

УДК 811.111'1(042.5)

Стратегія демагогії у подячній промові Дональда Трампа

Хамаршех А. Ш.

аспірант кафедри перекладу Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського; e-mail: anastasia_ha_92@hotmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3041-3538>;

GOOGLE.SCHOLAR: https://scholar.google.com/citations?hl=ru&view_op=list_works&gmla=AJsN-F7eig175n5x3-ESxab0wnao-wqyDW8ofuEsAdOu_LqxXDvldQG_NepRIEdqOjkk8MtnvnsEalNkIb2zACyXzO08ZIf9Ru7EUHnS3J1Q7KXkxqgPcv0fyXGczAiX01IOMb33j7yH&user=btn_guQAAAAJ
(Кременчук)

У статті встановлюються локальні та мовленнєві стратегії (тактики), які підпорядковані глобальній стратегії демагогії в американському політичному дискурсі. Проаналізовано дефініції та синонімічний ряд поняття *демагогія*, що дозволило підтвердити доцільність розгляду демагогії як специфічної стратегії політичного дискурсу. Встановлено, що поняття демагогії по-різному сприймається в україномовній та англійській лінгвокультурах. Українці сприймають демагогію як спосіб обману та маніпулювання, тоді як для англійців це лише прийом для ведення політичної гри та збільшення електорату. Реципієнтом демагогії в українській лінгвокультурі є неосвічені верстви населення, в англійській – увесь народ. Демагогія як специфічна стратегія політичного дискурсу спрямована на цільовий вплив на електорат за допомогою апелювання до почуттів, інстинктів та упереджень та формування необхідних політичних поглядів і вподобань. На основі проаналізованого доробку американських вчених-соціологів виділено основні ознаки стратегії демагогії: спрямованість на розширення аудиторії, застосування пропаганди з метою маніпулювання масами, розважальний характер. Аналіз емпіричного матеріалу, а саме – подячної промови Дональда Трампа, виголошеної на Республіканській національній конвенції у 2016 р., дозволив виокремити такі локальні стратегії демагогії, характерні для американського політичного дискурсу: популізм, маніпуляція, суб'єктивізація, фасцинація та спрощення інформації. Висвітлено мовленнєві тактики, характерні для кожної стратегії, серед яких тактики пустих обіцянок, брехні, звинувачення, насмішки, використання лозунгів, вульгаризації, залякування та знаходження «цапів-відбувайлів». Проаналізовано мовні засоби, що були використані для реалізації кожної виділеної локальної стратегії і мовленнєвої тактики демагогії. Найбільш уживаними серед них є використання експресивної лексики з позитивним та негативним забарвленням, художні повтори, антропоніми та суб'єктивізація.

Ключові слова: демагогія, маніпуляція, політичний дискурс, популізм, спрощення інформації, стратегія, суб'єктивізація, тактика, фасцинація.

Хамаршех А. Ш. Стратегия демагогии в благодарственной речи Дональда Трампа. В статье определены локальные и речевые стратегии (тактики), подчиненные глобальной стратегии демагогии в американском политическом дискурсе. Проанализировано дефиниции и синонимичный ряд понятия *демагогия*, что позволило подтвердить целесообразность рассмотрения демагогии как специфической стратегии политического дискурса. Было выяснено, что понятие демагогии по-разному воспринимается в украиноязычной и англоязычной лингвокультурах. Украинцы воспринимают демагогию как способ обмана и манипулирования, в то время как для англичан это всего лишь прием ведения политической игры и увеличения электората. Реципиентом демагогии в украинской лингвокультуре являются необразованные версты населения, а в английской лингвокультуре – весь народ. Демагогия как специфическая стратегия политического дискурса направлена на целевое влияние на электорат с помощью апеллирования к чувствам, инстинктам и предубеждениям, а также – формирование необходимых политических взглядов и предпочтений. На основании проанализированных работ американских ученых-социологов было выделено основные признаки стратегии демагогии: нацеленность на расширение аудитории, использование пропаганды с целью манипулирования массами, развлекательный характер. Анализ эмпирического материала, а именно – благодарственной речи Дональда Трампа, произнесенной на Республиканской национальной конвенции в 2016 г., позволил выделить такие локальные стратегии демагогии, характерные для американского политического дискурса: популизм, манипуляция, субъективизация, фасцинация и упрощение информации. Было освещено речевые тактики, характерные для каждой стратегии, среди которых тактики пустых обещаний, лжи, обвинения, насмешек, использования лозунгов, вульгаризации, запугивания и нахождения «козлов отпущения». Было проанализировано речевые средства, которые были использованы для реализации каждой выделенной локальной стратегии и речевой тактики демагогии.

Наиболее употребляемыми среди них есть использование экспрессивной лексики с положительным и отрицательным значением, художественный повтор, антропонимы и субъективация.

Ключевые слова: демагогия, манипуляция, политический дискурс, популизм, упрощение информации, стратегия, субъективация, тактика, фасцинация.

Khamarshekh A. The strategy of demagoguery in Donald Trump's thankful speech. The article is focused on identifying local and speech strategies (tactics) that are subjected to the global strategy of demagoguery in American political discourse. The article concerns analysis of the definitions and synonyms of the term *demagoguery*. Such analysis confirmed the appropriateness of considering demagoguery as a specific strategy of political discourse. The results of the research ascertain that the term *demagoguery* is perceived differently in Ukrainian and English linguistic cultures. Ukrainians perceive demagoguery as a tool for deceiving and manipulation, while Englishmen think of it as of a method of leading a political game and broadening the voter base. The recipients of demagoguery in Ukrainian linguistic culture are uneducated groups of people, while in English linguistic culture the recipient is the people as a whole. Demagoguery as a specific strategy of political discourse is mainly used to influence the electorate through appealing to the feelings, instincts, and prejudices and through forming required political views and preferences. The analysis of the American sociologists' works enabled us to identify the main features of demagoguery. They are the following: the focus on broadening the audience, using propaganda for manipulating the masses and entertaining character.

Analysis of empirical evidence, Donald Trump's thankful speech, which was given at the Republican national convention in 2016, allows us to single out local strategies of demagoguery. The local strategies of demagoguery, which are typical for American political discourse, are the following: populism, manipulation, subjectivation, fascination, and information simplification. Moreover, the article identifies and describes speech tactics that are typical for each local strategy. Among them, there are tactics of empty promises, lies, accusing, ridicule, using slogans, vulgarization, intimidation, and a tactic of finding a scapegoat. The research also concerns analysis of the linguistic means used for the realization of every local strategy and speech tactic. The most frequently used linguistic means are usage of expressive language with positive and negative meaning, repetition, anthroponomy, and subjectivation.

Keywords: demagoguery, manipulation, political discourse, populism, information simplification, tactics, fascination.

1. Вступ. Сучасний політичний дискурс демонструє широке застосування різноманітних стратегій впливу, спрямованих на задоволення потреби електорату в позитивній інформації та на його збільшення. У цьому зв'язку перед лінгвістикою постає завдання встановлення мовних механізмів застосування стратегій політичного дискурсу. Дослідники зосереджуються насамперед на аналізі таких стратегій політичного дискурсу, як маніпуляція [7; 10; 12], аргументація [1; 3; 4; 11] та евфемізація [8; 17]. Проте, закордонні дослідники вказують на органічність у політичному дискурсі стратегії демагогії [24; 25; 26; 27], вивченню якої в українській германістиці приділяється недостатньо уваги. З огляду на це особливої **актуальності** набуває звернення до проблеми демагогічної комунікації з позицій теорії дискурсивних стратегій у річищі сучасної когнітивно-комунікативної парадигми.

Метою цієї статті є встановлення локальних і мовленнєвих стратегій, які підпорядковані глобальній стратегії демагогії в американському політичному дискурсі. Відповідно, **об'єктом** дослідження постає стратегія демагогії, яка досліджується в американському політичному дискурсі на **предмет** її мовних і мовленнєвих проявів.

Матеріалом слугує подячна промова Дональда Трампа, виголошена 21 липня 2016 року на Республіканській національній конвенції.

У дефініції політичного дискурсу спираємося на розуміння дискурсу в Харківській лінгвістичній школі [16, с. 38] та у критичному дискурс-аналізі Т. ван Дейка, який зазначає, що дискурс є політичним, коли він супроводжує політичний акт у від-

повідній політичній ситуації; тобто, політичний дискурс формується в контексті функціонування політичних інститутів (сесії парламенту, засідання уряду, з'їзди партій) [5, с. 54-56]. Отже, визначаємо політичний дискурс як мисленнєво-мовленнєву діяльність суб'єктів комунікації у контексті функціонування політичних інститутів, яка становить сукупність процесу й результатів та включає як екстралінгвальний, так і власне лінгвальний аспекти.

Досліджуваний дискурс відносимо до усної форми політичного дискурсу, яка охоплює виступи політиків високого рангу, їх інтерв'ю, виступи на радіо й телебаченні, прес-конференції, парламентські дебати, блоки політичних новин у теле- та радіопередачах, за А. Д. Беловою [2, с. 67].

2. Засоби втілення стратегії демагогії у подячній промові Дональда Трампа. Аналіз словникових дефініцій та синонімічного ряду поняття *демагогія* дозволяє описати її як щось виключно негативне, як явище, притаманне корумпованим можновладцям, які нечесним шляхом намагаються використати простий народ, апелюючи до первинних бажань та упереджень людей.

Слово «демагог» має давньогрецьке походження: від *demos* 'народ' і *ago* 'веду', тобто 'популіст', народний політик'. За часів свого виникнення у V ст. до н. е. цей термін не мав негативного відтінку і позначав простата (захисника, представника інтересів) народу – демократичного лідера, вихідця з вельможних родів Греції. Проте, наприкінці V ст. на авансцену політичного життя виходять представники не вельможних родів, завдяки яким поняття

«демагог» отримує негативну конотацію і наближається до сучасного тлумачення, оскільки противники звинувачували їх у політичній безвідповідальності, корупції та грі на інстинктах натовпу [6, с. 29].

Словники української мови визначають це поняття у такий спосіб: «1. ДЕМАГО́ГІЯ, і, жін. Обман політично відсталих верств народних мас всілякими привабливими, але брехливими обіцянками і лозунгами. 2. розм. Цілеспрямований вплив на почуття, інстинкт людей для досягнення мети» [13, с. 237]. У цьому визначенні: 1) демагогія асоціюється з обманом та маніпулюванням; 2) дається характеристика реципієнта – «політично відсталі верстви населення». В. І. Даль характеризує демагога з негативної точки зору: «крайній демократ, який домагається влади в ім'я народу; поборник безладдя, що прагне порушити порядок управління», а демагогію – як «верховенство влади над народом, чорні в управлінні» [15, с. 102].

У англійських словниках цей термін має нейтральне емоційне забарвлення: «Demagogu – NOUN – Political activity or practices that seek support by appealing to the desires and prejudices of ordinary people rather than by using rational argument» [23]. Демагогія сприймається як політичний прийом для досягнення підтримки електорату. Реципієнт описується як «простий народ». Проте, розмовне значення цього терміну, запропоноване академічним словником української мови, відповідає англійській дефініції, вказуючи на можливість розгляду демагогії як стратегії впливу, а саме – апелювання до почуттів, інстинктів, упереджень реципієнта.

Отже, поняття демагогії по-різному сприймається в україномовній та англійській лінгвокультурах. Українці сприймають демагогію як спосіб обману та маніпулювання, тоді як для англійців це лише прийом для ведення політичної гри та збільшення електорату. Реципієнтом демагогії в українській лінгвокультурі є неосвічені верстви населення, в англійській – увесь народ.

Із розглянутих дефініцій впливає також доцільність розгляду демагогії як специфічної стратегії політичного дискурсу, яка спрямована на цілеспрямований вплив на електорат за допомогою апелювання до почуттів, інстинктів та упереджень та формування необхідних політичних поглядів і вподобань.

Аналіз наукових робіт американських соціологів [21; 25; 27] дозволяє розглядати стратегію демагогії як глобальну стратегію політичного дискурсу. За Т. А. ван Дейком, стратегії дискурсу поділяються три типи: глобальні, локальні й мовленнєві [5, с. 273–274]. Глобальна, загальна стратегія або макростратегія характеризує когнітивний план спілкування, «загальну організацію певної послідовності дій» [5, с. 272], локальна стратегія є втіленням глобальної на рівні окремих ділянок дискурсу, а мовленнєва стратегія відповідає понят-

тю тактики і забезпечує оптимальну реалізацію локальної та глобальної стратегій на рівні мовленнєвих актів. Мовленнєва стратегія (тактика) безпосередньо пов'язана з мовними характеристиками дискурсу.

До основних ознак стратегії демагогії доцільно віднести:

1) Спрямованість на розширення аудиторії. Основною метою демагогії є розширення електорату власної політичної партії та – як наслідок – укріплення її влади.

2) Застосування пропаганди з метою маніпулювання масами. Маркус Гаун стверджує, що основним засобом комунікації для демагога є пропаганда [26, с. 34]. Згідно з визначенням поняття *пропаганда*, поданим у Кембриджському словнику англійської мови, вона включає в себе інформацію, ідеї, точки зору та образи, що дуже часто висвітлюють лише частину доказів [22].

3) Розважальний характер. Роберт Лютин стверджує, що «як кандидати і посадові особи вони визнали, що громадськість може вважати за краще, щоб їх розважали, а не інформували, і <...> любов людей та фанфари можна було б перетворити на голоси у? виборчій скриньці» [28, с. 303]. Саме тому демагог намагається перетворити кожен свою появу на шоу, бути гучнішим, більш захоплюючим і більш агресивним. Політик-демагог не зупиняється ні на чому, щоб завоювати серця і розум мас.

Маркус Гаун узагальнив психологічний портрет демагога, склавши перелік характеристик, які включають: прагнення до влади, порушення етичних норм, лицемірство і обман, фанатизм і практичність [26, с. 30]. Маркус Гаун також зазначає, що для демагогів характерне презирливе ставлення до осіб, які вже наділені владою, до високоосвічених людей та до представників ЗМІ.

Аналіз емпіричного матеріалу дозволяє виокремити такі локальні стратегії демагогії, характерні для американського політичного дискурсу: популізм, маніпуляція, суб'єктивізація, фасцинація, спрощення інформації.

Стратегія популізму ґрунтується на апеляції до найпростіших бажань громадян жити у мирі та безпеці, мати при владі того, хто буде забезпечувати задоволення їхніх потреб та встановить справедливість. Політики-популісти стверджують, що борються за права і свободи простих людей, в той час як політики-демагоги апелюють до їхніх первинних бажань та емоцій:

(1) *I have joined the political arena so that the powerful can no longer beat up on people that cannot defend themselves.*

(2) *These are people who work hard but no longer have a voice. I am your voice.*

(3) *Together, we will lead our party back to the White House, and we will lead our country back to safety, prosperity, and peace.*

(4) *We will honor the American people with the truth, and nothing else.*

(5) *These wounded American families have been alone. But they are not alone any longer.*

(6) *I pledge to never sign any trade agreement that hurts our workers, or that diminishes our freedom and Independence. We will never ever sign bad trade deals. America first again. America first.*

(7) *He was a guy most comfortable in the company of bricklayers, carpenters, and electricians and I have a lot of that in me also. I love those people.*

Благополуччя, безпека і соціальна захищеність належать до нагальних потреб народу. Тому в промові використано лексеми з позитивним забарвленням *safety, prosperity and peace, honor, truth*. Трамп висловлює популістичні ідеї щодо підтримки тих, хто не може захистити себе, тих, кого не чують, хто самотні та проігноровані. Для цього використано контрастні образи *the powerful* та *people that cannot defend themselves*, епітет *wounded*, а також художній повтор *America first again. America first*. Крім того, Трамп позиціонує себе як «один із своїх», як людина, яка походить із сім'ї простих трударів.

Стратегія маніпуляції полягає у перекрученні фактів, а інколи – у використанні відкритої брехні з метою отримання підтримки електорату та можливості очорнити конкурентів. Політик-демагог доповнює правдоподібну інформацію неточною. Однак за рахунок злободенності проблеми, що висвітлюється, аудиторія вірить неправдивим свідченням – у такий спосіб досягається маніпулятивний ефект:

(8) *Nearly four in 10 African-American children are living in poverty, while 58% of African-American youth are now not employed.*

Більшість західних ЗМІ звинувачують Трампа у перекрученні фактів. Так Денні Вінік, дописувач онлайн-ресурсу POLITIKO у своїй статті "Donald Trump's confused portrait of black America" наводить статистику щодо справжнього стану благополуччя темношкірих американців. Згідно з цими даними, Трамп користувався застарілою інформацією та дещо завищував показники бідності [19]. Для реалізації стратегії маніпуляції використовується емоційно-експресивна лексика:

(9) *Not only have our citizens endured domestic disaster, but they have lived through one international humiliation after another. One after another.*

Стан внутрішніх справ Трамп називає «катастрофою», зовнішню політику він характеризує як «приниження». Експресивна лексика з негативним забарвленням апелює до емоцій аудиторії. Крім того, він використовує художній засіб повтору, аби підкреслити і закарбувати у пам'яті слухачів те, що вони пережили одне приниження за іншим. На рівні синтаксису використано прийом інверсії для посилення маніпулятивного ефекту.

Стратегія суб'єктивізації дозволяє політику-демагогу виокремити себе з-поміж когорти інших полі-

тичних діячів як того, хто справді може встановити справедливість та забезпечити виконання обіцянок:

(10) *Every day I wake up determined to deliver a better life for the people all across this nation that had been ignored, neglected and abandoned.*

(11) *These are people who work hard but no longer have a voice. I am your voice.*

(12) *Nobody knows the system better than me, which is why I alone can fix it.*

(13) *When I take the oath of office next year, I will restore law and order to our country.*

(14) *In this race for the White House, I am the law and order candidate.*

(15) *By ending catch-and-release on the border, we will stop the cycle of human smuggling and violence. Illegal border crossings will go down. We will stop it. It will not be happening very much anymore. Believe me.*

(16) *My pledge reads: «I'm with you the American people.»*

У подячній промові Трамп зосереджується на собі як єдиній людині, яка може принести зміни. Лише у поданих прикладах займенники *I* та *me* зустрічаються 9 разів. Займенник *we*, що репрезентує Трампа та його електорат, для порівняння, у поданих прикладах було використано лише два рази. Крім того, використовується конструкція *I alone*, що вказує на виключність мовця. Застосовуються ідіоматичні вирази *I am your voice*, *I am the law and order candidate*.

Стратегію фасцинації пов'язуємо з такою рисою демагогії, як шоуїзація. Надаємо перевагу лінгвістичному терміну «фасцинація», який було введено в науковий обіг у 60-і роки XIX століття Ю. В. Кнорозовим, який запропонував розглядати фасцинацію «в якості сигналу, який не залишає байдужим, пробиває будь-які фільтри і захоплює мозок, нервову і гормональну системи, породжує миттєву реакцію, паніку, минаючи свідомість, підсилює критичність. Знаки і символи фасцинації спираються на найсильніші емоції: захоплення, переляк, шок тощо. Вони віщують отримання задоволення і насолоди або попереджують про небезпеку» [9, с. 163]. В. М. Соковнін дає наступне визначення фасцинації: «здатність демонстративного комунікативного сигналу або навіть природного явища приковувати увагу, викликати підвищений інтерес, подив, радість, захоплення, захват, симпатію, зачарування, шок, переляк, екстаз, оминаючи або відключаючи будь-яке логіко-вербальне пояснення, інтелектуальне аргументування і тим більше критику» [14, с. 9], наприклад:

(17) *All of the people telling you you can't have the country you want, are the same people, that would not stand, I mean they said Trump does not have a chance of being here tonight, not a chance, the same people. We love defeating those people, don't we? Love it.*

(18) *And I will be a champion. Your champion.*

Трамп активно використовує прийом художнього повтору з метою наголосити ті думки, які, на його думку, слухачі повинні закарбувати у пам'яті. Спостерігаємо риторичні запитання, що апелюють до іства аудиторії. Велика кількість речень еліптичні, складаються з пари слів, а їх лексичне наповнення більше підходить для рок-концерту або футбольного матчу, аніж для подячної промови кандидата у президенти. Себе Трамп описує лексемою з позитивним забарвленням *a champion*. Для більшої емоційності використано повтор із додаванням займенника *your champion*. У фрагменті (18) повтор слугує для проведення паралелі між людьми, які не дозволяють американцям отримати країну, про яку вони мріють, та тими, хто не вірили у можливість кандидатури Трампа на виборах: *the same people*. Всі ці засоби дозволяють зробити промову більш емоційною, захопливою, яскравою, а отже мають сприяти розширенню електорату.

Стратегія спрощення інформації полягає у тому, що політик-демагог при висвітленні певної теми вихоплює окремий аспект, який є зручним для нього, та випускає з уваги усі інші питання. Наприклад, він може зосередитися на новизні своєї політичної кампанії, в той час як способи її реалізації розкриті не будуть:

(19) *With these new economic policies, trillions of dollars will start flowing into our country. This new wealth will improve the quality of life for all Americans.*

Описуючи зміни, які принесе його правління, Трамп акцентує увагу виключно на позитивних результатах, однак жодного разу не вказує, яким чином він планує досягти їх. Таке спрощення інформації, безперечно, грає на руку політика.

Для реалізації локальних стратегій демагогії використано такі тактики (мовленнєві стратегії): пусті обіцянки, брехня, звинувачення, насмішка, використання лозунгів, вульгаризація, залякування, знаходження «цапів-відбувайлів».

Тактика пустих обіцянок дозволяє навіть електорату думку про те, що всі їхні бажання будуть виконані, а проблеми усунені. При цьому метою політика є завітрити слухачів, що лише він зможе виконати свої обіцянки і в якнайкоротший термін:

(20) *Together, we will lead our party back to the White House, and we will lead our country back to safety, prosperity, and peace. We will be a country of generosity and warmth. But we will also be a country of law and order.*

(21) *The crime and violence that today afflicts our nation will soon — and I mean very soon come to an end. Beginning on January 20th 2017, safety will be restored.*

(22) *On the economy, I will outline reforms to add millions of new jobs and trillions in new wealth that can be used to rebuild America.*

(23) *By ending catch-and-release on the border, we will stop the cycle of human smuggling and violence. Illegal border crossings will go down. We will stop it. It will not be happening very much anymore. Believe me.*

(24) *On January 20 of 2017, the day I take the oath of office, Americans will finally wake up in a country where the laws of the United States are enforced.*

Даючи обіцянки, Трамп декілька раз стверджує, що зміни почнуться вже з 20 січня 2017 року, тобто з дня інавгурації. Для опису результатів цих змін, він використовує такі лексеми з позитивним забарвленням: *safety, prosperity, peace, generosity and warmth, law and order*. Прийом суб'єктивізації (займенники *I* та *we*) дозволяє зробити акцент на головній ролі Трампа у впровадженні позитивних змін. Прийом художнього повтору *soon ...very soon* слугує для підкреслення здатності мовця внести корективи у найкоротший час.

Тактика пустих обіцянок застосовується для реалізації стратегій популізму, маніпуляції та суб'єктивізації, адже вона дозволяє апелювати до простих бажань народу, управляти масами, які мріють про зміни на краще, а також – акцентує увагу на особі демагога як того, хто перетворить обіцянки на реальність.

Для реалізації локальних стратегій популізму та маніпуляції використовується тактика брехні. Зазвичай народ незадоволений попередніми представниками влади. Для збільшення контрасту між поганими попередниками та чудовими наступниками використовується брехня. В такому випадку маніпулятивний вплив досягається за рахунок того, що особа схильна вірити інформації, яка не суперечить її особистій точці зору:

(25) *President Obama has almost doubled our national debt to more than \$19 trillion, and growing.*

Багато американських ЗМІ публікують спростування тверджень, які подавались Трампом як факти. Приміром, дописувач он-лайн ресурсу журналу *Forbes*, Чак Джонс, стверджує, що обвинувачення проти президента Обами щодо збільшення зовнішнього боргу США в два рази, не співпадає з дійсністю. У статті "Don't Blame Obama For Doubling The Federal Deficit" він аналізує статистику щодо зовнішнього боргу Америки, починаючи з часів Рейгана та доходить висновку, що за часів президентства Обами борги США росли найменшими темпами за всю історію [18]. Таке перекручення фактів, безумовно, можна назвати брехнею, метою якої є очорнити представника партії опонента.

Тактика звинувачення опонентів дозволяє реалізувати стратегії фасцинації та маніпуляції. Неприховані звинувачення шокують і захоплюють. Презирливі зауваження та перехід на особистості привертають увагу слухачів та зосереджують її на ораторові:

(26) *The most basic duty of government is to defend the lives of its citizens. Any government that fails to do so is a government unworthy to lead.*

(27) *So if you want to hear the corporate spin, the carefully-crafted lies, and the media myths — the Democrats are holding their convention next week. Go there.*

(28) *But to this administration, their amazing daughter was just one more American life that wasn't worth protecting. One more child to sacrifice on the altar of open borders.*

(29) *America is far less safe and the world is far less stable than when Obama made the decision to put Hillary Clinton in charge of America's foreign policy.*

Під звинувачення у слабкості та нелояльності потрапили чинний уряд, партія демократів, адміністрація президента і президент Обама та кандидат у президенти Гіллари Клінтон особисто. В наведених уривках використано антропоніми, імена власні представників влади та оніми, як от *government* та *Democrats*. При описі діяльності опонентів використано експресивну лексику з негативним забарвленням: *unworthy, carefully-crafted lies, media myths*. Для промови характерна образна мова, застосовано сильну метафору принесення дітей в жертву на вівтар відкритих кордонів. Застосовано художній повтор для посилення контрасту між станом Америки до і після призначення Гіллари Клінтон на посаду в уряді президента Обами.

Тактика насмішки знаходить своє відображення у реалізації стратегії фасцинації. Подібні ексцентричні прийоми, як-от перехід на особистості та відкриті насмішки, роблять з політика-демагога харизматичного лідера, особа якого вдало висвітлена на тлі конкурентів, чії невдачі висміяно:

(30) *This is the legacy of Hillary Clinton: Death, destruction and terrorism and weakness.*

(31) *And when a Secretary of State illegally stores her emails on a private server, deletes 33,000 of them so the authorities can't see her crime, puts our country at risk, lies about it in every different form and faces no no consequence — I know that corruption has reached a level like never ever before in our country.*

У промові Трамп спрямовує свої звинувачення особисто проти Гіллари Клінтон, його опонента у виборчій гонці. Говорячи про неї, він використовує лексеми з негативним забарвленням *death, destruction and terrorism and weakness; crime; risk; corruption*. Описуючи діяльність Клінтон на посту держсекретаря, Трамп застосовує такі дієслівні словосполучення з негативною семантикою: *puts our country at risk, lies in every different form, faces no no consequence*. Для того, щоб насмішка досягла своєї мети, необхідним є перехід на особистості, тож використовуються антропонім *Hillary Clinton*.

Використання лозунгів – тактика, яка дозволяє закарбувати в пам'яті електорату необхідні політику думки та ідеї. Вона використовується для реалізації локальних стратегій популізму, маніпуляції, фасцинації та спрощення інформації. Демагоги усвідомлюють цінність лозунгів, які легко запам'ятати. Фрази повинні бути короткими та привертати до себе увагу майбутніх виборців, адже такі спрощені повідомлення ідеально вписуються в діапазон сприйняття, на якому людина може оптимізувати увагу:

(32) *We will make America strong again.*

We will make America proud again.

We will make America safe again.

And we will make America great again!

Лозунг політичної кампанії Дональда Трампа *Make America great again* був зареєстрований як торгова марка, отримав пародію у популярному серіалі "South park", став назвою повнометражного фільму і навіть використовується для саркастичного опису результатів діяльності президента Трампа. Безумовно, використання цього короткого та ємного лозунгу було вдалим рішенням для маніпулювання масами.

Метою політика-демагога є бути «своїм» для народу. Для цього використовується тактика вульгаризації. Вона дозволяє реалізувати стратегії популізму, фасцинації та спрощення інформації, наприклад:

(33) *No good. And we're going to stop it.*

(34) *He was a guy most comfortable in the company of bricklayers, carpenters, and electricians and I have a lot of that in me also. I love those people.*

Якщо вульгарність поведінки проаналізувати важко, то частотні вульгаризми та просторіччя у промові одразу привертають увагу. Зокрема, Трамп називає свого батька вульгаризмом *a guy*. Для нього також характерні еліптичні речення, які спрощують його ідіолект. Очевидно, така спрощена мова повинна видати видатного бізнесмена за свого серед простого народу.

Тактика залякування спрямована на створення шляхом збудження страху психологічної ригідності електорату, яка має призвести до покори і покладання надій на релевантну політичну силу. За її рахунок досягається ефект психологічного шоку, коли аудиторія, вражена жахіттями сьогодення, за будь-яку ціну бажає змінити ситуацію:

(35) *Nearly 180,000 illegal immigrants with criminal records, ordered deported from our country, are tonight roaming free to threaten peaceful citizens.*

З метою вказати на досить м'яку політику попереднього президента щодо мігрантів Трамп наводить статистику щодо того, що у країні безперешкодно перебувають близько 180 000 нелегалів. Однак кандидат у президенти не зупиняється на сухій статистиці. З метою збудження страху він стверджує, що всі ці 180 000 іммігрантів мають судимості, а їхня мета – залякувати громадян США. Подібні коментарі апелюють до бажання кожної людини жити у безпеці та пробуджують такі почуття, як страх і ненависть. Ця мета досягається за рахунок використання експресивної лексики: *threaten peaceful citizens*.

Тактика знаходження «цапів-відбувайлів» застосовується при реалізації стратегії спрощення інформації. Замість висвітлення картини в цілому, політик-демагог акцентує увагу на вигідних для нього аспектах, наворачтаючи аудиторію до просто-

го висновку: «Ось хто винний у наших бідах!», наприклад:

(36) *After four years of Hillary Clinton, what do we have? ISIS has spread across the region and the entire world. Libya is in ruins, and our ambassador and his staff were left helpless to die at the hands of savage killers. Egypt was turned over to the radical Muslim Brotherhood, forcing the military to retake control. Iraq is in chaos. Iran is on the path to nuclear weapons. Syria is engulfed in a civil war and a refugee crisis that now threatens the West. After 15 years of wars in the Middle East, after trillions of dollars spent and thousands of lives lost, the situation is worse than it has ever been before.*

Трамп звертає увагу на низку жакливиx подій, що відбулися у глобальному суспільстві. Серед них: поширення діяльності ІГІЛу по всьому світі, занепад Лівії, переворот в Єгипті, проблеми в Іраку та Ірані. У погіршенні ситуації на Близньому Сході Трамп звинувачує Гіллари Клінтон, свого політичного опонента на президентських виборах, оскільки саме вона була держсекретарем США впродовж останніх років. Однак очевидно, що звинуватити Клінтон в усіх проблемах світу – не що інше, як спроба зробити з неї “цапу-відбувайла”. Для досягнення маніпулятивної мети використана експресивна лексика, виражена епітетами з негативним забарвленням

helpless та *savage*, а також – ідіоматичні вирази *Libya is in ruins* та *Iraq is in chaos*.

3. Висновки. Отже, аналіз подячної промови Дональда Трампа дозволив встановити локальні стратегії та мовленнєві тактики, підпорядковані глобальній стратегії демагогії в американському політичному дискурсі. До локальних стратегій відносимо популізм, маніпуляцію, суб'єктивізацію, фасцинацію та спрощення інформації. Ці стратегії реалізуються за допомогою мовленнєвих тактик, серед яких тактики пустих обіцянок, брехні, звинувачення, насмішки, використання лозунгів, вульгаризації, залякування та знаходження «цапів-відбувайлів». Аналіз емпіричного матеріалу дозволив встановити способи мовної та мовленнєвої репрезентації стратегії демагогії у американському політичному дискурсі. Для промов політика-демагога характерне широке використання художніх засобів. Найбільш уживаними серед них є використання експресивної лексики з позитивним та негативним забарвленням, художні повтори, антропоніми та суб'єктивізація.

Перспективним є дослідження мовних і мовленнєвих засобів імплікативного впливу на аудиторію під час реалізації стратегії демагогії в політичному дискурсі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Белова А. Д. Американизм, американский политический дискурс и идиостиль президента Теодора Рузвельта // Вісник Харківського держ. ун-ту. 1999. Вип. 430. С. 6–13.
2. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации. Київ, 1997. 311 с.
3. Беякова О. В. Особенности аргументативного дискурса в сфере политической полемики (на материале электронных публикаций о выборах в Бундестаг ФРГ 2005 г.): автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки». Самара, 2007. 21 с.
4. Гавришина И. Н. Типы и формы аргументации (на материале политического дискурса) // Смысл текста в процессе коммуникации. Москва, 1990. Вып. 363. С. 11–26.
5. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Москва, 1989. 307с.
6. Етимологічний словник української мови: в 7 т. / Ред. кол.: О. С. Мельничук (гол. ред.), В. Т. Коломієць, О. Б. Ткаченко. АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Київ, 1985. Т. 2. 572 с.
7. Иванов Л. Ю. Пиар есть пиар – примеры речевой манипуляции в новом российском политическом дискурсе // Sprache. Literatur. Politik. Ost- und Südosteuropa im Wandel. Hamburg, 2004. S. 33–62.
8. Иванова Ю. М. Эвфемизация и дисфемизация как стратегии манипуляции в политическом дискурсе // Языковая личность: проблемы когнитивности и коммуникации. Волгоград, 2001. С. 230–235.
9. Кнорозов Ю. В. Об изучении фасцинации // Вопросы языкознания. 1962. Вып. 1. С. 163.
10. Кочкин М. Ю. Манипуляция в политическом дискурсе // Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. Волгоград, 1999. С. 26–30.
11. Куликова О. В. Лингвостилистические средства развертывания аргументации в публицистическом тексте (на мат. парламентских выступлений): автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки». Москва, 2000. 23 с.
12. Панченко Н. Н. Манипулятивность политической рекламы // Языковая личность: Проблемы когнитивности и коммуникации. Волгоград, 2001. С. 225–230.
13. Словник української мови. В 11 томах / ред.-упоряд. П. П. Доценко, Л. А. Юрчук. Київ, 1971. Т. 2. 550 с.
14. Соковнин В. М. Фасцинация как наука // Фасцинология. 2003. Вып. 1. С. 9–14.
15. Толковый словарь живого великорусского языка / Сост. В. И. Даль. Т. 1. Москва, 1955. URL : <http://slovardalja.net>
16. Шевченко И. С., Морозова Е. И. Дискурс как мыслекоммуникативное образование // Вісник Харків. нац. ун-ту. ім. В.Н. Каразіна. 2003. Вып. 586. С. 33–38.
17. Шейгал Е. И. Эвфемизация в политическом дискурсе // Языковая личность: проблемы креативной семантики. Волгоград, 2000. С. 158–171.
18. Chuck Jones. Don't blame Obama for doubling the federal deficit // Forbes Media LLC. 2019. URL : <https://www>

forbes.com/sites/chuckjones/2018/01/15/obamas-federal-debt-grew-at-a-slower-rate-than-reagan-h-w-bush-or-w-bush/#7334485b1917

19. Danny Vinik. Donald Trump's confused portrait of black America // *POLITIKO*. 2016. URL : <https://www.politico.com/agenda/story/2016/10/donald-trumps-confused-portrait-of-black-america-000220>

20. Donald Trump's acceptance speech. URL : <https://www.vox.com/2016/7/21/12253426/donald-trump-acceptance-speech-transcript-republican-nomination-transcript>

21. Doob L. W., Robinson E. S. Psychology and propaganda // *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 1935. №. 179. P. 88–95.

22. English Cambridge dictionary. URL : <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/propaganda>

23. English Oxford dictionary. URL : <https://en.oxforddictionaries.com/definition/demagogy>

24. Gilbert G. M. Dictators and Demagogues // *Journal of Social Issues*. 1955. №. 11. P. 52–53.

25. Gustainis J. Demagoguery and Political Rhetoric: A Review of the Literature // *Rhetoric Society Quarterly*. 1990. №. 20. P. 155–161.

26. Haun M. W. A study in demagoguery: A critical analysis of the speaking of George Corley Wallace in the 1968 presidential campaign // *Doctoral dissertation*. University of Illinois. 1971.

27. Logue Cal M., Howard Dorgan. «The Demagogue» // *The Oratory of Southern Demagogues*. Louisiana University Press. 1981. P. 1–11.

28. Luthin R. H. *American Demagogues: Twentieth Century*. Boston, MA: Beacon Press, 1954. 282 p.

REFERENCES

1. Belova, A.D. (1999). Amerikanizm, amerikanskij politicheskij diskurs i idiositil' prezidenta Teodora Ruzvel'ta [Americanism, political discourse and Theodore Roosevelt's idiomatic style]. *Visnik Harkivs'kogo derzh. un-tu*. – Kharkiv. National Univ. Messenger, 430, 6–13 (in Russian)

2. Belova, A.D. (1997). *Lingvisticheskie aspekty argumentacii* [Linguistic aspects of reasoning]. Kyiv: Kyiv Univ. Publ.

3. Beljakova, O. V. (2007). Osobennosti argumentativnogo diskursa v sfere politicheskoy polemiki (na materiale jelektronnyh publikacij o vyborah v Bundestag FRG 2005 g.) Avtoref. diss. kand. filol. nauk [Specific features of reasoned discourse in the sphere of political polemics (based on electronic publications about Bundestag elections in Germany in 2005. Kand. philol. sci. diss.]. Samara (in Russian)

4. Gavrishina, I. N. (1990). Tipy i formy argumentacii (na materiale politicheskogo diskursa) [Kinds and forms of reasoning (based on political discourse material)]. The meaning of the text in the communication process. Mos. in-t in. jaz. imeni M. Torej – Moscow Moris Torej institute of foreign languages, 363, 11–26 (in Russian)

5. Dejk, T. A. (1989). *Jazyk. Poznanie. Kommunikacija* [Language. Knowledge. Communication]. Moscow: Progress.

6. Melnychuk O. S., Kolomiyecz V. T., & Tkachenko O. B. (ed.) (1985). *Etymologichnyj slovnyk ukrajinskoyi movy: V 7 t. T. 2* [Ukrainian etymological dictionary in 7 volumes. V. 2] Kyiv: Naukova dumka.

7. Ivanov L.J. (2004). Piar est' piar – primery rechevoj manipuljacii v novom rossijskom politicheskom diskurse [PR is PR – illustrations of speech manipulations in new Russian political discourse]. *Sprache. Literatur. Politik. Ost- und Südosteuropa im Wandel*. Hamburg, 33–62.

8. Ivanova Ju. M. (2001). Jevfemizacija i disfemizacija kak strategii manipuljacii v politicheskom diskurse [Euphemisation and disphemisation as manipulative strategies in political discourse]. *Jazykovaja lichnost': problemy kognicii i kommunikacii – Linguistic personality: the problems of cognition and communication*. Volgograd: Kolledzh, 230–235.

9. Knorozov Ju. V. (1962). Ob izuchenii fascinacii [About fascinology studies]. *Voprosy jazykoznanija – Questions of linguistics*, 1, 163.

10. Kochkin M. Ju. (1999). Manipuljacija v politicheskom diskurse [Manipulations in political discourse]. *Jazykovaja lichnost': problemy lingvokul'turologii i funkcional'noj semantiki – Linguistic personality: the problems of linguistic culture and functional semantics*. Volgograd: Peremena, 26–30.

11. Kulikova O. V. (2000). *Lingvostilicheskie sredstva razvertyvanija argumentacii v publicisticheskom tekste (na mat. parlamentskih vystuplenij): avtoref. dis. kand. filol. nauk* [Linguistical means of reasoning in a publicistyk text (based on materials of parliamentary speeches) Kand. philol. sci. diss. synopsis]. Moscow (in Russian)

12. Panchenko, N. N. (2001). Manipuljativnost' politicheskoy reklamy [Manipulative features of political advertisement]. *Jazykovaja lichnost': Problemy kognicii i kommunikacii – Linguistic personality: the problems of cognition and communication*. Volgograd: Kolledzh, 225–230.

13. Docenko, P. P., and Yurchuk L. A. (ed.) (1971). *Slovnyk ukrajinskoyi movy v 11 tomah*. [Ukrainian dictionary in 11 volumes]. T. 2. Kyiv: Naukova dumka, 550 s.

14. Sokovnin V. M. (2003). Fascinacija kak nauka [Fascinology as a science]. *Fascinologija – Fascinology*, 1, 9–14.

15. Dal, V. I. (ed.) (1955). *Tolkovyj slovar' zhivogo velikoruskogo jazyka* [Explanatory dictionary of the living great Russian language]. Available at: <http://slovardalja.net>

16. Shevchenko, I. S., and Morozova, E. I. (2003). Diskurs kak myslekomunikativnoe obrazovanie [Discourse as cognitive-communicative phenomenon]. *Visnik Harkiv. nac. un-tu. im. V. N. Karazina. – V. N. Karazin Kharkiv. National Univ. Messenger*, 586, 33–38.

17. Shejgal, E. I. (2000). Jevfemizacija v politicheskom diskurse [Euphemisation in political discourse] *Jazykovaja lichnost': problemy kreativnoj semantiki – Linguistic personality: the problems of creative semantics*. Volgograd: Peremena, 158–171.

18. Chuck Jones (2019) Don't blame Obama for doubling the federal deficit. Forbes Media LLC. Available at: <https://www.forbes.com/sites/chuckjones/2018/01/15/obamas-federal-debt-grew-at-a-slower-rate-than-reagan-h-w-bush-or-w-bush/#7334485b1917>
19. Danny Vinik (2016) Donald Trump's confused portrait of black America. POLITICO. Available at: <https://www.politico.com/agenda/story/2016/10/donald-trumps-confused-portrait-of-black-america-000220>
20. Donald Trump's acceptance speech. Available at: <https://www.vox.com/2016/7/21/12253426/donald-trump-acceptance-speech-transcript-republican-nomination-transcript>
21. Doob, L. W., Robinson, E. S. (1935). Psychology and propaganda. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 179, 88–95.
22. English Cambridge dictionary. Available at: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/propaganda>
23. English Oxford dictionary. Available at: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/demagogy>
24. Gilbert, G. M. (1955). Dictators and Demagogues. *Journal of Social Issues*, 11, 52–53.
25. Gustainis, J. (1990). Demagoguery and Political Rhetoric: A Review of the Literature. *Rhetoric Society Quarterly*, 20, 155–161.
26. Haun, M. W. (1971). A study in demagoguery: A critical analysis of the speaking of George Corley Wallace in the 1968 presidential campaign. Doctoral dissertation. University of Illinois.
27. Logue, C., and Dorgan H. (1981). "The Demagogue". *The Oratory of Southern Demagogues*. Louisiana University Press, 1–11.
28. Luthin, R. H. (1954). *American Demagogues: Twentieth Century*. Boston, MA: Beacon Press.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Хамаршех Анастасия Шахер – аспирант кафедры перевода Кременчугского национального университета имени Михаила Остроградского; e-mail: anastasia_ha_92@hotmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3041-3538>; GOOGLE.SCHOLAR: https://scholar.google.com/citations?hl=ru&view_op=list_works&gmla=AJsN-F7eig175n5x3-ESxab0wnao-wqyDW8ofuEsAdOu_LqxXDvIdQG_NepRIEDqOjKk8MtnvnsEalNKIb2zACYxz008Zif9Ru7EUHnS3J1Q7KXkxqgPcv0fyXGczAiX01lOMb33j7yH&user=btn_guQAAAAJ

Khamarshekh Anastasiia – postgraduate human sciences student at Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi national university; e-mail: anastasia_ha_92@hotmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3041-3538>; GOOGLE.SCHOLAR: https://scholar.google.com/citations?hl=ru&view_op=list_works&gmla=AJsN-F7eig175n5x3-ESxab0wnao-wqyDW8ofuEsAdOu_LqxXDvIdQG_NepRIEDqOjKk8MtnvnsEalNKIb2zACYxz008Zif9Ru7EUHnS3J1Q7KXkxqgPcv0fyXGczAiX01lOMb33j7yH&user=btn_guQAAAAJ