ИЗДАТЕЛЬСТВО ГРАМОТА

Филологические науки. Вопросы теории и практики
Philology. Theory & Practice

ISSN 2782-4543 (online)
ISSN 1997-2911 (print)

2026. Том 19. Выпуск 10 | 2026. Volume 19. Issue 10
Материалы журнала доступны на сайте (articles and issues available at): philology-journal.ru

RU

Коммуникативные стратегии политического актора, применяемые при осуществлении массовой манипуляции (на материале выступлений американских политиков)

Илюхин Н. И.

Аннотация. Цель исследования – систематизировать манипулятивные стратегии и тактики, реализуемые американскими политиками в предвыборном дискурсе, с учетом трехкомпонентной модели коммуникации и этапов борьбы за власть. Научная новизна работы заключается в выявлении и классификации основных манипулятивных стратегий и тактик, применяемых политическим актором в рамках своего коммуникативного поведения, направленного на избирателя. В статье представлен анализ политического дискурса в коммуникативно-прагматическом аспекте. Основное внимание сосредоточено на трехкомпонентной модели коммуникации (адресант – прямой адресат – непрямой адресат) с детализацией функциональных ролей ее участников. Кроме того, в работе охарактеризованы целевые установки актора в политическом дискурсе и рассмотрены стратегии реализации коммуникативных интенций, ориентированных на массового реципиента. Материалом исследования являются речевизуальные фрагменты современных американских политиков, взятые из их предвыборных речей и интервью. Результаты исследования показали, что основной целью политика в политическом дискурсе является борьба за власть над массовым адресатом, которая осуществляется через коммуникацию посредством двух основных стратегий. Стратегия аттракции, использующаяся актором для завоевания власти, состоит преимущественно из тактики манипуляции базовыми потребностями. Для удержания власти политик как правило прибегает к стратегии дистанцирования, которая в свою очередь содержит тактику подмены вопроса и ухода от ответственности.

EN

Communicative strategies of a political actor used in mass manipulation (based on speeches by US politicians)

N. I. Ilyukhin

Abstract. The study aims to systematize the manipulative strategies and tactics employed by American politicians in electoral discourse, taking into account a three-component model of communication and the stages of the struggle for power. The scientific novelty of the work lies in identifying and classifying the primary manipulative strategies and tactics used by a political actor within their communicative behavior targeted at the electorate. The article provides an analysis of political discourse from a communicative-pragmatic perspective. Primary attention is focused on the three-component model of communication (addresser – direct addressee – indirect addressee), with a detailed breakdown of the functional roles of its participants. Furthermore, the paper characterizes the actor's target objectives in political discourse and examines strategies for realizing communicative intentions oriented toward a mass recipient. The empirical material comprises speech-visual fragments drawn from contemporary American politicians' campaign speeches and interviews. The findings demonstrate that the primary goal of a politician in political discourse is the struggle for power over the mass addressee, which is executed communicatively via two primary strategies. The strategy of attraction, employed by the actor to gain power, primarily consists of tactics for manipulating basic needs. To retain power, the politician generally resorts to a strategy of distancing, which in turn incorporates tactics of question substitution and evasion of responsibility.

Введение

Актуальность настоящего исследования обусловлена устойчивым ростом научного интереса к изучению политического дискурса, речевых практик отдельных политиков, а также специфики взаимодействия политика

Научная статья (original research article) | https://doi.org/10.30853/phil20260482

© 2026 Авторы. © 2026 ООО Издательство «Грамота» (© 2026 The Authors. © 2026 Gramota Publishing, LLC). Открытый доступ предоставляется на условиях лицензии CC BY 4.0 (open access article under the CC BY 4.0 license): https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

и общества. В современных научных работах процесс коммуникации между политиком и избирателем рассматривается сквозь призму манипулятивных стратегий, применяемых политическими акторами; это позволяет глубже осмыслить закономерности речевого взаимодействия в политическом поле. Анализ практик массовой коммуникативной манипуляции дает возможность выявить характерные особенности речевого поведения политиков, а также определить типичные манипулятивные тенденции, присущие представителям политического сообщества, которые стремятся максимизировать поддержку избирателей, в том числе в преддверии электоральных кампаний.

Для достижения указанной цели исследования необходимо решить следующие задачи:

1. Выявить характерные черты коммуникации в рамках политического дискурса.
2. Исследовать феномен массовой манипуляции в политическом дискурсе.
3. Определить ключевые коммуникативные цели, манипулятивные стратегии и тактики политика как адресанта коммуникации в политическом дискурсе.

Материалом настоящего исследования послужили речевизуальные фрагменты политических высказываний американских политиков (политические дебаты 2024 г. и интервью 2025 г.), в которых актор осуществляет коммуникативное воздействие на реального или потенциального избирателя. Общий объем проанализированного материала составляет 246 минут.

В качестве основных лингвистических методов исследования применялись контекстуальные и прагматические методы для определения прагматического значения речевых единиц в конкретных ситуациях общения с учетом их манипулятивно-прагматического потенциала и для выявления намерений интенций актора коммуникации, а также способов использования речевых средств для воздействия на конечного адресата.

Теоретической базой работы послужили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные исследованию политического дискурса и политической лингвистики (Карамова, 2013; Хромова, 2016; Михалева, 2009; Шейгал, 2000; Алтунян, 1996; Мощева, 2025; Спиридовский, 2024; Филинский, 2002; Будаев, Чудинов, 2006), работы отечественных исследователей в области речевой манипуляции (Клушина, 2007; Гурочкина, 2003), массовой манипуляции (Доценко, 1996; Бессонов, 2001; Луговских, 2025), политической манипуляции (Жигулин, 2025), исследования феномена власти (Ермаков, Ким, Михайлова и др., 2004; Ильин, Мельвиль, 1997), работы французского психолога Г. Лебона (1995) и американского психолога А. Маслоу (2019), посвященные психологии масс.

Практическая значимость данной работы определяется перспективами внедрения полученных результатов в вузовские курсы по теории коммуникации, прагмалингвистике, а также созданием отдельного курса по коммуникативной манипуляции в конфликтных типах дискурса.

Обсуждение и результаты

Под политическим дискурсом понимаются «представленные особыми речевыми средствами тексты, соотносимые с теми ситуациями общения, которые связаны с политической сферой жизнедеятельности людей» (Карамова, 2013, с. 57). Для политического дискурса характерно наличие трех участников коммуникации (Ермаков, 2004, с. 293). Более подробно данная характеристика раскрыта у О. Л. Михалевой (2009, с. 36-37):

1. Адресант – направляет речь коммуниканту в соответствии со своим волеизъявлением.
2. Прямой адресат – чаще всего соперник, который либо присутствует в разговоре, либо представлен опосредованно, через коммуникативную реакцию адресанта на его действия, характеристику его личности. Во втором случае наблюдается ситуация скрытого противостояния.
3. Непрямой адресат (адресат-наблюдатель) – им выступает народ, мнение которого политики представляют и чье внимание пытаются завоевать.

При отсутствии прямого адресата (чаще всего на пресс-конференциях, предвыборных выступлениях и агитациях перед избирателями, официальных личных интернет-каналах политиков) непрямой адресат становится прямым и воздействие на него осуществляется не имплицитно. Адресат-наблюдатель фактически выступает в качестве пассивной стороны коммуникации, «чья обратная реакция не является достаточно четко акцентированной и не может быть полноценно озвучена в виде коммуникативно речевых актов и практик» (Спиридовский, 2024, с. 236). При этом важно отметить, что «наличие адресата-наблюдателя не просто осознается субъектом и прямым адресатом, но самым непосредственным образом влияет на его коммуникативную интенцию, выбор стратегии и речевого поведения» (Шейгал, 2000, с. 86). Именно адресат-наблюдатель является объектом действий актора (Луговских, 2025, с. 178). Подобные взаимоотношения характерны для политического дискурса, поскольку одной из основных его функций является «использование его в борьбе за власть и при удержании власти» (Филинский, 2002, с. 26). Именно народ реализует свое право выбора на основе убеждений, идеалов и веры в того или иного политика, поэтому условный или реальный оппонент на политической арене не представляет интереса для адресанта в рамках реализации его первостепенной коммуникативной цели: влияние и завоевание авторитета перед электоратом. Власть здесь понимается как некое господство, обеспечивающее выполнение приказа, способность реализовать функцию социального управления и осуществляемое посредством языка, который понятен участникам коммуникации (Ильин, Мельвиль, 1997, с. 146-153). В рамках политики «разворачивается символическая борьба за навязывание определенного видения мира» (Хромова, 2016, с. 40). Эта борьба проявляется в конкуренции различных интерпретаций действительности, в попытках навязать аудитории определенный нарратив и закрепить за собой право определять «повестку дня».

При исследовании манипуляции в политическом дискурсе важно понимать, что сознание индивидуально, а бессознательное – коллективно. Индивиды растворяются в массе под влиянием внушения, поскольку внушение в толпе заразительно (Лебон, 1995, с. 72). Данный феномен лежит в основе многих приемов политического воздействия: в условиях массового общения личная рациональность отдельного человека нередко уступает место эмоциональным и архетипическим реакциям, общим для большой группы людей. Перед адресатом стоит задача подобрать подход к каждому, «найти какой-то общий для всех интерес, причем более высокого порядка, чем интересы отдельных групп» (Алтунян, 1996).

Массовая манипуляция, применяемая политиками в политическом дискурсе, может иметь следующие признаки:

– отсутствие у адресата доступа к независимым источникам информации (Клушина, 2007, с. 50);
– искажение и недостоверность передаваемой информации (Гурочкина, 2003, с. 137);
– асимметричность в процессе манипуляции, проявляющаяся в векторной направленности негативного воздействия «сверху вниз» от адресанта к адресату, при которой актор владеет процессом коммуникации, а реципиенту отводится пассивная роль получателя сообщения, как правило, без возможности незамедлительного реагирования (Клушина, 2019, с. 44);
– использование психологической силы, игра на слабостях (Карамова, 2013, 157);
– отношение к манипулируемым не как к личностям (Бессонов, 2001, с. 12; Доценко, 1996, с. 173);
– агональность (Жигулин, 2025, с. 32; Шейгал, Дешевова, 2009, с. 147; Михалева, 2009, с. 42), проявляющаяся в противостоянии двух сторон, каждая из которых имеет цель добиться превосходства по какому-либо параметру. Борьба за власть предполагает наличие конкуренции за внимание избирателя. Политики вынуждены не только представлять свое видение развития общества, но и критиковать действия или бездействие других политиков, претендующих на потенциальные голоса граждан. Ярче всего данная характеристика проявляется при реализации индивидуальной манипуляции, во время политических дебатов. Однако, используя коммуникативные стратегии в рамках массовой манипуляции, политики довольно часто прибегают к открытой или имплицитной критике своих конкурентов.

При реализации массовой манипуляции политики используют стратегии аттракции и дистанцирования.

Стратегия аттракции чаще всего используется политиком для завоевания власти у потенциального или реального избирателя и осуществляется напрямую, не через прямого адресата манипулятивного воздействия. Аттракция – установление контакта с адресатом, создание положительного образа в сознании публики. При осуществлении директивного манипулятивного воздействия на большое количество людей «продуценту приходится принимать во внимание довольно широкий спектр социальных стимулов или факторов ожидания электората, которые строятся на основе иерархии потребностей и мотивации индивидуума» (Мощева, 2025, с. 179). Каждый человек нуждается в удовлетворении типичных базовых потребностей: физиологические (в большей степени пища и вода), потребность в безопасности (в защищенности; стабильности; защите; отсутствии страха, тревоги и хаоса; потребности в структуре, порядке, законе и ограничениях; силе покровителя и т. д), а также потребность в любви и принадлежности (Маслоу, 2019, с. 65). Остальные потребности более высокого порядка, такие как потребность в уважении и самоактуализации, представляют важность для тех людей, которые не испытывают нехватку в базовых.

Таким образом, политики в своих предвыборных кампаниях, заявлениях или коммуникативных ситуациях, где необходимо применить стратегию аттракции, как правило, ведут разговор об улучшении условий труда, понижении налогов, укреплении внутренней валюты, затрагивают вопросы семьи, а также другие подобные темы, связанные с ощущением безопасности и комфорта граждан:

(1) We will also cut energy and electricity prices in half, fifty percent within twelve months including for all people and families, not just companies. So, ready? Your energy bill will be cut from January 20th, will be cut by fifty percent in twelve months. Fifty, fifty percent (Speech: Donald Trump Holds…, 2024). / Мы также снизим цены на энергоносители и электроэнергию вдвое, на пятьдесят процентов, в течение двенадцати месяцев, для всех граждан и семей, не только для компаний. Итак, вы готовы? Ваш счет за электроэнергию начнет снижаться с двадцатого января и сократится на пятьдесят процентов в течение двенадцати месяцев. На пятьдесят, пятьдесят процентов (здесь и далее перевод наш. – *Н. И.*).

В данном примере (1) будущий президент Америки Дональд Трамп выступает с предвыборной речью в штате Висконсин. Основная цель кандидата в президенты – набор голосов в предвыборной гонке. Актор прибегает к тактике манипуляции потребностями, давая обещание о сокращении платы за электроэнергию. Достаточно резонансное утверждение о снижении платы за энергоносители вдвое, безусловно, привлечет внимание публики, поскольку данный вопрос касается каждого жителя, независимо от его дохода. Нужный воздействующий эффект достигается за счет лексических повторений “fifty percent”, “twelve months”. Подобный инструмент негативного воздействия можно назвать «манипулятивным обещанием». Адресант-политик утверждает о решении существующей у избирателей проблемы, связанной, как правило, с базовой потребностью гражданина, при этом обещание чаще всего сопровождается манипулятивной статистикой или показателями, от чего воздействующий эффект усиливается. Обещание является манипулятивным, поскольку после получения поддержки избирателей политик не исполняет его в полном объеме. В данном случае некоторые источники утверждают, что после избрания Трампа президентом счета за электроэнергию, наоборот, выросли (Analysis Shows Electric…, 2025; South, 2026; Speech…, 2024).

(2) If I win, we will have peace in the world again. If Kamala Harris gets four more years, instead of a Golden Age. America will be condemned to a fate of decline, desperation and despair. That’s where we are right now. Your family

finances will be permanently destroyed, your borders will be gone forever. Ten of millions more illegal aliens will invade our cities and towns (Speech: Donald Trump Holds…, 2024). / Если я выиграю, в мире снова наступит мир. Если Камала Харрис получит еще четыре года, то вместо «золотого века» Америка будет обречена на отчаяние, упадок и безысходность. Мы сейчас в этой точке. Финансовое благополучие ваших семей будет навсегда разрушено, а границы перестанут существовать. Десятки миллионов нелегальных мигрантов заполонят наши города и поселки.

В примере (2) актор использует манипулятивную тактику критики оппонента. Если в предыдущем примере аттракция была «положительной», построенной на создании благоприятного образа избираемого, обещающего решить возникшую проблему среди жителей региона, то данный фрагмент построен на запугивании граждан, решивших сделать «неверный» выбор в пользу другого кандидата. Аспекты мрачного будущего связаны с базовыми потребностями жителей: низкий уровень заработной платы и большое количество мигрантов фактически можно отнести к потребности в безопасности, являющейся базовой потребностью каждого человека. Воздействующий эффект достигается стандартными стилистическими средствами, которые по своей природе не являются манипулятивными (метафора “golden age”, семантический повтор “fate of decline, desperation and despair”, гипербола “ten of millions”), но имеют огромный манипулятивный потенциал; например, метафора представляет собой «значимый инструмент манипуляции общественным сознанием» (Будаев, Чудинов, 2006, с. 60). При этом адресант противопоставляет себя своему оппоненту, заявляя: «Если я выиграю, в мире снова наступит мир» (“If I win, we will have peace in the world again”). Подобные заявления предельно эмоциональны, неверифицируемы, поскольку не содержат объективных фактов, неманипулятивной статистики и относятся к потенциальному будущему нарративу, созданному политиком-манипулятором.

(3) I believe in the ambitions and the aspirations, the dreams of the American people. And that is why I have a plan to build, what I call an “opportunity economy”. Because here is the thing, we know that we have a shortage of homes and housing and the cost of housing is too expensive for far too many people. We know that young families need support to raise their children and I intend on extending a tax cut for those families of 6000 dollars which is the largest child tax credit that we have given in a long time so that those young families can afford to buy a crib, buy a car seat, buy clothes for their children. My passion, one of them, is small businesses. My mother raised my sister and me but there was a woman who helped raise us. We call her second mother. She was a small business owner. I love our small businesses (Presidential Debate Between Harris and Trump, 2024). / Я верю в амбиции и устремления, в мечты американского народа. И именно поэтому у меня есть план построить то, что я называю «экономикой возможностей». Вот в чем дело: у нас нехватка жилья, а стоимость жилья слишком высока для очень многих людей. Мы знаем, что молодые семьи нуждаются в поддержке, чтобы растить детей, и я намерена продлить для таких семей налоговые субсидии в размере 6000 долларов. За последнее время – это самые крупные субсидии на ребенка, которые мы предоставляли. Таким образом молодые семьи смогут позволить себе купить кроватку, автокресло, одежду для детей. Моя страсть, одна из них, – малый бизнес. Моя мама растила нас с сестрой, но была еще одна женщина, которая помогала нас воспитывать. Мы называли ее второй мамой. Она была владелицей малого бизнеса. Я люблю наш малый бизнес.

В своей предвыборной речи во время дебатов с Дональдом Трампом кандидат в президенты Камала Харрис использует стратегию аттракции для привлечения голосов избирателей. Выражение “opportunity economy” представляет собой идеологическую полисемию, поскольку не обладает конкретным денотативным значением. При описании существующих проблем в современной экономике страны Камала Харрис использует тактику манипуляции базовыми потребностями, стараясь привлечь внимание молодых семей. В рамках осуществления стратегии аттракции актор также использует тактику присоединения, суть которой заключается в установлении общности с адресатом. В данном случае Камале Харрис необходимо обосновать свое желание помогать малому бизнесу таким образом, чтобы его представители ей поверили и проголосовали за нее на грядущих выборах. Сам адресант никак не связан с бизнесом, поскольку является представителем интеллигенции. Актором принимается решение упомянуть о женщине, очень дорогой для ее семьи (“We call her second mother”), которая владела малым бизнесом. Таким образом, актор надеется, что данный эмоциональный контекст придаст вес высказыванию и образует связь с потенциальным электоратом.

Стратегия дистанцирования направлена на удержание власти. После получения доверия со стороны граждан политик, в особенности президент страны, предпринимает попытки сохранить и увеличить количество своих сторонников, что осложняется возникающими проблемами как внутри страны, так и за ее пределами, поскольку общество не статично. Политику невыгодно признавать промахи своей команды, т. к. имеется риск потери поддержки электората на следующих выборах. Стратегия дистанцирования от той или иной проблемы, неудобного вопроса или негативных результатов работы помогает актору сгладить углы и создать положительный образ в сознании избирателя. В рамках данной стратегии наиболее популярными тактиками являются тактика подмены вопроса и ухода от ответственности.

(4) – How far would you go to take Maduro out of office?

– I don’t want to speak about that but his days are numbered

– Can you rule out an American ground invasion?

– I don’t want to talk about that. Why would I talk to you an extremely unfriendly publication if you want to call it, Politico, that got 8 million dollars from Obama to keep it afloat? Why would I do that? (Interview: Dasha Burns of Politico…, 2025). /

– Как далеко вы готовы зайти, чтобы отстранить Мадуро от власти?

– Я не хочу говорить об этом, но его дни сочтены.

– Можете исключить возможность наземного вторжения США?

– Я не хочу об этом говорить. Зачем мне разговаривать с вами – с изданием, которое я считаю крайне недружелюбным, если так можно сказать, – с «Политико», которое получило восемь миллионов долларов от Обамы, чтобы удержаться на плаву? Зачем мне это делать?

В интервью с Трампом журналист старается вывести американского президента на прозрачный и точный ответ по поводу потенциального вторжения американских войск в Венесуэлу. Очевидно, что данная информация касается не только размышлений и оценочных суждений действующего президента. Подобные операции обладают достаточной секретностью и связаны с различными ведомствами. Не удивительно, что сначала президент решает не отвечать на этот вопрос, резко сказав: “I don’t want to speak about that”. Журналиста подобный ответ не устраивает, и она предпринимает новую попытку, задав синонимичный вопрос, но уже более определенный. Президент решает прибегнуть к тактике ухода от потенциальной ответственности. Он не отвечает на поставленный вопрос, сохраняя интригу, но решает найти аргумент своего коммуникативного действия, встречно упрекнув журналистку в предвзятости. Упоминание о финансировании издания бывшим президентом Обамой, которого Трамп неоднократно критиковал, является удобным инструментом для актора, поскольку объясняет его нежелание проливать свет на тему Венесуэлы тем, что «Политико» в итоге представит его ответ не так, как он был задуман, выставив Трампа в неблагоприятном свете для граждан Америки.

(5) – I wonder sir. What grade would you give your economy right now?

– Before I answer that, let me just tell you something. I’ve watched the stupid people like Marjorie Trader Greene say that he spends too much time on foreign. Well, by doing that and first of all it doesn’t take lot of time. I made one trip. I bought back trillions of dollars on that one trip. I stopped in Japan. I stopped in South Korea, I met with President Xi, went to the Middle East. I brought back 3 trillion dollars from the Middle East. I sold many Boeing airplanes on that trip, like 300. When I go on a trip, I have one place in mind, it’s the United States.

– Let’s come back to the economy of the US, right?

– You made a statement that I devote too much time outside of the USA. I’ve made a fortune for the United States…

– To be clear that’s not my statement, that’s some of your supporters and others have said.

– I made a fortune and spent very little time. All of my time is spent here. Most of my time is spent here. But when I do go outside, it only going outside for here. For instance, settling and solving the problem with China, that has huge effect on the United States, making deals with Japan, South Korea, Indonesia, all of these countries. If you go back during Biden, or if you go back during Obama, they were ripping us off like no countries ever been ripped off. You have to understand. I inherited a mess. I inherited a total mess. Prices were at all time high when I came in. Prices are coming down substantially. Look at energy. It’s amazing what we’ve done (Interview: Dasha Burns of Politico…, 2025). /

– Интересно узнать, сэр, какую оценку вы бы сейчас дали состоянию вашей экономики?

– Прежде чем ответить, позвольте кое-что сказать. Я слушал, как всякие недалекие люди вроде Марджори Тейлор Грин твердят, что я трачу слишком много времени на внешнюю политику. Так вот, во-первых, это не отнимает много времени. Я совершил одну поездку – и вернул триллионы долларов. Я заезжал в Японию, заезжал в Южную Корею, встречался с председателем Си, побывал на Ближнем Востоке. Я привез с Ближнего Востока три триллиона долларов. В той поездке я продал много «Боингов», около 300. Когда я куда-то еду, у меня на уме только одно место – Соединенные Штаты.

– Давайте все-таки вернемся к экономике США, хорошо?

– Вы сказали, что я уделяю слишком много времени делам за пределами США. Я привез очень много денег для США.

– Давайте проясним, это не мое утверждение. Так говорят некоторые ваши сторонники и другие люди.

– Я привез целое состояние и потратил на это очень мало времени. Все мое время я провожу в Америке. Большую часть времени я провожу в Америке. Но когда я выезжаю за границу, я делаю это только ради нашей страны. Например, урегулирование проблемы с Китаем оказывает огромное влияние на США, заключение сделок с Японией, Южной Кореей, Индонезией – со всеми этими странами. Если вспомнить времена Байдена, если вспомнить времена Обамы – тогда они нас обирали так, как ни одну страну еще никто не обирал. Вы должны понимать. Мне досталось в наследство сплошное безобразие. Мне достался полный хаос. Когда я пришел к власти, цены были на рекордно высоком уровне. Сейчас они существенно снижаются. Посмотрите на энергетику. Просто поразительно, чего мы добились.

Вопрос журналиста о текущем состоянии американской экономики представляет собой манипулятивный прием вопроса-«ловушки», поскольку на прогнозируемый от стандартного чиновника ответ, описывающий положительные аспекты работы правительства, у журналиста заготовлен контраргумент, нивелирующий предыдущее высказывание собеседника и снижающий его репутацию перед зрителями-избирателями. Дональд Трамп, понимая свое положение, применяет стратегию дистанцирования и тактику подмены вопроса, переключая фокус внимания на собственные внешнеполитические инициативы и критику в свой адрес со стороны политических оппонентов. Связь с исходным вопросом устанавливается посредством речевого инструмента манипулятивной статистики: Трамп сообщает, что результатом его поездок была прибыль, привезенная им от осуществленных сделок (“I bought back trillions of dollars on that one trip”, “I brought back 3 trillion dollars from the Middle East”). В своем ответе американский президент также использует трюизм (“I have one place in mind, it’s the United States”). При повторной попытке интервьюера вернуться к проблематике внутренней экономики

собеседник избегает прямого ответа, продолжая развивать тему внешнеэкономической деятельности и подчеркивая значимость достигнутых договоренностей. Отдельное внимание следует обратить на речевой инструмент манипулятивного обвинения, использованного Трампом для объяснения выбора такой стратегии ответа на не озвученный вопрос (“You made a statement that I devote too much time outside of the USA. I’ve made a fortune for the United States”). Это позволяет снова переформатировать предмет обсуждения и сместить акцент с оценки внутренней политики на демонстрацию внешнеполитических результатов. В свою очередь, журналист четко очерчивает границы диалога, эксплицитно дистанцируясь от приписываемой ему позиции: “To be clear that’s not my statement, that’s some of your supporters and others have said”. Данная реплика выполняет функцию коррекции дискурсивной рамки: собеседник маркирует отсутствие собственной оценочной позиции по указанному вопросу и указывает на источник утверждения – сторонников и иных комментаторов. В завершающей части высказывания президент прибегает к тактике переноса ответственности, сначала дискредитируя предшествующие администрации (“If you go back during Biden, or if you go back during Obama, they were ripping us of like no countries ever been ripped off”), затем утверждая, что состояние страны в момент прихода Трампа к власти было катастрофичным. Данная тактика также строится по принципу контраста, где прошлый опыт характеризуется как сопряженный с существенными для страны экономическими потерями, а новый – с расцветом и положительной динамикой (“Prices are coming down substantially. Look at energy. It’s amazing what we’ve done”).

Представляется, что анализ массовой манипуляции в политическом дискурсе следует проводить через выявление и определение манипулятивных стратегий и тактик, использующихся политиком в своем коммуникативном поведении, а не манипулятивных инструментов, поскольку один и тот же инструмент (например, дискредитация оппонента) может быть применен политиком в рамках реализации различных стратегий.

Заключение

На основании проведенного исследования можно прийти к следующим выводам:

1. Политический дискурс является сложным феноменом, коммуникация в котором характеризуется наличием трех участников: адресанта коммуникации (политика), прямого адресата (эксплицитного или имплицитного) и адресата-наблюдателя. Именно адресат-наблюдатель представляет наибольший интерес для политика, поскольку он, не имея возможности незамедлительно коммуникативно реагировать на действия политика, является истинностным актором политических событий.

2. Массовая манипуляция в политическом дискурсе, в отличие от индивидуальной, в большей степени обезличена и коллективна. При этом массовому адресату сложно составить объективное мнение о политических действиях того или иного политика, поскольку манипулятивное влияние ассиметрично, и политик обладает разнообразным арсеналом инструментов его реализации, из-за чего адресат находится в информационном вакууме.

3. Стратегия аттракции, реализуемая преимущественно на этапе завоевания власти, базируется на апелляции к базовым потребностям социума (в безопасности, комфорте, социальной принадлежности) и направлена на формирование позитивного образа политика в сознании электората. Стратегия дистанцирования, актуализируемая на этапе удержания власти, предполагает нивелирование проблемных аспектов деятельности актора посредством тактик подмены вопроса и уклонения от ответственности, что позволяет минимизировать риски утраты общественной поддержки.

Перспективы дальнейшего исследования проблемы видятся в более детальном изучении процесса коммуникации в политическом дискурсе, углубленном анализе массовой и индивидуальной манипуляции, а также классификации манипулятивных стратегий и тактик, используемых политиками в своем коммуникативном поведении. Отдельное внимание предполагается уделить сравнительному анализу манипуляции политического, судебного дискурсов, а также дискурса СМИ, что позволит всесторонне описать феномен манипуляции, являющейся одним из важнейших аспектов формирования коммуникации в конфликтных типах дискурса.

Материалы исследования | Research materials

1. Analysis Shows Electric Bills Have Spiked 13% in Trump’s First Year – And His Own Policies are to Blame // Common Dreams. 2025. December 16. https://www.commondreams.org/news/electric-bill-price-increase
2. Politico with Dasha Burns. President Donald Trump Interview: Dasha Burns of Politico Interviews Donald Trump at the White House – December 8, 2025 // Vimeo. 2025. December 8. https://vimeo.com/1145126237
3. Presidential Debate Between Harris and Trump. 2024. https://vimeo.com/1008283843
4. South J. Trump Promised He’d Reduce Electricity Prices By 50% in 18 Months. We Ran the Numbers // Yahoo/Finance. 2026. July 21. https://finance.yahoo.com/energy/articles/trump-promised-d-reduce-electricity-101210979.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly9hbGljZS55YW5kZXgucnUv&guce_referrer_sig=AQAAAEnTRuyrg_QsidlAnpnIyQpC5dA1q2IYJBzeSCYtkNi5Xceetz_DOeVJ6qRHdzKyjrifLBeNuTrSlFsltXEbvTyZDeOQp18VSH5PFErzWy1Yvg5340yGGRlK6xTpHwyjtPvQzBP8nBLSJzY9miCUOFblzXsSvJ58QebdDEEfV6fB
5. Speech: Donald Trump Holds a Campaign Rally in Milwaukee, Wisconsin – November 1, 2024 // Vimeo. 2024. November 2. https://vimeo.com/1025699853?ysclid=mt4sjqlnmj628060043

Источники | References

1. Алтунян А. О собирателях земли русской. Жириновский как публицист (Анализ политической статьи) // Вопросы литературы. 1996. № 2.
2. Бессонов Б. Я. Пропаганда и манипуляция // Реклама: внушение и манипуляция: сборник статей. М.: Бахрах-М, 2001.
3. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Концептуальная метафора в политическом дискурсе: американский, европейский и российский варианты исследования // Известия Уральского государственного педагогического университета. Лингвистика. 2006. № 17.
4. Гурочкина А. Г. Скрытые формы речевого воздействия в акте вербальной коммуникации // На стыке парадигмы лингвистического знания в начале XXI века: грамматика, семантика, словообразование: материалы Международной конференции (г. Москва, 01-30 октября 2002 г.). Калининград: Изд-во Калининградского государственного университета, 2003.
5. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: ЧеРо; Изд-во Московского государственного университета, 1996.
6. Ермаков С. В., Ким И. Е., Михайлова Т. В., Осетрова Е. В., Суховольский С. В. Власть в русской языковой и этнической картине мира: коллективная монография. М.: Знак, 2004.
7. Жигулин Д. П. Способы экспликации стратегии манипулирования информацией в американском предвыборном дискурсе // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. 2025. № 1 https://doi.org/10.5922/vestnikpsy-2025-1-3
8. Ильин М. В., Мельвиль А. Ю. Власть // Полис. Политические исследования. 1997. Вып. 6.
9. Карамова А. А. Современный политический дискурс (конец XX – начало XXI вв.): дисс. … д. филол. н. Уфа, 2013.
10. Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста: монография. М.: МедиаМир, 2019.
11. Клушина Н. И. Убеждение и манипулирование: разграничение понятий // Русская речь. 2007. № 5.
12. Лебон Г. Психология народов и масс. СПб.: Макет, 1995.
13. Луговских К. М. Манипулятивные приемы в политическом медиадискурсе США на примере предвыборных дебатов Д. Вэнса и Т. Уолца // Litera. 2025. № 2. https://doi.org/10.25136/2409-8698.2025.2.73348
14. Маслоу А. Мотивация и личность. Изд-е 3-е / пер. с англ. СПб.: Питер, 2019.
15. Михалева О. Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия: монография. М.: ЛИБРОКОМ, 2009.
16. Мощева С. В. Самопрезентация в политическом дискурсе (на материале выступлений д. Кэмерона) // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2025. № 2. https://doi.org/10.52452/19931778_2025_2_179
17. Спиридовский О. В. Современный политический дискурс: общедоступность или специализированность? // Политическая лингвистика. 2024. № 4 (106).
18. Филинский А. А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000 гг.: дисс. … к. филол. н. Тверь, 2002.
19. Хромова Е. Б. Поле политики в социальной философии П. Бурдье: некоторые элементы теории // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Культура. История. Философия. Право. 2016. № 1.
20. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дисс. … д. филол. н. Волгоград, 2000.
21. Шейгал Е. И. Дешевова В. В. Агональность в коммуникации: структура понятия // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 34.

Информация об авторах | Author information

RU **Илюхин Никита Игоревич**[1], к. филол. н., доц.
[1] Саратовская государственная юридическая академия

EN **Nikita Igorevich Ilyukhin**[1], PhD
[1] Saratov State Law Academy

[1] *tringla@mail.ru*

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 01.09.2026; опубликовано online (published online): 23.10.2026.

Ключевые слова (keywords): политический дискурс; массовая манипуляция; стратегия аттракции; стратегия дистанцирования; коммуникативная манипуляция; political discourse; mass manipulation; attraction strategy; distancing strategy; communicative manipulation.