

М. Р. Желтухина, А. Д. Гавриш
Волгоград, Россия

**ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕДИАРЕСЛИНГ: ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ И ДИСКУРСИВНЫЕ МАНИПУЛЯЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ПРЕЗИДЕНТСКИХ ПРЕДВЫБОРНЫХ ДЕБАТОВ 2016 ГОДА В США)**

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена политическому медиареслингу в современной коммуникации. В статье вводится понятие политического медиареслинга. Под политическим медиареслингом понимается вид политического медиашоу как постановочного политического действия в массмедиа, развивающегося по определенному сценарию, сочетающего профессиональные навыки, ораторские умения и театральное мастерство главных действующих лиц, оказывающего манипулятивное воздействие на массового адресата. В статье раскрываются основные особенности президентских предвыборных дебатов как одной из форм предвыборной агитации в интенциональном аспекте. Устанавливается, что главной особенностью дебатов является интенциональная искусственность для коммуникантов-оппонентов и наделение такой интенцией коммуникантов — участников дебатов (кандидатов на пост президента) со стороны аудитории (реального адресата дебатов). На материале президентских предвыборных дебатов 2016 года в США раскрывается сущность целеполагания и выделяются критерии дифференциации целеполагания в политической медиакоммуникации. В данной статье осуществляется корреляция целеполагания с такими категориями, как 'истина', 'ложь', 'заблуждение' в интенциональном аспекте политической медиакоммуникации. Авторы приходят к выводу, что возникающее в ходе политической медиакоммуникации эмоциональное реагирование коммуникантов способно повлиять на «миграцию» целеполагания. С точки зрения коммуникантов, утаивание целеполагания или несовпадение задекларированного целеполагания с результатами политического медиареслинга может восприниматься как лживость, некомпетентность и обозначаться такими терминами, как 'обман', 'мошенничество', 'манипуляция'. В статье выявляются различные признаки манипуляции, описываются дискурсивные манипуляции, определяется место манипуляции в рамках политической медиакоммуникации. Рассматривается возможность переструктурирования коммуникативной ситуации в манипулятивных целях в политическом медиадискурсе.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политическая коммуникация; медиадискурс; политический медиареслинг; президентский дискурс; предвыборные дебаты; манипуляция сознанием; американские президенты; избирательные кампании; дискурсивная манипуляция.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Желтухина Марина Ростиславовна, доктор филологических наук, профессор, кафедра английской филологии, Волгоградский государственный социально-педагогический университет; 400066, Россия, г. Волгоград, пр-т Ленина, 27; e-mail: zzmrg@mail.ru.

Гавриш Алеся Дмитриевна, магистрант, 2 курс, Волгоградский государственный социально-педагогический университет; 400066, Россия, г. Волгоград, пр-т Ленина, 27; e-mail: prostozachem@mail.ru.

Избирательную кампанию в США, представленную политическими дебатами в массмедиа, на наш взгляд, можно достаточно удачно сравнить с реслингом (от англ. *professional wrestling* [Андрей http]) как шоу-поединком борцов-реслеров, демонстрирующих по сценарию атлетические навыки, состязание в сфере боевых искусств и актерское мастерство. Под **политическим медиареслингом** мы понимаем вид политического медиашоу как постановочного политического действия в массмедиа, развивающегося по определенному сценарию, сочетающего профессиональные навыки, ораторские умения и театральное мастерство главных действующих лиц, оказывающего манипулятивное воздействие на массового адресата.

Некоторые исследователи могут возражать, что предложенное сравнение не совсем корректное, поскольку в реслинге заранее известны победители, а в предвыборных дебатах результат не всегда предсказуемый, тем более не окончательный, так как впереди еще голосование выборщиков. Отметим, что, проводя эту аналогию, мы на первый план выдвигаем именно постановочность действия и манипулятивный аспект воздействия на аудиторию, что напрямую соотносится с ритуальными поединками оппонентов как таковыми, активизирующими эмоции

массового адресата. В качестве содержательных примет политических баталий во время предвыборных дебатов можно выделить такие, как «публичность, театральность, игра на публику, азарт политика как артиста» [Желтухина, Омельченко 2017: 162; Ponomarenko, Zheltukhina, Slyshkin, Borzykh, Garcia Caselles 2017]. Президентские дебаты в США являются неотъемлемой частью предвыборной гонки, хотя их проведение и не является конституционным требованием [Zheltukhina, Busygina, Merkulova, Zyubina, Vuzinova 2018]. Формат дебатов может быть различным. В ряде случаев вопросы может задавать даже публика, присутствующая на дебатах. За первыми дебатами Дональда Трампа и Хиллари Клинтон следило рекордное для данного события количество зрителей — более 84 млн, причем в это число не включены те, кто следил за дебатами онлайн [Информационно-аналитический ресурс http]. «Приходится констатировать неутешительный факт, что современный медиадискурс приобрел особую социальную функцию, связанную с целями, которым служит использование языка политики: не убеждать, а контролировать, не передавать информацию, а скрывать или искажать её, не побуждать к размышлению, а препятствовать ему» [Желтухина 2016: 155]. Президентские дебаты как одна из форм пред-

выборной агитации имеют ряд особенностей. Рассмотрим основные из них.

Одной из особенностей можно назвать отсутствие интенции выяснять мотивы оппонента во время коммуникации, так как они априори известны коммуникантам. Главной особенностью дебатов, на наш взгляд, является интенциональная искусственность для коммуникантов-оппонентов и наделение такой интенцией коммуникантов — участников дебатов (кандидатов на пост президента) со стороны аудитории (реального адресата дебатов). Наблюдение за дебатами — традиционный элемент политической жизни. У аудитории дебатов создается иллюзия сопричастности большим и значимым событиям. Наблюдая за чужим «персонифицированным» конфликтом, можно испытать насыщенные эмоциями переживания, пусть чужими устами, но задать вопрос или высказать недовольство, услышать то, что хочется услышать. Если сами выборы — устоявшаяся форма коммуникационного процесса, ограниченная массой формальностей, то дебаты, при всей их ритуализованности, производят впечатление спонтанно развивающегося процесса, в котором на первый план выходят сценические характеристики общения, оттесняющие прочие характеристики политического дискурса [Карасик 2000]. Политический дискурс осуществляет сложное взаимодействие с актуальным медиадискурсом таким образом, что «медиадискурс выступает средством борьбы и манипуляций в политических системах» [Желтухина 2016: 157]. Стоит также упомянуть наличие эффекта парасоциальной интеракции [Куликова 2009: 42], которая вызывает доверие к личности адресанта и к порождаемому им сообщению и используется в массовой коммуникации, в том числе и президентских предвыборных дебатах, для убеждения аудитории и политических манипуляций.

Рассмотрим феномен манипуляции в политическом медиадискурсе в интенциональном аспекте. Одним из формальных правил коммуникации является декларирование целеполагания хотя бы некоторой части этого процесса. Как минимум, эта часть должна быть актуальной, разворачивающейся в настоящем времени.

Выделим следующие критерии дифференциации целеполагания в политической медиакommunikации:

- 1) фактор времени (непосредственное, отдаленное целеполагание);
- 2) степень достижимости (реализованное, нереализованное целеполагание);
- 3) степень желаемости (желаемое, прием-

лемое, нежелательное целеполагание);

- 4) степень доверительности (открытое, скрытое (тайное) целеполагание).

Интенциональный аспект политической медиакommunikации предполагает корреляцию целеполагания с такими категориями, как 'истина', 'ложь', 'заблуждение'. Утаивание медиаадресантом целеполагания действия можно рассматривать как ложь. Философское понимание лжи тяготеет к осмыслению идеального, сопоставлению лжи, истины, истинности [Словарь философских терминов 2005: 296—297]. Семантически оправданными видятся следующие антиномии на шкале целеполагания в политическом медиадискурсе:

- 1) 'истинно — ложно';
- 2) 'истинно — неопределенно — ложно';
- 3) 'истинно — вероятно — ложно';
- 4) 'истинно — нейтрально — ложно'.

Приведенные антиномии позволяют говорить об изменяющемся в некоторых пределах истинностном значении политического медиасообщения, порожденного адресантом и воспринятого адресатом.

В политической медиакommunikации выделяются также характеристики лжи, относящиеся к умышленности или неумышленности. Во всяком случае, противопоставление «истинно — неистинно» сужает негативный компонент лжи или даже исключает его. В рамках реальной политической медиакommunikации возможно разное восприятие лжи с преобладанием или когнитивных, или эмоциональных компонентов.

Заблуждение как относительный антоним лжи понимается как «адекватное соответствующее обстоятельствам спонтанное искажение информации субъектом, как правило, ненамеренное» [Словарь русского языка 1986: 170].

Из сказанного выше следует, что целеполагание практического осуществления процесса реальной политической медиакommunikации требует учета категорий 'истина', 'ложь', 'заблуждение' для оказания направленного воздействия на массового адресата.

Игнорирование некоторых аспектов целеполагания, возникающих в рамках реальной коммуникации, может быть причиной неверного толкования аксиологии политического процесса. В своей работе «Речевые акты» [Вежбицкая 1985] лингвист А. Вежбицкая предлагает возможное толкование речевых актов. Однако если ввести в цепочку толкования целеполагания более одного коммуниканта (а в процессе реальной политической коммуникации, как правило, участвуют по крайней мере два коммуниканта), то,

с нашей точки зрения, логически обоснованно довести ее до позиции «я говорю» невозможно, так как цепочка не будет иметь логического окончания. Предположения первого коммуниканта о предположениях второго неизбежно должны включать эти предположения второго коммуниканта, в которые, в свою очередь, будут включены предположения первого и т. д., что обуславливает приближение политического медиапроцесса к явлению логического бесконечного спуска.

Несовпадение оценки целеполагания процесса политической медиакоммуникации самими коммуникантами может порождать конфликт. С другой стороны, при формально демонстрируемом совпадении целеполагания политического медиапроцесса конфликт тоже возможен. Коммуниканты в политической борьбе для сокрытия своего целеполагания могут пользоваться разными способами, в том числе и манипулятивными. Целью коммуникативного акта выступает как желательность того или иного результата, так и избегание результата при выделении субъектом политической медиакоммуникации самого процесса как значимого и способного повлиять на целедостижение в политической борьбе. Политическую медиакоммуникацию, таким образом, можно рассматривать как один из способов реализации процесса целедостижения. То есть это не столько способ достижения цели, сколько именно реализация более масштабного процесса. Реальная политическая медиакоммуникация — такая разновидность информационного политического процесса, в котором хотя бы один из его участников предполагает, что обладает достаточными компетенциями для оценки главных параметров процесса политической медиакоммуникации и влияния на них. Является ли относительно далекое целеполагание основной движущей силой политического медиапроцесса? Скорее всего, нет, так как возникающее в ходе политической медиакоммуникации эмоциональное реагирование коммуникантов способно повлиять на «миграцию» целеполагания. С точки зрения коммуникантов, утаивание целеполагания или несовпадение задекларированного целеполагания с результатами политического медиапроцесса может восприниматься как лживость, некомпетентность и обозначаться такими терминами, как 'обман', 'мошенничество', 'манипуляция'.

Таким образом, мы полагаем, что можно выделить следующие основные характерные черты манипуляции в политической медиакоммуникации:

1. Наличие открыто декларируемого целеполагания, несовпадающего с действитель-

ным целеполаганием хотя бы у одного из коммуникантов в политическом медиадискурсе.

2. Действительное целеполагание хотя бы одного из участников политической медиакоммуникации неприемлемо хотя бы для одного коммуниканта.

3. Сокрытие целеполагания, неприемлемое по своим характеристикам в рамках конкретного коммуникативного акта в политическом медиадискурсе.

4. Наличие манипуляции в политическом медиадискурсе может быть выявлено только ретроспективно, т. е. манипуляция не имеет настоящего времени.

5. Процесс политической медиакоммуникации воспринимается как нелживый коммуникантами, участвующими в нем и подвергающимися манипуляции.

Как манипулятивное можно рассматривать и перефразирование факта описательного высказывания в разряд оценочного. В этом случае коммуникант в политическом медиадискурсе может обратиться к различным метаязыкам, в том числе, например, к нормам права. В принципе любые непроцедурные попытки переформатирования процесса политической медиакоммуникации в недекларируемых целях одним из коммуникантов можно рассматривать как манипулятивные. Однако и здесь действует правило «у манипуляции нет настоящего времени».

В качестве иллюстрации сказанного можно привести слова Дональда Трампа во время вторых президентских предвыборных дебатов 2016 года в США:

...There has never been anything like this where emails, and you get a subpoena. You get a subpoena, and after getting the subpoena you delete 33,000 emails and then you acid wash them or bleach them, as you would say. ...Because you would be in jail [Newsweek staff http]. / Никогда не было ничего подобного этой ситуации с письмами, и ты получаешь повестку. Ты получаешь повестку, и после ее получения удаляешь 33 тысячи электронных писем, затем промываешь их кислотой или отбеливаешь, как бы ты выразилась. ...Потому что ты была бы в тюрьме.

Д. Трамп говорит о возможной ситуации, не исключаяющей того, что Х. Клинтон будет «сидеть в тюрьме». Однако необходимо подчеркнуть, что имеются признаки манипулирования в рамках этого коммуникативного акта в политической медиакоммуникации. Полагаем, что открыто декларируемое целеполагание не совпадает с действительным целеполаганием уже в силу того, что

заклучение под стражу и назначение тюремного срока находятся вне компетенции Д. Трампа как кандидата в Президенты США, даже при том условии, что он станет Президентом США. Такие компетенции в США имеют лишь правоохранительные органы, прокуратура и суд. В рамках этих же вторых дебатов Трамп еще раз возвратился к тюремному заключению Х. Клинтон как теме, эмоционально воздействующей на подготовленную и лояльную Д. Трампу аудиторию:

Hold on, wait a minute, if you did that in the private sector, you'd be put in jail, let alone after getting a subpoena from the United States Congress [Ibid.]. / Погоди, минуточку, если ты сделала это в частном секторе, ты будешь сидеть в тюрьме, не говоря уже о получении повестки в суд.

В этой цитате Д. Трамп, используя разговорную сокращенную форму «you'd», уклоняется от использования модального глагола «would», оставляя за аудиторией право предположить более жесткий вариант «you should be put in jail». Однако и в этом случае сказанное Трампом означает приблизительно следующее: «Не исключена вероятность того, что ты будешь сидеть в тюрьме; скорее всего, я приложу некоторые усилия для того, чтобы ты оказалась в тюрьме». Но все эти варианты толкования манипулятивны уже из-за своей необязательности. Действительно, невозможно обвинить Д. Трампа во лжи или попытке манипулирования, так как он всегда может сослаться на то, что предпринял определенные усилия для того, чтобы посадить Х. Клинтон в тюрьму. Реакция Х. Клинтон на эти высказывания Д. Трампа была такова, что она, продемонстрировав стандартную и абсолютно неискреннюю улыбку, уклонилась от обвинений Д. Трампа, растянув свой ответ на несколько бессодержательных и вялых реплик:

It's just not true. / Это неправда.

They were personal emails and not official [Ibid.]. / Эти письма были личными и неофициальными.

Такая реакция косвенным образом свидетельствует, что собеседница не восприняла эти угрозы Д. Трампа всерьез, а значит можно предположить отличие реального формата дебатов от декларируемого. Признаки манипулятивности в рассматриваемом выше примере дают основания предполагать, что манипулирование является необходимым атрибутом американской политической жизни. Нельзя обвинить Д. Трампа во лжи уже потому, что теоретически, пока Х. Клинтон живет, он может приложить неко-

торые усилия для того, чтобы она оказалась в тюрьме.

Заключение

Анализ отобранного материала показал, что американская избирательная система в политической медиакommunikации не позволяет избежать применения манипулятивных средств уже в силу ее исторического эволюционирования. Предполагаем, что для преодоления даже потенциальной возможности манипулирования в ходе американских выборов вполне достаточно было бы определить и формально зафиксировать правила, по которым будет оцениваться правдивость целеполагания речевых актов кандидатов на должность Президента США. Следует отметить также, что в американских реалиях существует возможность переформатирования коммуникативной ситуации путем качественного изменения дискурсивных связей (например, привлечение сторонних лиц-экспертов). Подтверждением этого служит нашумевшее расследование отношений Билла Клинтона и Моники Левински. Расширение дискурсивных связей может представлять из себя привлечение к процессу политической медиакommunikации любых массивов информации и, как следствие, привлечение иных правил, по которым будет оцениваться сам политический медиапроцесс. Скорее всего, привлечение внешних массивов информации или мета-языка (юриспруденция) может быть квалифицировано как манипулятивное. Чтобы избежать подобного толкования, необходимы гарантии со стороны коммуникантов, что они не прибегнут к такого рода приемам ни в ходе политической медиакommunikации, ни при оценке ее результатов. Однако политический медиадискурс не предполагает подобных гарантий, что способствует реализации политического медиареслинга в глобальной системе политической медиакommunikации, особенно в периоды предвыборных баталий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андрей. Профессиональный рестлинг/реслинг [Электронный ресурс]. URL: <https://vilingstore.net/Professionalnyu-restlingrestling-Professional-wrestling-i86870> (дата обращения: 15.05.2018).
2. Вежбицкая А. Речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. — М.: Прогресс, 1985. Вып. 16. С. 251—275.
3. Желтухина М. Р. Современный медиадискурс и медиакультура воздействия // Верхневолжский филол. вестн. 2016. № 4. С. 154—159.
4. Желтухина М. Р., Омельченко А. В. Экология политического языка и культуры на рубеже XX—XXI веков: исчезающая духовность и трансформирующаяся ментальность под властью психотехнологий // Духовность и ментальность: экология языка и культуры на рубеже XX—XXI веков: материалы Междунар. науч.-практ. конф. — Липецк: Изд-во ЛГПУ им. П. П. Семенова-Тян-Шанского, 2017. С. 161—166.
5. Информационно-аналитический ресурс BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/russian/news-37492442> (дата обращения: 10.02.2018).
6. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность:

институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. — Волгоград : Перемена, 2000. С. 5—20.

7. Куликова Л. В. Коммуникативный стиль в межкультурном общении. — М. : Флинта : Наука, 2009. 288 с.

8. Словарь русского языка : ок. 5700 слов / С. И. Ожегов ; под ред. Н. Ю. Шведовой. 18-е изд., стер. — М. : Рус. яз., 1986. 797 с.

9. Словарь философских терминов / науч. ред. В. Г. Кузнецова. — М. : ИНФРА-М, 2005. 731 с.

10. Zheltukhina M. R., Busygina M. V., Merkulova M. G., Zyubina I. A., Buzinova L. M. Linguopragmatic Aspect of Modern Communication: Main Political Media Speech Strategies and Tactics in the USA and the UK // *XLinguae Journal*. 2018. № 11 (2). P. 639—654.

M. R. Zheltukhina, A. D. Gavrish
Volgograd, Russia

POLITICAL MEDIA WRESTLING: GOAL SETTING AND DISCURSIVE MANIPULATIONS (ON THE EXAMPLE OF THE 2016 UNITED STATES PRESIDENTIAL ELECTION DEBATES)

ABSTRACT. *The article is devoted to political media wrestling in modern communication. In the article, the concept of political media wrestling is introduced. The political media wrestling is understood as a type of a political media show as a production political action in mass media developing according to a certain scenario, combining professional skills, oratorical abilities and theatrical skills of the main characters and manipulating mass addressee. In the article, the main features of presidential election debates as one of the forms of a pre-election campaign in intentional aspect are revealed. It is established that the main feature of a debate is the intentional artificiality of communicants-opponents and endowment of communicants-debate participants (presidential candidates) with such intension by audience (the real debate addressee). On the basis of 2016 presidential election debates in the USA the essence of goal setting is revealed and criteria of differentiation of goal setting in political media communication are distinguished. In the article, the goal setting correlation with such categories as 'truth', 'lie', and 'delusion' in intentional aspect of political media communication is carried out. The authors conclude that the emotional reaction of communicants arising during political media communication is capable of influencing goal setting "migration". From the point of view of communicants, concealment of goal setting or discrepancy of the declared goal setting with results of political media process can be perceived as falsity, incompetence and can be defined by such terms as 'deception', 'fraud', 'manipulation'. In the article various signs of manipulation come to light, discursive manipulations are described, the place of manipulation in the political media communication is defined. The possibility of communicative situation reformatting in the manipulative purposes in the political media discourse is considered.*

KEYWORDS: *political communication; media discourse; political media wrestling; presidential discourse; pre-election debates; mind control; American presidents; election campaign; discursive manipulation.*

ABOUT THE AUTHORS: *Zheltukhina Marina Rostislavovna, Doctor of Philology, Professor, English Philology Department, Volgograd State Socio-Pedagogical University, Volgograd, Russia.*

Gavrish Alesya Dmitriyevna, Master's Degree Student, Volgograd State Socio-Pedagogical University, Volgograd, Russia.

REFERENCES

1. Andrey. Professional'nyy restling/resling [Elektronnyy resurs]. URL: <https://vilingstore.net/Professionalnyy-restlingresling-Professional-wrestling-i86870> (data obrashcheniya: 15.05.2018).

2. Vezhbitskaya A. Rechevye akty // *Novoe v zarubezhnoy lingvistike*. — М. : Progress, 1985. Vyp. 16. S. 251—275.

3. Zheltukhina M. R. Sovremennyy mediadiskurs i mediakultura vozdeystviya // *Verkhnevolzhskiy filol. vestn.* 2016. № 4. S. 154—159.

4. Zheltukhina M. R., Omel'chenko A. V. Ekologiya politicheskogo yazyka i kul'tury na rubezhe XX—XXI vekov: ischezayushchaya dukhovnost' i transformiruyushchayasya mental'nost' pod vlast'yu psikhotehnologiy // *Dukhovnost' i mental'nost': ekologiya yazyka i kul'tury na rubezhe XX—XXI vekov : materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* — Lipetsk : Izd-vo LGPU im. P. P. Semenova-Tyan-Shanskogo, 2017. S. 161—166.

5. Informatsionno-analiticheskiy resurs BBC [Elektronnyy resurs]. URL: <http://www.bbc.com/russian/news-37492442> (data obrashcheniya: 10.02.2018).

6. Karasik V. I. O tipakh diskursa // *Yazykovaya lichnost': institutsional'nyy i personal'nyy diskurs : sb. nauch. tr.* — Volgograd : Peremena, 2000. S. 5—20.

11. Newsweek staff. Trump vs Clinton in second U.S. presidential debate: full transcript [Electronic resource] // *Newsweek*. 2016. 10 Oct. URL: <https://www.newsweek.com/hillary-clinton-donald-trump-2016-presidential-debate-read-full-transcript-508163> (date of access: 10.03.2018).

12. Ponomarenko E. B., Zheltukhina M. R., Slyshkin G. G., Borzykh L. A., Garcia Caselles C. Markers of the Affecting Model in Contemporary Political Media Communication // *XLinguae Journal*. 2017. № 10 (4). P. 58—68.

7. Kulikova L. V. Kommunikativnyy stil' v mezhkul'turnom obshchenii. — М. : Flinta : Nauka, 2009. 288 s.

8. Slovar' russkogo yazyka : ok. 5700 slov / S. I. Ozhegov ; pod red. N. Yu. Shvedovoy. 18-e izd., ster. — М. : Rus. yaz., 1986. 797 s.

9. Slovar' filosofskikh terminov / nauch. red. V. G. Kuznetsova. — М. : INFRA-M, 2005. 731 s.

10. Zheltukhina M. R., Busygina M. V., Merkulova M. G., Zyubina I. A., Buzinova L. M. Linguopragmatic Aspect of Modern Communication: Main Political Media Speech Strategies and Tactics in the USA and the UK // *XLinguae Journal*. 2018. № 11 (2). P. 639—654.

11. Newsweek staff. Trump vs Clinton in second U.S. presidential debate: full transcript [Electronic resource] // *Newsweek*. 2016. 10 Oct. URL: <https://www.newsweek.com/hillary-clinton-donald-trump-2016-presidential-debate-read-full-transcript-508163> (date of access: 10.03.2018).

12. Ponomarenko E. B., Zheltukhina M. R., Slyshkin G. G., Borzykh L. A., Garcia Caselles C. Markers of the Affecting Model in Contemporary Political Media Communication // *XLinguae Journal*. 2017. № 10 (4). P. 58—68.