

DOI : 10.33274/2079-4835-2023-27-2-19-25
УДК 811.111'42'38

Герасименко О. Ю.,
асистент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг,
Україна, e-mail: gerasimenko_ou@donnuet.edu.ua
ORCID: 0000-0002-0539-1165

**СПЕЦИФІКА СТРАТЕГІЇ ТЕАТРАЛЬНОСТІ ЯК ПРОВІДНОЇ СТРАТЕГІЇ
МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ У ПРОЦЕСІ ПЕРЕДВИБОРЧИХ ДЕБАТІВ
Д. ТРАМПА ТА Г. КЛІНТОН**

UDC 811.111'42'38

Herasymenko O. Yu.,
Assistant Professor

Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk National University
of Economics and Trade, Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: gerasimenko_ou@donnuet.edu.ua
ORCID: 0000-0002-0539-1165

**SPECIFICITY OF THE THEATRICAL STRATEGY AS A LEADING STRATEGY OF
MANIPULATIVE INFLUENCE IN THE PROCESS OF THE PRE-ELECTION DEBATES
OF D. TRUMP AND H. CLINTON**

Мета. Мета статті – проаналізувати матеріали передвиборчих дебатів Г. Клінтон та Д. Трампа задля обґрунтування використання та аналізу стратегії театральності як однієї з найбільш впливовіших у процесі політичних дебатів.

Методи. Основні наукові результати отримані з використанням комплексу загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, а саме: аналіз відео- та аудіо-матеріалів передвиборчих дебатів, порівняння, синтез, систематизація та узагальнення наукової літератури.

Результати. Вміння використовувати комунікативні стратегії, зокрема, вміння грамотно включати в своє мовлення тактики й стратегії не лише на зниження та підвищення, а й театральності – це дуже важлива якість для політика, особливо для людини, яка претендує на посаду президента держави. Знання великої кількості комунікативних тактик, їх комбінування, доречне використання – це показник компетентності політика, його здібностей до управління опонентом та аудиторією.

Так, ілюстративним матеріалом дослідження стратегій маніпулятивного впливу обрано тексти передвиборчих промов претендентів на пост президента США – Гіллари Клінтон та Дональда Трампа. У нашому дослідженні ми спираємося на класифікацію стратегій і тактик маніпулятивного впливу, яка була запропонована дослідницею О. Михальовою, оскільки ця класифікація дозволяє всебічно розглянути основні стратегії, які використовуються в політичному дискурсі і, як наслідок, для максимального досягнення своїх цілей. Зокрема, дослідниця виокремлює стратегію на зниження, стратегію на підвищення, стратегію театральності. У нашій статті ми детально розглянули та проаналізували використання американськими політиками саме стратегії театральності, а також було проведено кількісний та порівняльний аналіз вживання досліджених нами раніше стратегій.

Встановлено, що найбільш вживаною у процесі передвиборчих дебатів є стратегія театральності, яка реалізується за допомогою відповідних тактик. Стратегія театральності поєднує в собі тактику спонукання, розмежування «свої-чужі» й обіцянки.

Окреслено кількісні показники вживання стратегій на зниження, на підвищення та театральності, які були об'єктом нашого дослідження раніше. Визначено, що саме

стратегія на зниження та стратегія театральності були найбільш активними у процесі їхнього використання політичними діячами під час передвиборчих дебатів.

Ключові слова: стратегія, тактика, маніпулятивний вплив, промова, дебати.

Постановка проблеми. Проблема маніпуляції свідомістю як різновиду соціально-психологічного впливу розглядається в рамках суспільствознавчих дисциплін. Маніпуляція не є власне мовним феноменом [2, с. 96]. Це явище універсальне, а тому має безліч визначень у різних галузях знання. Але беззаперечним є той факт, що маніпулювання базується на лінгвальних структурах і реалізується в мовленнєвій діяльності [1, с. 68].

У мовній комунікації існує величезна кількість мовних стратегій, що використовуються для досягнення певних цілей і виконання різних завдань у різних типах дискурсу. Актуальність дослідження визначається неодноразовим зверненням лінгвістів до проблем мовного маніпулювання у сфері політичної комунікації. Крім того, вивчення мовного впливу дозволяє надалі вже усвідомлювати сам фактор маніпулювання, тому виникає природна потреба у розробці способів, що допомагають захищатись від такого впливу.

Метою статті є обґрунтування використання та аналізу стратегії театральності як однієї з найбільш впливовіших у процесі політичних дебатів на основі матеріалів передвиборчих дебатів Г. Клінтон та Д. Трампа.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню особливостей стратегій і тактик маніпулятивного впливу у політичному дискурсі присвячено здобутки таких науковців, як А. Белова, О. Дмитрук, М. Дорофєєва, С. Козак, Т. Радзієвська, Т. Різун, О. Селіванова, К. Серажим, І. Шевченко, В. Юшковець тощо, проте сучасні правила та вимоги до здійснення передвиборчих дебатів та виборчих кампаній, різноманіття стратегій та тактик маніпулятивного впливу свідчать про подальші дослідження у цьому аспекті, що дозволяє дійти висновку, що нашу дослідження є актуальним.

Варто зауважити, що у нашому дослідженні ми спиралися на класифікацію стратегій і тактик маніпулятивного впливу, запропоновану дослідницею О. Михальновою.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегія театральності займає особливе місце у передвиборчих дебатах. Застосування даної стратегії відбувається з розрахунку на видовищність, так як в політичному дискурсі існує адресат-аудиторія. Таким чином, дебати спрямовані не на зміну світогляду ті ідей супротивника, а на прямий вплив на потенційних виборців. У цьому різновиді стратегії вплив на аудиторію протікає при високій емоційності й реалізується за допомогою декількох тактик.

Першою з них є *тактика спонукання*. Ця тактика є прагненням спікера спонукати адресатів зробити ту чи іншу дію, або переконати слухачів у правильності своєї позиції. Тактика спонукання може бути поєднана з іншими тактиками, наприклад з тактикою самопрезентації. Необхідність такого поєднання виникає при необхідності виставити себе у позитивному світлі, а також вселити довіру, тим самим досягти підтримки аудиторії. Для реалізації цієї тактики кандидат повинен мати уявлення про аудиторію, до якої він звертається, і які питання і проблеми могли б викликати зацікавлення у майбутніх виборців, і спонукати їх віддати свої голоси за майбутнього політичного лідера:

(1) DONALD TRUMP: *But we have to stop our jobs from being stolen from us. We have to stop our companies from leaving the United States and, with it, firing all of their people;*

(2) DONALD TRUMP: *We cannot let it happen;*

(3) DONALD TRUMP: *Together, we will put the American people first again. We will make our country strong again;*

(4) HILLARY CLINTON: *We need to write a new chapter in the American dream, and it can't be Chapter 11. So, please, join me in this campaign. I'm offering a very different vision about how we're stronger together when we grow together. We're stronger when our economy works for everyone, not just those at the top. I am convinced that if we work hard, if we go into November with*

the confidence and optimism that should be the American birthright, we will not only win an election, we will chart the course to the future that we want and deserve.

Для цієї тактики є характерним використання інклюзивного займенника *we*. Цей прийом дозволяє кандидату продемонструвати, що він знаходиться на одному рівні з активним суб'єктом виступу – аудиторією. Таким чином, оратор ототожнює себе зі своїм народом і всією країною, демонструючи єдність цілей, установок й мотивів майбутнього президента та всього населення. Представлений нами вище фрагмент є прикладом поєднання цієї тактики з тактикою вказування на перспективу, підкреслюючи важливість вибору нового президента для всієї Америки.

Тактика розмежування «свої – чужі» використовується з метою показати, що кандидат – свій, і не причетний до негативних дій свого опонента, яскраво виражаючи своє негативне ставлення до діяльності опонента. Ця тактика дає можливість здійснювати емоційний вплив на аудиторію, тим самим робить політичну комунікацію більш ефективною:

(5) DONALD TRUMP: *The Obama administration, from the time they've come in, is over 230 years' worth of debt, and he's topped it. He's doubled it in a course of almost eight years, seven-and-a-half years, to be semi- exact.*

Використання опозиції «свій – чужий» дозволяє кандидату протипоставити себе своїм опонентам або попередникам. За рахунок лексичних засобів із негативною конотацією автору вдається дискредитувати супротивника в очах аудиторії.

Найбільш вживаною серед політиків є тактика обіцянки. За допомогою цієї тактики політик зобов'язується зробити що-небудь. Відзначається, що ідеальним способом для реалізації даної тактики є використання форми дієслова у майбутньому часі доконаного виду, яка демонструє відсутність сумнівів в здійсненні обіцяного. Лексичні одиниці, що присутні в промовах політиків, зорієнтовані на досягнення цілей у створенні позитивного іміджу, й визначаються прагматичною спрямованістю по реалізації цілей переконання.

Ця тактика реалізується за допомогою дієслів майбутнього часу умовного способу, а також повтору форми: ***I + will (not) + verb***:

(6) HILLARY CLINTON: *In my first 100 days as president, I will work with both parties to pass a comprehensive plan to create the next generation of good-paying jobs;*

(7) HILLARY CLINTON: *And I will repeat today what I have said throughout this campaign. I will not raise taxes on the middle class. I will give you tax relief to help ease these burdens.*

Натомість Д. Трамп наголошує на тому, що він єдиний, хто здатен привести країну на новий рівень – сильної та великої держави, використовуючи тактику обіцянок, яка є традиційною у політичному дискурсі:

(8) DONALD TRUMP: *Sadly, the American dream is dead. But if I get elected president I will bring it back bigger and better and stronger than ever before, and we will make America great again.*

Г. Клінтон, на відміну від Д. Трампа, використовує тактику обіцянок доповнюючи її повторенням слів, що акцентують увагу на успішності, благополуччі та економічній стабільності:

(9) HILLARY CLINTON: *I'm running to make our economy work for you and for every American.*

Для яскравішого та чіткішого акценту на цій обіцянці кандидатка вдається до анафори – кожне наступне речення розпочинається із прийменника *for* для наголошення майбутніх досягнень:

(10) HILLARY CLINTON: *For the successful and the struggling. For the innovators and inventors. For those breaking barriers in technology and discovering cures for diseases. For the factory workers and food servers who stand on their feet all day. For the nurses who work the night shift. For the truckers who drive for hours and the farmers who feed us. For the veterans who served our country. For the small business owners who took a risk. For everyone who's ever been knocked down, but refused to be knocked out.*

Для досягнення більш тривалого маніпулятивного ефекту Гіллари Клінтон використовує анафору для того, щоб ідеї або поняття краще засвоїлися її аудиторією, наприклад:

(11) HILLARY CLINTON: **FreeEducation. FreeMedicalcare. FreeEmployment. Freefood. Freehouses.**

Таким чином, багаторазовий повтор специфічного слова, фрази або ідеї допомагає слухачеві запам'ятати необхідну інформацію, тобто відбувається прихована маніпуляція.

До групи поширених лексико-стилістичних прийомів належать: епітет, алюзія, паралельні конструкції, градація, повтор, антитеза, емоційне протиставлення, проте стилістичним прийомом, який найчастіше використовується – є метафора.

Метафора, як мовний вплив на адресата з метою формування позитивної або негативної точки зору, грає важливу роль при вирішенні і прийнятті рішень, й допомагає шукати можливі альтернативи.

Мета, що поставлена перед кандидатом, визначає вибір певних метафор для виступів:

(12) DONALD TRUMP: ... *in many cases, ISIS-aligned, and we now have them in our country, and wait until you see – this is going to be the great Trojan horse. And wait until you see what happens in the coming years. Lots of luck, Hillary. Thanks a lot for doing a great job;*

(13) HILLARY CLINTON: *That means a nation's own efforts to lift your own people out of poverty....* Ця метафора відбиває намагання Гіллари Клінтон максимально наблизити владу до пересічних громадян і показати, що всі дії політичних діячів спрямовані на добробут громадян.

В наступному прикладі Д. Трамп виказує бажання єднання з аудиторією за допомогою використання метафори:

(14) DONALD TRUMP: ...*Now it's time for America to bind the wounds of division; have to get together. To all Republicans and Democrats and independents across this nation, I say it is time for us to come together as one united people...*

Вважаємо, що в такий спосіб Д. Трамп намагається розв'язати такі завдання, як виказати готовність до діалогу з колишніми опонентами, зменшити негативне враження від своїх передвиборчих промов, запевнити своїх прихильників у дотриманні обіцяного курсу. Задля посилення ефекту від промови, Д. Трамп звертається до загально американських цінностей, тобто, згадує родину:

(15) DONALD TRUMP: **First, I want to thank my parents**, who I know are looking down on me right now...Great people. I've learned so much from them. They were wonderful in every regard. I had truly great parents...**I also want to thank my sisters**, Maryanne and Elizabeth, who are here with us tonight. ...*They're very shy, actually. And my brother Robert – my great friend. . They're great. And also my late brother, Fred. Great guy. Fantastic guy.*

Непоодинокими є випадки використання Дональдом Трампом прийому жартування:

(16) DONALD TRUMP: **It's time. I pledge to every citizen of our land that I will be president for all Americans, and this is so important to me... For those who have chosen not to support me in the past, of which there were a few people... I'm reaching out to you for your guidance and your help so that we can work together and unify our great country... As I've said from the beginning, ours was not a campaign, but rather an incredible and great movement made up of millions of hard-working men and women who love their country and want a better, brighter future for themselves and for their families...**

В аспекті гендерних маркерів у промовах Клінтон чітко простежуються «жіночі» лексичні маркери: сім'я, свобода жінки, рівноправність:

(17) HILLARY CLINTON: *This isn't a women's issue. It's a family issue. Just like raising the minimum wage is a family issue. Expanding childcare is a family issue.*

Серед лінгвістичних засобів віддається перевага у використанні складніших речень та непрямих слів, використання евфемізмів та метафор:

(18) HILLARY CLINTON: *Our political system is so paralyzed by gridlock and dysfunction that most Americans have lost confidence that anything can actually get done.*

Усі вище зазначені лексико-стилістичні засоби використовуються Клінтон з метою створити контакт з аудиторією, виразити суб'єктивну спрямованість змісту, зробити його більш зрозумілим, зменшити соціальну відстань, приховати свої інтереси, посилити експресивність та уникнути негативної реакції. Таким чином відбувається своєрідна маніпуляція думкою слухачів. На відміну від Клінтон, промови Трампа відрізняються використанням простих речень, особових займенників *I* та *they*, що більше привертають увагу слухачів та роблять його причетним до зазначених подій; повторення негативних слів, крайн-суперників є проявом суто маскулінного гендеру. Маскулінні маркери мовлення проявляються у вживанні чоловіками-політиками багатьох засобів організації комунікації серед яких абстрактні іменники; прецизійна лексика, словосполучення, що вказують на впевненість.

Висновки. За результатами дискурс-аналізу передвиборчих промов американських політиків Гіларі Клінтон та Дональда Трампа, було проведено кількісний аналіз використання політиками вивчаємих нами раніше стратегій і тактик:



На діаграмі зображено відсоткове співвідношення стратегій: на зниження, на підвищення й театральності у їх використанні Дональдом Трампом й Гіларі Клінтон. Треба зауважити, що в майбутнього президента домінує стратегія на зниження – 44,3 %, стратегія театральності займає 39,7 %, а стратегія на підвищення становить 17,1 %. Можна припустити, що для Трампа є характерною агресивна стратегія маніпуляції за допомогою простих речень, повторень, уособлення та нанизування негативних факторів, що створює репутацію людини вольової, з чіткою стратегією, можливо, і не завжди коректною, проте ефективною. Виступи Трампа, таким чином, можна назвати яскравими та епатажними. Його реклама «бренда самого себе» іноді є надмірною, прискіпливою, що може «відлякувати» виборців. Отже, можна зробити висновок, що Дональд Трамп перебуває на межі харизматичного лідера та «політичного клоуна». За допомогою аналізу його промов, можна виділити наступні його особистісні риси: здатність акумулювати інтереси широких мас, підкорити своїй волі оточуючих, популізм, амбіційність, авантюризм, нестриманість, невідповідальне ставлення до власних висловлювань, уміння здобувати вигоду зі змін у політичній ситуації.

На протипагу Трампу, аналізуючи відсоткове співвідношення стратегій його суперниці Гіларі Клінтон, ми можемо зазначити, що показники стратегії на зниження майже в два рази менш, ніж у Трампа, а от показники стратегії театральності та стратегії на підвищення

збігаються. Отже, можемо дістатися висновку, що водночас лінгвістичні засоби Клінтон підкреслюють її ставлення до сім'ї як матері, прав жінок як однієї з них, боротьби за права і свободи людей як представника демократів. На фоні висловлювань Д. Трампа, Клінтон свою політичну позицію представляє більш стабільною, збалансованою, ліберальною, такою, що викликає впевненість у завтрашньому дні. Вона, таким чином, вибудувала свою політичну стратегію, щоб забезпечити підтримку виборців з якомога більшої кількості соціальних страт. Отже, політична стратегія Клінтон є інтегративною, бо об'єднує та узгоджує інтереси різних груп населення на основі базових цінностей та ідеалів, визнаних усім американським суспільством. Недарма Г. Клінтон американці 17 разів визнавали найвпливовішою жінкою у світі. Вона є консервативно-реалістичним лідером, тобто вона не орієнтована на зміну раніше встановлених норм та висуває завдання, ураховуючи прогнози їх наслідків та наявність ресурсів. На основі її промов, можна виокремити такі її особистісні риси як здатність акумулювати та відображати у своїй діяльності інтереси широких мас, упевненість, уміння володіти собою, викликати повагу, працездатність, відповідальність та уміння вибудовувати цілісні програми політичних дій.

Важливо зазначити, що усі комунікативні стратегії в межах політичного дискурсу мають одну мету – боротьба за владу. Під впливом чинника «наявність сторін, що змагаються» мовець змушений максимально зменшувати значущість статусу опонента, розвінчувати позиції свого політичного противника й максимально підвищувати свій статус, не зважаючи на той факт, що у виборців може скластися враження некомпетентності політичного опонента та абсолютної досвідченості адресанта. Саме цим пояснюється домінування стратегії на зниження в обох політичних діячів.

Список літератури:

1. Козак С. В. Комунікативні стратегії як засіб маніпулятивного впливу в англomовних прес-релізах. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологічна*. 2012. № 23. С. 68–70.
2. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнєєв В. М. Лінгвістика впливу: монографія. Київ. 2005. 148 с.
3. Donald Trump Speech. URL: <http://time.com/3923128/donald-trump-announcement-speech/>
4. Hillary Clinton Speech. URL: <http://time.com/3920332/transcript-full-text-hillary-clintoncampaign-launch/>
5. Election. Hillary Clinton. URL: <http://lingualeo.com/ru/jungle/president-elect-hillary-clinton-speech-election-night-2016-493288#/page/1/>
6. Speech. Full Transcript. URL: <http://news.sky.com/story/donald-trumps-election-victory-speech-full-transcript-10651128/>
7. Final Trump and Clinton's Debates. URL: <https://hillaryspeeches.com/category/debates/>

References:

1. Kozak, S. V. (2012). *Komunikatyvni stratehii iak zasib manipulyativnoho vplyvu v anhlomovnyh pres-relizah* [Communicative strategies as a means of manipulative influence in English-language press releases]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". Serii: Filolohichna* [Scientific notes of the National University of "Ostroh Academy". Series: Philological], no. 23, pp. 68-70.
2. Rizun, V. V., Nepyivoda, N. F. & Korneev, V. M. (2005). *Linhvistyka vplyvu : monohrafiia* [Linguistics of influence : monograph]. Kyiv, 148 p.
3. Donald Trump Speech. Available at: <http://time.com/3923128/donald-trump-announcement-speech/>
4. Hillary Clinton Speech. Available at: <http://time.com/3920332/transcript-full-text-hillary-clintoncampaign-launch/>

5. Election. Hillary Clinton. Available at: <http://lingualeo.com/ru/jungle/president-elect-hillary-clinton-speech-election-night-2016-493288#/page/1/>

6. Speech. Full Transcript. Available at: <http://news.sky.com/story/donald-trumps-election-victory-speech-full-transcript-10651128/>

7. Final Trump and Clinton's Debates. Available at: <https://hillaryspeeches.com/category/debates/>

Objective. The objective of the present article is to analyze the materials of the pre-election debates of H. Clinton and D. Trump in order to justify the use and analysis of the strategy of theatricality as one of the most influential in the process of political debates.

Methods. The main scientific results are obtained using a set of general and special research methods, namely: analysis of video and audio materials of election debates, comparison, synthesis, systematization and generalization of scientific literature.

Results. The ability to use communicative strategies, in particular, the ability to competently include in one's speech tactics and strategies not only for lowering and raising, but also theatricality, is a very important quality for a politician, especially for a person who is applying for the position of president of the state. Knowledge of a large number of communicative tactics, their combination, appropriate use is an indicator of a politician's competence, his ability to manage the opponent and the audience.

Thus, the text of pre-election speeches of candidates for the post of president of the USA (Hillary Clinton and Donald Trump) was chosen as an illustrative material for the study of strategies of manipulative influence. In our research, we rely on the classification of strategies and tactics of manipulative influence, which was proposed by the researcher O. Mikhaliyova, because this classification allows for a comprehensive consideration of the main strategies used in political discourse and, as a result, for the maximum achievement of their goals. In particular, the researcher singles out the strategy for lowering, the strategy for raising, the strategy of theatricality. In our research, we examined and analyzed in detail the use of the theatricality strategy by American politicians, and also carried out a quantitative and comparative analysis of the use of the strategies we previously studied.

It was established that the strategy of theatricality, which is implemented with the help of appropriate tactics, is the most used in the process of pre-election debates. The strategy of theatrics combines the tactics of incitement, differentiation of "own-other" and promises.

Quantitative indicators of the use of downward, upward and theatrical strategies, which were the object of our research earlier, are outlined. It was determined that the strategy of decline and the strategy of theatrics were the most active in the process of their use by political figures during pre-election debates.

Key words: strategy, tactics, manipulative influence, speech, debate.