Каждый раз, когда вы видите его, он носит маску. Он может говорить в 200 футах от людей, и он появляется в самой большой маске, которую я когда-либо видел.

Отдельно отметим оговорки в речи кандидатов, которые приводят к непониманию и, следовательно, коммуникативным неудачам. Оговорки в речи политика служат определённым препятствием для успешной коммуникации, дезориентируют слушателя в восприятии информации. Так, в следующем примере Дж. Байден даёт несколько различных цифр о летальных случаях в результате COVID.

Biden: And by the way, *the 20 – the 200 million – the 200,000 people that have died on his watch, they're – how many of those and – that have survived?* / И, кстати, 20 – 200 миллионов – 200 000 человек, которые умерли на его глазах, они – сколько из тех и – которые выжили?

Сначала это 20, затем 200 миллионов и, наконец, актуальная цифра 200 000 человек. Далее вице-президент задаёт вопрос, который по своему грамматико-синтаксическому оформлению противоречит выше сказанной информации: ... *how many of those and – that have survived?* Построение фразы нелогично, т. е. фактически смысл высказывания сводится к вопросу «сколько из умерших выжило». Также в речи Дж. Байдена можно отметить такие оговорки, как *Medicare* вместо *Medicaid* и *You have 19–91 companies*. Все они создают эффект речевой неоднозначности, вероятно, ненамеренно.

Заключение

Итак, как показал наш материал, оба кандидата в президенты США активно использовали непolitкорректные приёмы в ходе первых теледебатов. В высказываниях были использованы инвективы, т. е.

презрительно-саркастические слова, с целью высмеивания и унижения оппонента, негативные замечания, а также аффективы – эмоционально-оценочные слова, направленные на диффамацию политического противника, т. е. распространение не соответствующих действительности порочащих сведений о кандидате или членах его семьи. Оба кандидата использовали тактики дискредитации и нападения с помощью провокационных и неудобных вопросов. Постоянные прерывания и перехват речевого хода, как составляющие агонального характера дискуссии, хотя, с одной стороны, подогревают интерес зрителя к процессу коммуникации, с другой – отвлекают его от сути обсуждаемой проблемы: для массового адресата становится важнее «кто кого».

Отметим переход с я-концепции на он-концепцию. Фокус смещается не на программу кандидата и её эффективность, а на негативные характеристики соперника. Плеоназм, громкие заявления, уход от темы и конструктивных предложений к воспоминаниям прошлого, отказ или уход от прямого ответа к призывам к избирателям с просьбой голосовать за себя. Дебаты были построены на приёме контраста: не на том, почему личность кандидата и его программа хорошая и эффективная, а на заявлениях о том, что программа и кандидат-соперник плохой и неэффективный. Так или иначе, непolitкорректные приёмы в речевой коммуникации приводят к коммуникативным неудачам и не способствуют привлечению новых избирателей.

Статья поступила в редакцию 23.06.2021.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анненкова И. В. Язык СМИ и политика в риторическом аспекте (на примере предвыборных кампаний 2007–2008 гг.) // Язык СМИ и политика / под ред. Г. Я. Солганика. М.: Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2012. С. 162–198.
2. Аннушкин В. И. Медиариторика: современный статус и важнейшие задачи // Медиариторика и современная культура общения: наука – практика – обучение: сборник статей XXII Международной научной конференции (Москва, 30 января 2019 г.) / отв. ред. В. И. Аннушкин. М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2019. С. 23–31.

3. Атьман О. В. Вербализация стратегии самопрезентации в президентских предвыборных теледебатах как агональном жанре политического дискурса США // Политическая лингвистика. 2011. № 1 (35). С. 96–102.
4. Барбина Н. С., Косяков В. А. Рациональность и риторичность предвыборного дискурса (на материале предвыборных дебатов США 2016 года) // Экология языка и коммуникативная практика. 2018. № 1. С. 28–43. DOI: 10.17516/2311-3499-003
5. Воронцова Т. А. Речевая агрессия, толерантность, вежливость // Язык СМИ и политика / под ред. Г. Я. Солганика. М.: Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2012. С. 569–611.
6. Горностаева А. А. Предвыборный политический дискурс США 2016 и России 2018: сопоставительный аспект // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2018. № 3. С. 228–239. URL: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 22.06.2021). DOI: 10.18384/2224-0209-2018-3-908.
7. Добросклонская Т. Г. Язык политического медиадискурса Великобритании и США // Язык СМИ и политика / под ред. Г. Я. Солганика. М.: Изд-во Московского университета; Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2012. С. 741–784.
8. Минаева Л. В. Речь в мире политики: монография. М.: Аспект Пресс, 2019. 224 с.
9. Мухортов Д. С. О некоторых особенностях реализации агональной функции в дебатных выступлениях кандидатов на пост Президента США (на материале высказываний Марко Рубио, Теда Круза и Дональда Трампа). Статья 1 // Вестник РУДН. Серия: Теория языка, семиотика, семантика. 2017. Т. 8. № 2. С. 350–357. DOI: 10.22363/2313-2299-2017-8-2-350-357.
10. Шахматова Т. С. Оскорбление как инструмент языкового насилия в речевых ситуациях институционального общения // Ученые записки казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. Т. 155. № 5. С. 267–278.
11. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: монография. М., Волгоград: Перемена, 2000. 367 с.
12. Hatcher W. A Failure of Political Communication Not a Failure of Bureaucracy: The Danger of Presidential Misinformation During the COVID-19 Pandemic // American Review of Public Administration. 2020. Vol. 50. Iss. 6–7. P. 614–620. DOI: 10.1177/0275074020941734.
13. Krzywinski M. Word analysis of 2016 presidential debates – Clinton vs Trump [Электронный ресурс]. URL: <http://mkweb.bcgsc.ca/debates2016/> (дата обращения: 22.06.2021).
14. The Interrupted Intercourse in the Election Communication: Pragmatic Aspect / Andryuchshenko O. K., Suyunova G. S., Nygmetova B. Dz., Garanina E. P. // International Journal of Environmental & Science Education. 2016. Vol. 11. No. 11. P. 4040–4053.

REFERENCES

1. Annenkova I. V. [The language of the media and politics in a rhetorical aspect (on the example of the election campaigns of 2007–2008)]. In: Solganik G. Ya., ed. *Yazyk SMI i politika* [Language of media and politics]. Moscow, Lomonosov Moscow State University, Faculty of Journalism Publ., 2012, pp. 162–198.
2. Annushkin V. I. [Media rhetoric: current status and the most important tasks]. In: *Mediaritorika i sovremennaya kul'tura obshcheniya: nauka – praktika – obuchenie: sbornik statei XXII Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii (Moskva, 30 yanvarya 2019 g.)* [Media rhetoric and modern culture of communication: science – practice – teaching: collection of articles of the XXII International Scientific Conference (Moscow, January 30, 2019)]. Moscow, Pushkin State Russian Language Institute Publ., 2019, pp. 23–31.
3. At'man O. V. [Verbalization of self-presentation strategy in presidential election debates as agonal genre of US political discourse]. In: *Politicheskaya lingvistika* [Political linguistics], 2011, no. 1 (35), pp. 96–102.
4. Barebina N. S., Kosyakov V. A. [Rationality and rhetoric of electoral discourse (the case of election debates in the USA in 2016)]. In: *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika* [Ecology of language and communicative practice], 2018, no. 1, pp. 28–43. DOI: 10.17516/2311-3499-003.
5. Vorontsova T. A. [Speech aggression, tolerance, politeness]. In: Solganik G. Ya., ed. *Yazyk SMI i politika* [Language of media and politics]. Moscow, Lomonosov Moscow State University, Faculty of Journalism Publ., 2012, pp. 569–611.

6. Gornostaeva A. A. [Pre-election political discourse in the USA 2016 and Russia 2018: comparative analysis]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta (elektronnyi zhurnal)* [Bulletin of the Moscow Region State University (e-journal)], 2018, no. 3, pp. 228–239. Available at: www.evsnik-mgou.ru (accessed: 22.06.2021). DOI: 10.18384/2224-0209-2018-3-908.
7. Dobrosklonskaya T. G. [The language of political media discourse in Great Britain and the United States]. In: Solganik G. Ya., ed. *Yazyk SMI i politika* [Language of media and politics]. Moscow, Lomonosov Moscow State University, Faculty of Journalism Publ., 2012. pp. 741–784.
8. Minaeva L. V. *Rech' v mire politiki* [Speech in the world of politics]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2019. 224 p.
9. Mukhortov D. S. [On some features of the adversarial function in debates between US presidential contenders: research into the rhetoric of Marco Rubio, Ted Cruz, and Donald Trump. Article 1]. In: *Vestnik RUDN. Seriya: Teoriya yazyka, semiotika, semantika* [RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics], 2017, vol. 8, no. 2, pp. 350–357. DOI: 10.22363/2313-2299-2017-8-2-350-357.
10. Shakhmatova T. S. [Insult as an Instrument of Verbal Violence in Speech Situations of Institutional Communication]. In: *Uchenye zapiski kazanskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* [Proceedings of Kazan University. Humanities Series], 2013, vol. 155, no. 5, pp. 267–278.
11. Sheigal E. I. *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of political discourse]. Moscow, Volgograd, Peremena Publ., 2000. 367 p.
12. Hatcher W. A Failure of Political Communication Not a Failure of Bureaucracy: The Danger of Presidential Misinformation During the COVID-19 Pandemic. In: *American Review of Public Administration*, 2020, vol. 50, iss. 6–7, pp. 614–620. DOI: 10.1177/0275074020941734.
13. Krzywinski M. Word analysis of 2016 presidential debates – Clinton vs Trump. Available at: <http://mkweb.bcgsc.ca/debates2016/> (accessed: 22.06.2021).
14. Andryuchshenko O. K., Suyunova G. S., Nygmetova B. Dz., Garanina E. P. The Interrupted Intercourse in the Election Communication: Pragmatic Aspect. In: *International Journal of Environmental & Science Education*, 2016, vol. 11, no. 11, pp. 4040–4053.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Хафизова Алсу Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков в сфере международных отношений, Казанский федеральный университет;
e-mail: alsou-f@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Alsu A. Khafizova – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of foreign languages in the sphere of international relations, Kazan (Volga Region) Federal University;
e-mail: alsou-f@yandex.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Хафизова А. А. Неполиткорректные приёмы медиариторики (на примере теледебатов Д. Трампа и Дж. Байдена) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2021. № 6. С. 79–89.

DOI: 10.18384/2310-712X-2021-6-79-89

FOR CITATION

Khafizova A. A. Politically incorrect methods of media rhetoric (the TV debates of D. Trump and J. Biden). In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2021, no. 6, pp. 79–89.

DOI: 10.18384/2310-712X-2021-6-79-89