



ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ И АНАЛИЗ ТЕКСТА DISCOURSIIVE PRACTICES AND TEXT ANALYSIS

DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-3-743-757

УДК 811.111:32:659.4:17

Научная статья / Research article

«Этическая оценка» как одна из тактик актуализации стратегии делегитимизации в предвыборном дискурсе

В.А. Каменева✉, Н.В. Рабкина

Кемеровский государственный университет,
650000, Российская Федерация, Кемерово, ул. Красная, 6
✉russia_science@mail.ru

Аннотация. Работа выполнена в рамках политической лингвистики и политической лингвоперсонологии — актуальных направлений современных лингвистических исследований. Проведенный обзор научных работ показал отсутствие детальной информации о языковых приемах, объективирующих тактики реализации стратегии делегитимизации. Это обусловило новизну и актуальность предпринятого исследования. Согласно выдвинутой гипотезе, в предвыборном дискурсе стратегия делегитимизации направлена на подрыв или снижение кредита доверия к оппоненту и предлагаемым им политическим решениям, а не к выявлению и оценке законности его решений. В исследовании было выявлено и подтверждено, что тактика «этическая оценка» может рассматриваться как действенное средство снижения доверия к политическому оппоненту при помощи слов с оценочным коннотативным значением, позволяющих эксплицитно негативную оценку как при непосредственной номинации, так и благодаря контексту упоминания имени политического конкурента. В работе было подтверждено наличие трех аксиологических аспектов в этической оценке, которую Джо Байден в своем предвыборном дискурсе дал Дональду Трампу — своему конкуренту на пост президента США. Материал исследования составили 30 выступлений Джо Байдена во время предвыборной кампании 2020 года. В работе использован теоретико-методологический аппарат политической лингвоперсонологии и политической лингвистики. В исследовании затронут вопрос об отсутствии единого термина, номинирующего стратегию, создающую негативный образ политического конкурента в предвыборном дискурсе. Исследование тактики «этическая оценка» проводилось с привлечением методов контент-анализа, лексико-семантического анализа и интен-анализа. В ходе исследования был проведен анализ лексем, актуализирующих тактику «этическая оценка», и было показано преобладание слов и идиом с однозначным негативным оценочным коннотативным значением, не зависящим от контекста. В исследовании было зафиксировано отсутствие бранной лексики в предвыборном

© Каменева В.А., Рабкина Н.В., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

дискурсе, которую можно было бы трактовать как прямое оскорбление или обвинение. Полученные результаты могут использоваться для критического анализа политического дискурса отдельных политиков.

Ключевые слова: делегитимизация; предвыборный дискурс; стратегия; тактика; Джо Байден; Дональд Трамп

Финансирование. Благодарности

Работа выполнена при финансовой поддержке фонда РФФИ, проект 19-012-00522 «Проблема легитимизации в политическом дискурсе: лингвоперсонологический аспект»

История статьи:

Дата поступления: 01.02.2021

Дата приема в печать: 01.06.2021

Участие авторов:

Каменева В.А. — концепция и дизайн исследования, обзор научной литературы, сбор материалов; Рабкина Н.В. — обработка материала.

Для цитирования:

Каменева В.А., Рабкина Н.В. «Этическая оценка» как одна из тактик актуализации стратегии делегитимизации в предвыборном дискурсе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 3. С. 743—757. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-3-743-757

UDC 811.111:32:659.4:17

“Ethical Evaluation” as a Tactics of Delegitimization Strategy in the Pre-Election Discourse

Veronika A. Kameneva✉, Nadezda V. Rabkina

Kemerovo State University,
6, Krasnaya St., Kemerovo, Russian Federation, 650000
✉russia_science@mail.ru

Abstract. The present study is based on such relevant areas of modern linguistics as Political linguistics and Linguistic personology. It included//includes samples of 30 speeches given by US President Joe Biden during his 2020 election campaign. A review of related scientific publications showed almost no detailed works on linguistic means connected with tactics that brings about delegitimization strategy; nor is there any unified term for a strategy of creating a negative image of a political rival in the election discourse. The authors believe that, in the election discourse, the abovementioned strategy aims at destroying the credibility of the political opponent and the solutions they have to offer beyond questioning their legality. Therefore, the tactics of ethical evaluation can be an effective means to destroy the credibility of a political opponent by using words of evaluative connotation. The tactics makes it possible to explicate a direct or contextual negative attitude to an opponent. Joe Biden’s ethical evaluation of Donald Trump appeared to have three axiological aspects. The research used the theoretical and methodological apparatus of Political linguistics and Linguistic personology, e.g. such methods as content analysis, lexical-semantic analysis, and intent analysis. The paper introduces an analysis of lexemes that verbalize the tactics of ethical evaluation, which showed predominance of words and idioms of an unambiguous negative evaluative connotation. The authors also detected the absence of any abusive language that could be interpreted as a direct insult or accusation. The results can be used for a critical analysis of the political discourse of individual politicians.

Key words: delegitimization; pre-election discourse; strategy; tactics; Joe Biden; Donald Trump

Financing. Acknowledgments

This research was supported by the Russian Foundation for Basic Research, project No.19-012-00522 “The problem of legitimation in political discourse: linguistic and personological aspect”.

Contribution of authors:

Kameneva V.A. — concept and design of the study, review of scientific literature, collection of materials; Rabkina N.V. — material processing

Article history:

Received: 01.02.2021

Accepted: 01.06.2021

For citation:

Kameneva, A.V. & Rabkina, N.V. (2021). “Ethical Evaluation” as a Tactic of Delegitimization strategy in Pre-election Discourse. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(3), 743—757. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-3-743-757

Введение

Предвыборный дискурс является объектом научных изысканий уже много десятилетий; несмотря на это он не теряет актуальности, и научный интерес к нему не ослабевает. Всплеск научных работ, посвященных особенностям предвыборного дискурса, вызывает не только смена исторических эпох, но и предвыборные кампании лидеров мировых держав. Практически каждые выборы глав государств получают последовательное и детальное освещение в мировых, федеральных и локальных средствах массовой информации, заставляя политологов, социологов, лингвистов и культурологов проводить исследования, совершенствуя теоретическую и методологическую основу теории массового манипулирования [1—11]. Речевые стратегии и тактики предвыборного дискурса — эффективное средство манипулирования сознанием избирателей и средство пропаганды. В последнее десятилетие наблюдается усиление научного интереса к изучению лингвистических особенностей предвыборного дискурса политиков-победителей, которые смогли выиграть выборы у сильных оппонентов [12—14]. Различные речевые стратегии и тактики дают возможность политикам во время предвыборной кампании воздействовать на мнения избирателей не только о себе и своей политической платформе, но и на мнение о своих политических оппонентах. Изучение лингвистических особенностей предвыборного дискурса политиков-победителей способствует систематизации теоретических положений лингвоперсонологии и обогащает ее методологическую базу.

Теоретическая значимость работы обусловлена рядом факторов. Проанализированные отечественные и зарубежные работы свидетельствуют об актуальности совершенствования понятийно-терминологического аппарата исследований, посвященных стратегии делегитимизации политического дискурса. На данный момент можно констатировать отсутствие единого

термина, обозначающего стратегию, создающую негативный образ политического соперника в предвыборном дискурсе. Данная стратегия обозначается как «конфронтация», «дискредитация», «делегитимизация», стратегия «игра на понижение» и «имиджевая стратегия, нацеленная на формирование непривлекательного образа существующей власти» [8; 15—17]. Кроме того, еще большую путаницу вносит выделение тактики дискредитации в конфронтационной и манипулятивной стратегиях и выделение цели дискредитации у стратегии «игра на понижение». Обзор иностранных работ также позволяет констатировать отсутствие терминологического единства. Данная стратегия номинируется термином «delegitimization», но в некоторых работах встречается термин «negative other-representation» по отношению к политическим оппонентам. Отметим, что стратегия «negative other-representation» трактуется и как стратегия создания в политическом дискурсе негативного образа любых групп, выделяемых по социально-политическому, экономическому или религиозному аспекту в политическом дискурсе [18; 19], а не политических оппонентов, как в случае со стратегией делегитимизации. Отметим, что стратегия делегитимизации в работах зарубежных исследователей обозначается как «дискурсивная стратегия» (discursive strategy), которая объективируется не тактиками, а стратегиями. Стратегия делегитимизации актуализируется следующими стратегиями: апелляцией к авторитету (authorization), оценкой (evaluation), рационалистическим объяснением (rationalization) и мифопоэзией (mythopoesis) [20; 21]. Кроме того, стратегия делегитимизации в основном рассматривается как оценка законности или незаконности действий политических оппонентов. При этом не учитывается то, что данная парадигма может быть актуальной только в том случае, если политическая борьба разворачивается между новым политическим кандидатом на пост и тем, кто занимал этот пост вплоть до выборов.

Обзор научных работ также показал отсутствие детальной информации о языковых приемах, объективирующих тактику реализации стратегии делегитимизации. На данный момент известны только две подобные работы, и обе принадлежат Т.М. Голубевой [2; 22], что обуславливает актуальность и новизну предпринятого исследования.

Настоящее исследование основано на следующей гипотезе: стратегия делегитимизации в предвыборном дискурсе направлена на снижение ценности победы оппонента, его предвыборных обещаний, подрыв или снижение кредита доверия к оппоненту и предлагаемым политическим решениям, а не к выявлению и оценке законности его решений. Тактика «этическая оценка» позволяет эффективно и открыто снижать кредит доверия к оппоненту за счет слов с оценочным коннотативным значением, позволяющих эксплицировать негативную оценку.

Отметим, что к делегитимизируемым политическим оппонентам следует относить не только политиков, которые претендуют на тот же пост, но и их партии с их представителями, любые политические организации или объединения, страны, поддерживающие оппонентов, и т.д.

Стратегия делегитимизации актуализируется следующими тактиками: апелляцией к авторитету, рационализацией, мифопоэтикой и этической оценкой [20]. Мы придерживаемся позиции Т. Ван Левена в выделении именно этической оценки, так как это позволяет расширить область исследования на такие аксиологические аспекты, как **моральный — аморальный, нравственный — безнравственный, добрый — злой**.

Для проверки данной гипотезы был проанализирован ряд выступлений Джо Байдена во время предвыборной кампании 2020 года. В выборку вошли 30 выступлений политика в разных городах и штатах страны. Выбор политика был обусловлен результатами прошедших выборов. Все интервью были взяты с сайта <https://www.rev.com/blog/transcript-tag/joe-biden-transcripts>.

Методы исследования

Концептуально данная работа опирается на теоретические принципы политической лингвистики и лингвистической персонологии. Это дает возможность описать специфику одной из тактик, актуализирующих стратегию делегитимизации в предвыборном дискурсе политического деятеля, эффективность коммуникативных стратегий которого способствовала получению высшей государственной должности страны.

В данной работе используется понятийно-методологический аппарат политической лингвистики и лингвистической персонологии. Основные методы исследования: контент-анализ, лексико-семантический анализ и интент-анализ.

Исследование включало следующие этапы: 1) отбор фрагментов предвыборного дискурса Джо Байдена, в которых актуализирована стратегия делегитимизации; 2) отбор фрагментов предвыборного дискурса, в которых политик прибегает к тактике «этическая оценка» для делегитимизации политического оппонента; 3) установление и анализ языковых приемов, которые актуализируют данную тактику; 4) выявление доминирующих языковых приемов репрезентации тактики «этическая оценка».

Результаты и обсуждение

Во-первых, Джо Байден характеризует своего политического оппонента, прибегая к шкале **нравственность — безнравственность** в преломлении политической парадигмы коммуникации.

— Джо Байден неоднократно подчеркивает, что Д. Трамп — **лжец**, и вся его предвыборная кампания была построена на лжи (*But Trump and his campaign were very much used to deception and not telling the truth* ‘Но для Трампа и его предвыборной кампании вообще типичны обман и сокрытие правды’ (12.10.2020), а также громкие, но невыполненные обещания (*big pronouncements*).

— **Преступник**: *We’re going to act to get COVID under control. It’s almost criminal the way he has handled it* ‘Мы сделаем все, чтобы победить

ковид. То, как он (Трампа — В.К., Н.Р.) пытался решить эту проблему, почти преступление' (1.11.2020). На его счету экономические преступления (*tax loopholes* 'дыры в налоговом законодательстве'), воровство (*rob us of most fundamental American qualities* 'похитить у нас самые основные американские качества'); *take away your healthcare* 'отобрать у вас здравоохранение'; *strip Americans of their health care* 'украсть у американцев их систему здравоохранения'); преступная халатность (*mishandling* 'плохое обращение', *negligence* 'халатное отношение'); удерживание силой (*to be held prisoner*); фактически — убийца целой нации (*Time to breathe some life back into this nation* 'Вдохнуть жизнь в эту нацию' (1.11.2020).

— **Трус** и слабак (*terrified* 'быть в ужасе', *scared* 'испуганный', *frightened* 'испуганный', *to give up* 'сдаваться', *to wave a white flag* 'размахивать белым флагом', *to surrender* 'сдаваться', *to cower* 'труситься', *to panic* 'паниковать', *to hide* 'прятаться', *Vladimir Putin's puppy* 'щенок Владимира Путина', *weak* 'слабый'), а трус не может быть президентом. Основной «грех» Трампа заключается в том, что он позорно проиграл в объявленной им же самим «войне с коронавирусом», от которой он прячется в бункере. Этот аспект активизируется при помощи развернутой милитаристской метафоры и исторических аллюзий: так, многократно повторенная Байденом лексема *bunker* наводит на ассоциации с Гитлером, который прятался в бункере в конце Второй мировой войны. Кроме того, чтобы подчеркнуть катастрофичность последствий второго срока Д. Трампа, Байден развивает идиому *the light at the end of the tunnel*, дополняя ее прецедентным текстом старого анекдота о том, что свет в конце тоннеля — не что иное, как приближающийся товарный поезд.

Исходя из этого качества, Байден приходит к выводу о «профнепригодности» Трампа (*unfit*). Будучи трусом, он не способен быть главнокомандующим. Он бросил доверившихся ему в беде: *Donald Trump has waved the white flag, abandoned our families and surrendered to this virus* 'Дональд Трамп поднял белый флаг, он бросил наши семьи и сдался вирусу' (29.10.2020).

— **Глупец**: глупость, ограниченность, неспособность фокусироваться на главном и прислушиваться к советам профессионалов — другое качество, которое, по мнению Байдена, непростительно для президента США, который не способен учиться или развиваться (*can't focus on what matters* 'не может сфокусироваться на важном'; *a lesson that he has never learnt* 'урок, который он так и не усвоил'; *hasn't figured out* 'не сообразил'). Косность мышления не позволяет ему вести грамотную политику борьбы с глобальным потеплением, он не верит в науку (*Trump calls the climate crisis a hoax* 'Трамп называет климатический кризис мистификацией' (2.11.2020) и не в состоянии адекватно оценить ситуацию с пандемией (*He's still living in a dream world* 'Он все еще живет в придуманном им самим мире' (16.11.2020).

Во-вторых, в предвыборном дискурсе Джо Байдена Дональд Трамп оценивается по шкале **моральный — аморальный**, также с учетом трактовки данного понятия в политической коммуникации.

— Д. Трамп, по мнению Байдена, **посмешище**: позорит нацию и стал посмешищем всего мира, что непростительно для лидера сверхдержавы, и Байден неоднократно вспоминает неудачное выступление Трампа на заседании ООН, когда над ним якобы потешались лидеры стран всего мира (*literally being laughed out loud* ‘буквально высмеяли’, *to mock* ‘высмеивать’, *little respect* ‘мало уважения’).

— **Грубиян**: Д. Трамп в предвыборных речах Байдена предстает эдаким эталоном невоспитанности: *These guys are not very polite, but they're like Trump* ‘Эти ребята не особенно вежливые, но они как Трамп’ (30.11.2020).

— **Неудачник**: По мнению Байдена, от Барака Обамы Трампу досталась стабильная экономика, однако он не смог развить успехи предыдущей администрации и уничтожил все, что удалось достичь Байдену и Обаме (*loser* ‘неудачник’, *bankrupt* ‘банкрот’, *to blow* ‘продуть что-либо’, *to squander* ‘растратить’, *to owe* ‘быть должным’), да еще и обанкротился сам.

— **Безумец**: Наконец, Байден подозревает своего оппонента в откровенно неадекватном поведении (*reckless* ‘безголовый, опрометчивый’, *to go around the bunny* ‘спятить’, *perverted* ‘извращенный’), вызванном, предположительно, нарушениями в психической сфере.

— **Эгоист**: Так как Дональд Трамп — представитель денежной элиты, он совершенно искренне считает, что к таким, как он, не применимы законы морали, по которым живут все остальные: *The only senior that Donald Trump cares about, the only senior is the senior Donald Trump (...)* *The only one Donald Trump would do anything for is Donald Trump* ‘Единственный пожилой человек, о котором беспокоится Дональд Трамп, это сам Дональд Трамп (...) Единственный человек, ради которого Дональд Трамп готов сделать что-либо, это сам Дональд Трамп’ (13.10.2020). Из-за своей ограниченности он не в состоянии понять высокие моральные принципы, которыми руководствуются военнослужащие или медики, и критикует их. Солдат он называет неудачниками, будучи сам не способен на самопожертвование и героизм: *This is the president who not only doesn't understand sacrifice (...) physical courage it takes to serve in uniform in a war zone* ‘Это президент, который не только не понимает, что такое самопожертвование (...) физическую храбрость, которая необходима, чтобы служить в армии в зоне боевых действий’ (31.10.2020). Медиков же он обвиняет в завышении статистики по коронавирусу с целью получения выгоды, поскольку сам всю жизнь руководствуется именно этим принципом, и такое поведение позорно для президента США: *He may believe it because he doesn't do anything other than for money. And this president is questioning their character, their integrity, their commitment to their fellow Americans. It's more than offensive. It's a disgrace, especially coming from a president who was waved the white flag of surrender to this virus* ‘Он верит этому, потому что сам за деньги сделал бы что угодно. И этот президент ставит под сомнение их (врачей — *H.P.*, *B.K.*) неподкупность, их преданность своим согражданам. Это не просто оскорбительно. Это позор, учитывая, что исходит оно от президента, который выбросил белый флаг перед вирусом и сдался ему’ (31.10.2020).

— **Саботажник:** Равнодушие и эгоизм Трампа могут быть расценено как намеренный саботаж. Так, во всех своих выступлениях Байден подчеркивает, что Трамп еще в январе был предупрежден о катастрофических последствиях, к которым может привести эпидемия, но ничего не предпринял. Отказываясь надевать маску, он подает плохой пример населению. Байден подчеркивает, что моральный аспект ношения защитной маски — смысл не в том, чтобы не заразиться самому, а в том, чтобы не заразить других. Однако Трамп, по мнению Байдена, ставит себя выше морали: *The reason you're wearing the mask is not to save yourself, but to save your neighbor, the person across from you, the person who you're next to. But still Donald Trump refuses to listen to the science* 'Вы носите маску не для того, чтобы обезопасить себя, а чтобы спасти своего соседа, того, кто стоит рядом с вами. Но Дональд Трамп все равно отказывается слушать голос науки' (30.10.2020). Байден обвиняет Трампа в том, что, организуя массовые мероприятия (*super spreader event*), он способствует распространению вируса. Трамп предстает в речах Байдена неким вирусом разделения и разногласий: *They're spreading more than just coronavirus. He's spreading division and discord* 'Они распространяют не только коронавирус. Они распространяют разделение и раздоры' (29.10.2020). Его политика в области здравоохранения интерпретируется Байденем как крестовый поход против здоровья нации (*a single-minded crusade*), а в области законодательства — как откровенный саботаж и злоупотребление властью (*to sabotage; a craving abusive of political power*).

В-третьих, в том, что касается бинарной оппозиции «**добрый — злой**», Байден никогда напрямую не заявляет о том, что Трамп выступает на стороне сил зла, но именно этот вывод следует из анализа его предвыборного дискурса. Фактически Трамп в его восприятии уже подвергся не просто делегитимизации, а демонизации.

Он постоянно включает имя своего соперника в концептуальное пространство хаоса, одним из признаков которого является полное отрицание, абсолютное ничто: *I don't care how hard Donald Trump tries, there's nothing, nothing that's going to stop the people of this nation from voting, period* 'Мне все равно, как сильно Дональд Трамп пытается, нет ничего, ничего, что бы помешало гражданам этой страны проголосовать, точка.' (2.11.2020). Редупликация «*nothing*» усиливает воздействие, подкрепляя его редупликацией антонимического понятия: *We've got a lot of work to do. Not division and distraction, but real, real, real healing of this country* 'Нам предстоит много работы. Не по разделению и отвлечению, а по-настоящему, настоящему исцелению этой страны' (2.11.2020). Аналогичным образом, период президентства Д. Трампа описывается как хронотоп хаоса (*chaos, chaotic*). Америка за четыре года превратилась в *Donald Trump's chaotic America* 'Хаотичную Америку Дональда Трампа' (30.09.2020).

Основной пафос речей Байдена заключается в том, что Трамп действует на основе принципа «разделяй и властвуй». Представляется, что в протестантской

Америке эта аллюзия на библейскую притчу о «доме, разделившемся сам в себе» весьма эффективно выстраивает ассоциативную связь между Д. Трампом и нечистой силой: *The only thing that can tear America part is America itself. No one else can challenge us. And that's exactly what Donald Trump has been doing from the beginning of this campaign, dividing America, tearing us apart, pitting Americans against one another based on our race, our gender, our ethnicity, our religion* 'Ничто, кроме самой Америки, не может разорвать Америку на части. Никто другой не может бросить нам вызов. Но именно этим Дональд Трамп и занимался с самого начала совей президентской кампании, разделяя Америку, разрывая нас на части, настраивая американцев друг против друга по принципу расы, пола, этнической принадлежности, религии' (2.11.2020).

Байден обвиняет Трампа в полном отсутствии попыток совершить нечто обратное энтропии, например, организовать встречу демократов и республиканцев на высшем уровне. Наоборот, он раздувает любой конфликт (*pours gasoline in every flame* 'тушить пламя бензином'; *fan the flames of hatred and division* 'раздувать пламя разделения и раздора'). Его имя прочно вписано в контекст разрушения: *to destroy, to damage, jam through, to eliminate, to bankrupt, to attack, mass casualty, to harm, to destabilize, to crash, to squander, to squat, to decimate, to devastate, to mishandle, to fail, disaster, crisis, tragedy, monster* и т.д.

Кроме того, в своих речах Байден стремится выстроить и закрепить у реципиента четкую ассоциативную связь «Трамп — коронавирус», буквально обвиняя его в убийстве жертв эпидемии.

Д. Трамп, таким образом, выступает живым воплощением энтропии, а Дж. Байден, основывая свой предвыборный дискурс почти целиком на оппозиции действующему на тот момент президенту (*hate, failure, irresponsibility* 'ненависть, провал, безответственность'), делает себя некоей созидательной силой (*honor, integrity, dignity* 'честь, целостность, достоинство'), которая способна бороться с энтропией, т.е. приписывает себе некие сакральные функции.

Все вышеперечисленные качества (принадлежность к пространству хаоса, связь с энтропией, заразными болезнями) должны вызывать стойкие ассоциации с силами зла, но Байден не делает прямого сравнения, призывая электорат самостоятельно сделать вывод о том, кто такой на самом деле Дональд Трамп: *Look, everybody knows who Donald Trump is, we got to show them who we are* 'Посмотрите, все знают, кто такой Дональд Трамп, надо показать им, кто мы такие' (29.10.2020). Единственное прямое упоминание дьявола оформлено в виде интенсификатора: *Trump and the Republicans for the last 10 years have been trying like the devil to eliminate the healthcare plan* 'Последние десять лет Трамп и республиканцы, как черти (т.е. всеми силами — *H.P., V.K.*), пытались уничтожить план здравоохранения' (2.11.2020).

При этом Байден практически не обвиняет Трампа в наличии какой-то злой интенции. Трамп — представитель привилегированной элиты, он видит мир только через призму экономической метафоры и творит зло не ради зла,

а просто потому, что проблемы простых людей ему чужды и непонятны: *Folks, Trump sees the world from Park Avenue, from Wall street. That's all he can see.* 'Ребята, Трамп смотрит на мир только с позиции Парк Авеню или Уолл Стрит (финансовый центр США — *H.P., B.K.*). Это все, что он видит' (2.11.2020).

Анализ языковых средств, актуализирующих тактику «этическая оценка» стратегии делегитимизации позволил получить следующие данные. Во-первых, Джо Байден прибегает к словам с негативной коннотацией для характеристики Д. Трампа. Во-вторых, в контексте с именем Дональда Трампа Джо Байден используются слова с негативными коннотациями, зафиксированными в словаре. Частеречный анализ позволил выявить доминирование существительных над словами других частей речи.

Существительные:

loser, sucker, bankrupt, unemployment, corruption, negligence, lie, fiction, hoax, loophole, irresponsibility, failure, mishandling, deception, hatred (hate), disgrace, discord, chaos, disaster, tragedy, crisis, monster, meanness, bullying, pain, mass casualty, (super) spreader.

Глаголы:

to lie, to bankrupt, to destroy, to damage, to decimate, to devastate, to mishandle, to sabotage, to fail, to eliminate, to attack, to harm, to destabilize, to crash, to squander, to squat, to rob, to strip, to hold prisoner, to give up, to panic, to hurt, to mock.

Прилагательные:

perverted, abusive, outrageous, reckless, irresponsible, corrosive, unfit, misleading, bizarre, unconscionable, despicable, the worst possible (president), weak, false, fear, terrified, scared.

Идиоматические выражения:

to go around the bunny, to pour gasoline in every flame; to fan the flames, to wave a white flag, to live in a dream world.

Помимо использования слов с негативными коннотациями, чей прагматический потенциал не зависит от контекста, Джо Байден обращается к многозначным нейтральным в своем значении словам, которые получают эмоциональную окраску в определенном контексте.

К группе лексем, которые приобретают негативную коннотацию только в данном контексте, относятся следующие существительные и словосочетания, используемые политиком для характеристики Д. Трампа и его действий:

— существительные: *puppy, think tank, macho man, tough guy, stable genius, Park Avenue, Wall Street, billionaire, corporation;*

— прилагательные: *liberal, (super) wealthy, rich, smart, secret;*

— глаголы: *to hide, to wipe out, to tear apart.*

Как видно, в том, что касается эмоционально окрашенной лексики, в предвыборном дискурсе Джо Байдена в отношении Трампа преобладают слова и идиомы с ярким оценочным коннотативным значением, не зависящим

от контекста: *unconscionable, despicable, irresponsible, misleading, negligence, bizarre, the worst possible president, reckless, unfit, failure, disgrace, chaotic, to go round the bunny, to pour gasoline on the flame* и т.д.

Отметим, однако, что Байден практически не использует существительные с яркой негативной коннотацией, которые можно было бы расценивать как прямое оскорбление или обвинение. Например, говоря о том, что вся предвыборная кампания Трампа построена на лжи, он не употребляет собственно существительное *liar*, а, обвиняя Трампа в разрушении системы здравоохранения, не называет его убийцей и т.д.

Пожалуй, единственным прямым оскорблением, которое позволяет себе кандидат в президенты, является *Putin's puppy* ‘щенок Путина’, но здесь Байден использует многозначное слово. Даже откровенно оскорбительное *loser* ‘неудачник’ Байден заимствует из дискурса самого Трампа: когда-то Трамп имел неосторожность выразиться так в адрес военнослужащих, а теперь Байден «возвращает» ему это оскорбление.

Это касается и других существительных, которые Джо Байден употребляет в качестве вторичной номинации своего оппонента, то можно сказать, что Байден активно пользуется иронией как средством придания негативной коннотации словам, которые в другом контексте воспринимались бы как имеющие положительную коннотацию. Так, Байден в своих речах приводит те положительные характеристики, которыми Дональд Трамп награждает сам себя: *tough guy* ‘крутой парень’, *the macho man* ‘мачо’, *this stable genius* ‘настоящий гений’, *a wartime president fighting a war against an invisible enemy* ‘президент, ведущий войну с невидимым врагом’, но помещает их в однозначно негативный контекст, благодаря чему они производят совершенно противоположный эффект.

От основного электората Трампа отличает его богатство, в связи с чем Байден ставит своей целью закрепить негативную коннотацию за такими нейтральными словами, как *rich* ‘богатый’, *wealthy* ‘зажиточный’, *billionaire* ‘миллиардер’, *Wall Street* ‘Уолл Стрит’, *Park Avenue* ‘Парк Авеню’, *corporation* ‘корпорация’.

В конечном итоге сама фамилия Трампа в речах Байдена приобретает настолько стойкую негативную коннотацию, что он превращает ее в синоним слова *грубиян*: *These guys are not very polite, but they're like Trump. 'Эти ребята не особенно вежливые, но они как Трамп'* (20.10.2020).

Заключение

Обобщая результаты исследования, отметим, что, гипотеза подтвердилась. Было верифицировано, что стратегия делегитимизации в предвыборном дискурсе Джо Байдена направлена на снижение ценности победы оппонента — Дональда Трампа, на снижение кредита доверия к предвыборным обещаниям оппонента, а не к выявлению и оценке законности или незаконности его решений. Было подтверждено, что тактика «этическая

оценка» — эффективное средство снижения кредита доверия к оппоненту за счет слов с оценочным коннотативным значением, позволяющих эксплицитировать негативную оценку как при непосредственной номинации, так и благодаря контексту упоминания имени политического конкурента. Было подтверждено наличие трех аксиологических аспектов в этической оценке, которую Джо Байден в своем предвыборном дискурсе дал его конкуренту за пост президента.

Библиографический список

1. *Тымбай А.А.* Коммуникативные стратегии американских политиков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. №9(1). С. 105—123. DOI: 10.22363/2313-2299-2018-9-1-105-123
2. *Голубева Т. М.* Лингвистические параметры стратегии легитимизации Евросоюза и делегитимизации Б. Аль-Ассада в британском политическом дискурсе // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. 2016. № 16(4). С. 392—396. DOI: 10.18500/1817-7115-2016-16-4-392-396
3. *Горностаева А.А.* Предвыборный политический дискурс США и России 2018: сопоставительный аспект // Вестник Московского государственного областного университета. 2018. № 3. С. 228—239.
4. *Каменева В.А., Иванова Е.А.* Оценочные метафоры предвыборного дискурса (лингвоперсонологический подход) // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 6 (428). С. 63—70.
5. *Кононова И.В., Мельничук Т.А.* Динамика категории оценочности в дискурсе американского предвыборного видеоролика // Когнитивные исследования языка. 2020. № 2 (41). С. 836—840.
6. *Новоселова О.В.* ИмPLICITные менасивы Российского предвыборного дискурса // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2019. № 58. С. 153—168.
7. *Романов А.А., Новоселова О.В.* Дискурсивная реализация угрозы в предвыборной коммуникации // Russian Journal of Linguistics. 2020. № 24 (2). С. 419—448. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-2-419-448
8. *Руженцева Н.Б.* Политические и коммуникативные стратегии в печатных предвыборных материалах 2018 г. // Политическая лингвистика. 2018. № 2 (68). С. 18—28.
9. *Тармаева В.И.* Спортивная лексика в предвыборном тексте: когнитивно-прагматический аспект // Вестник Череповецкого государственного университета. 2020. № 5 (98). С. 97—108.
10. *Назарова Р.З., Золотарев М.В.* Речевые тактики убеждения в современном Российском предвыборном дискурсе (на примере президентской кампании 2017—2018 годов) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2018. № 18 (4). С. 394—399. DOI: 10.18500/1818-9601-2018-18-4-394-399
11. *Барбина Н.С., Косяков В.А.* Рациональность и риторичность предвыборного дискурса (на материале предвыборных дебатов США 2016 года) // Экология языка и коммуникативная практика. 2018. № 1 (12). С. 28—43.
12. *Дмитриева М.И., Дубровская В.В.* Коммуникативные стратегии манипулирования на примере американской избирательной кампании Д. Трампа и Х. Клинтон // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. №13 (7). С. 180—184. DOI: 10.30853/filnauki.2020.7.34
13. *Копачева А.Р.* Особенности предвыборного политического дискурса Эммануэля Макрона // Профессиональный проект: идеи, технологии, результаты. 2019. № 3 (36). С. 41—46.
14. *Сергеева Н.А.* Стратегии и тактики речевого воздействия в предвыборном дискурсе Б.Х. Обамы // Вестник современных исследований. 2019. № 1.6 (28). С. 310—316.

15. *Сергеева Д.С.* Самопрезентация и дискредитация — ключевые стратегии предвыборного политического дискурса (на материале предвыборных твитов Д. Трампа и Х. Клинтон) // *Известия Южного федерального университета. Филологические науки*. 2017. № 3. С. 75—83.
16. *Хабекирова З.С.* Стратегия дискредитации и приемы ее реализации в политическом дискурсе демократической оппозиции // *Вестник Адыгейского государственного университета. Филология и искусствоведение*. 2011. № 3. С. 138—144.
17. *Хлопотунов Я.Ю.* Речевая тактика дискредитации в Американском предвыборном дискурсе // *Вопросы прикладной лингвистики*. 2017. № 27. С. 77—86.
18. *Gumuscu S.* The Emerging Predominant Party System in Turkey // *Government and Opposition*. 2013. № 48 (2). P. 223—244.
19. *Khajavi Y., Rasti A.* A discourse analytic investigation into politicians' use of rhetorical and persuasive strategies: The case of US election speeches // *Cogent Arts & Humanities*. 2020. № 7 (1), 1740051. DOI: 10.1080/23311983.2020.1740051
20. *Leeuwen van T.* Legitimation in Discourse and Communication // *Critical Discourse Analysis: Concepts, History, Theory*. 2013. № 1. P. 327—350.
21. *Sadeghi B., Hassani M.T., Jalali V.* Towards (de-)legitimation discursive strategies in news coverage of Egyptian protest: VOA & Fars news in focus // *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2014. № 98. P. 1580—1589.
22. *Голубева Т.М.* Лингвистические и риторические параметры делегитимизации России и легитимизации США в речи американских представителей при ООН // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика*. 2017. № 17 (4). С. 383—388. DOI: 10.18500/1817-7115-2017-17-4-383-388

References

1. Tymbaj, A.A. (2018). Communicative strategies of American politicians (basing on the 2016 election campaign). *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 9(1), 105—123. DOI: 10.22363/2313-2299-2018-9-1-105-123 (In Russ.).
2. Golubeva, T.M. (2016). Linguistic parameters of the strategy of legitimizing the European Union and delegitimizing B. Al-Assad in the British political discourse. *Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism*, 16(4), 392—396. DOI: 10.18500/1817-7115-2016-16-4-392-396 (In Russ.).
3. Gornostaeva, A.A. (2018). The pre-election political discourse in the USA 2016 and Russia 2018: comparative analysis. *Bulletin of the Moscow Region State University (electronic journal)*, 3, 228—239. (In Russ.).
4. Kameneva, V.A. (2019). Evaluation metaphors of pre-election discourse (linguo-personological approach). *Vestnik Chelyabinskogo Gosudarstvennogo Unviersiteta*, 6(428), 63—70. (In Russ.).
5. Kononova, I.V. & Melnichuk, T.A. (2020). Evaluation category dynamics in the discourse of American election commercials. *Cognitive studies of language*, 2(41), 836—840. (In Russ.).
6. Novoselova, O.V. (2019). Implicit menasives of the Russian election discourse. *World of Linguistics and Communication*, 58, 153—168. (In Russ.).
7. Romanov, A.A. & Novoselova, O.V. (2020). Discursive realization of threat in pre-election communication. *Russian Journal of Linguistics*, 24(2), 419—448. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-2-419-448 (In Russ.).
8. Ruzhentseva, N.B. (2018). Political and communicative strategies in print pre-election publications of 2018. *Political Linguistics*, 2(68), 18—28. (In Russ.).
9. Tarmaeva, V.I. (2020). Sports vocabulary in the election text: cognitive-pragmatic aspect. *Bulletin of the Cherepovets State University*, 5(98), 97—108. (In Russ.).

10. Nazarova, R.Z. & Zolotarev, M.V. (2018). Verbal tactics of persuasion in contemporary Russian Electoral discourse (the study of the presidential campaign of 2017—2018). *Izvestiya of Saratov University, Sociology, Politology*, 18(4), 394—399. DOI: 10.18500/1818-9601-2018-18-4-394-399 (In Russ.).
11. Barebina, N.S. & Kosyakov, V.F. (2018). The rationality and rhetoric of the pre-election discourse (based on the material of the US election debates in 2016). *Ekologia Yazyka I Kommunikativnaya Praktika*, 1(12), 28—43. (In Russ.).
12. Dmitrieva, M.I. & Dubrovskaya, V.V. (2020). Manipulative Communicative Strategies (by the Example of 2016 Presidential Election Campaign in the USA). *Philology. Theory & Practice*, 13(7), 180—184. DOI: 10.30853/filnauki.2020.7.34 (In Russ.).
13. Kopacheva, A.R. (2019). Peculiarities of emmanuel macron’s pre-election political discourse. *Professionalnyi Proekt: idei, tekhnologii, rezultaty*, 3(36), 41—46. (In Russ.).
14. Sergeeva, D.S. (2017). Self-presentation and discrediting are key strategies of the pre-election political discourse (based on the pre-election tweets of D. Trump and H. Clinton). *Novosti Juzhnogo Federalnogo Universiteta. Filologicheskiye Nauki*, 3, 75—83. (In Russ.).
15. Sergeeva, N.A. (2019). Strategies and tactics of speech influence in B. Obama’s pre-election discourse. *Vestnik Sovremennykh Issledovaniy*. 1.6(28), 310—316. (In Russ.).
16. Khabekirova, Z.S. (2011). The strategy of discrediting and methods of its implementation in the political discourse of the democratic opposition. *Vestnik Adygeyskogo Gosudarstvennogo Universiteta Filologiya i Istoria Iskusstva*, 3, 138—144. (In Russ.).
17. Khlopotunov, Ya.Yu. (2017). Speech tactics of discrediting in the American pre-election discourse. *Voprosy Prikladnoy Lingvistiki*, 27, 77—86. (In Russ.).
18. Gumuscu, S. (2013). The Emerging Predominant Party System in Turkey. *Government and Opposition*, 48(2), 223—244.
19. Khajavi, Y., Khajavi, Y. & Rasti, A. (2020). A discourse analytic investigation into politicians’ use of rhetorical and persuasive strategies: The case of US election speeches. *Cogent Arts & Humanities*, 7(1), 1740051. DOI: 10.1080/23311983.2020.1740051
20. Leeuwen, van T. (2013). Legitimation in Discourse and Communication. *In Critical Discourse Analysis: Concepts, History, Theory*, 1, 327—350.
21. Sadeghi, B. (2014). Towards (de-) legitimation discursive strategies in news coverage of Egyptian protest: VOA & Fars news in focus. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 98, 1580—1589.
22. Golubeva, T.M. (2017). Linguistic and rhetorical parameters of the delegitimization of Russia and the legitimization of the United States in the speech of American representatives to the UN. *Izvestiya of Saratov University, Philology. Journalism*, 17(4), 383—388. DOI: 10.18500/1817-7115-2017-17-4-383-388 (In Russ.).

Сведения об авторах:

Каменева Вероника Александровна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры романо-германской филологии Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Кемеровский государственный университет»; сфера научных интересов: политическая лингвистика, дискурсивные исследования, рекламная коммуникация, гендерные исследования, когнитивная лингвистика; e-mail: russia_science@mail.ru ORCID: 0000-0001-8146-9721. eLIBRARY SPIN-код: 9659-7646

Рабкина Надежда Владимировна, Candidate of Philology, Assistant Professor at the Department of Translation Studies and Linguistics Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Кемеровский государственный университет»; сфера научных интересов: политическая лингвистика, дискурсивные исследования, рекламная коммуникация, когнитивная лингвистика; e-mail: nrabkina@mail.ru ORCID: 0000-0002-6623-6679. eLIBRARY SPIN- код: 5166-3567

Information about the authors:

Veronika A. Kameneva, Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of Romanic-Germanic Philology, the Federal State Budget-Financed Educational Institution of Higher Education “Kemerovo State University”; *Research interests*: Political linguistics, Discourse studies, Advertising communication, Gender studies, Cognitive linguistics; *e-mail*: russia_science@mail.ru ORCID: 0000-0001-8146-9721. eLIBRARY SPIN-code: 9659-7646

Nadezda V. Rabkina, Candidate of Philology, Assistant Professor at the Department of Translation Studies and Linguistics, the Federal State Budget-Financed Educational Institution of Higher Education “Kemerovo State University”; *Research interests*: Political linguistics, Discourse studies, Advertising communication, Cognitive linguistics; *e-mail*: nrabkina@mail.ru ORCID: 0000-0001-8146-9721. eLIBRARY SPIN-code: 9659-7646