

Риторический портрет Дональда Трампа

20 октября 2015 г. американское издание «Бостон Глоуб» опубликовало статью, в которой, благодаря алгоритму Флеша-Кинкейда был вычислен индекс удобочитаемости речей наиболее популярных на то время кандидатов в президенты США. Участники президентской гонки ранжировались согласно условию: «Какой класс образовательного учреждения должен посещать ребенок, чтобы понять выступление кандидата»? Наиболее высокий рейтинг был у Берни Сандерса – десятый класс. Чтобы в полной мере воспринимать речи Хиллари Клинтон, было необходимо достичь рубежа седьмого-восьмого классов [3]. Самую низкую позицию занимал Дональд Трамп – начало четвертого класса [9]. Несмотря на это, спустя год и несколько месяцев этот человек стал президентом Соединенных Штатов Америки. Как же его выступления смогли повлиять на столь большую, но сильно отличающуюся по возрасту и интеллектуальному уровню часть населения его страны, обеспечив ему президентское кресло?

Для того чтобы проанализировать особенности риторики Трампа в полной мере, необходимо взглянуть на 3 ее уровня:

- просодия;
- лексика;
- синтаксис.

Интонация служит указателем для понимания смысла любого предложения: она показывает, какого характера информация ты получаешь, и чего следует ожидать в следующей фразе: новую тему, ее разъяснение, противопоставление или вообще завершение разговора [1].

Сегодняшний президент США, разумеется, владеет несколькими интонационными моделями, но наиболее часто оперирует следующей, причем довольно простой: предложение разбивается на синтагмы, и концу каждой из них придается однотипная повышающаяся интонация (низкий тембр голоса сменяется резким скачком вверх, иногда более чем на октаву, акцентируя, таким образом, внимание на каком-либо слове или словосочетании) [6]. В качестве примера можно привести фрагмент из его выступления в Айове: «We're gonna use great (↑) business leaders

to work with our (↑) generals, we're gonna make great (↑) trade deals where we're getting absolutely (↑) killed with (↑) China and other (↑) countries» [10]. Такой прием идеально подходит для коротких, простых предложений Трампа, держит аудиторию в состоянии повышенного внимания и производит эффект последовательности, уверенности оратора. Однако частое применение такого приема вызывает эффект монотонности речи.

Один из показателей уже упоминаемого индекса удобочитаемости Флеша-Кинкейда – среднее количество слогов в используемом оратором лексиконе. Из многочисленных выступлений Трампа видно, что наиболее часто он употребляет одно- и двусложные слова (78%, согласно одному интервью [11]), большинство которых обладает сильной эмоциональной окраской (наиболее частотные лексические единицы «problem», «huge», «the best», «win», «rich» и т.д.). Это не значит, что в его речи нет многосложных слов, но в сравнительном отношении их гораздо меньше, и они тоже понятны каждому слушателю (например, «tremendous», «terrible», «beautiful»).

Речь Трампа сопровождается обилием пейоративов («crooked Hillary», «weak, low-energy Jeb Bush») и частыми повторениями. Последнее касается не только смысловых посылов, но и целых слов, речевых конструкций. Это относится и к дерогативам: нелиценные эпитеты в адрес своих оппонентов будущий президент неоднократно произносил вслух и писал в Twitter [5], даже не делая на них основной акцент, и преподнося их как нечто общепринятое и само собой разумеющееся. Данный прием, повторяемый постоянно, способен заставить отрицательные определения неосознанно сливаться с именем собственным и вызывать определенную ответную эмоциональную реакцию.

В речи Трампа нередко однотипные повествовательные структуры предложений, что неудивительно, если принять во внимание использование Трампом преимущественно коротких, легко повторяемых фраз. В этом плане крайне показателен следующий фрагмент из его первых дебатов: «Our leaders are stupid. Our politicians are stupid. And the Mexican government is much smarter, much sharper, much more cunning. And they send the bad ones over because they don't want to pay for 'em. They don't wanna take care of 'em. Why should they when the stupid leaders of the United States will do it for 'em» [12]. В одном небольшом отрывке, который был произнесен с одинаковой интонацией, можно наблюдать два идентичных нисходящих акцента на «stupid», три восходящих на «much» и однократный повтор конструкции «they don't wanna». В его основе лежит незамысловатый психологический прием, используемый Дональдом постоянно: услышав продублированную с той же интонаци-

ей и похожими словами мысль, аудитория обращает особое внимание на то, что последует после нее, увеличиваются ожидания. В дополнение, подобно многим торговцам на телевидении, президент США использует риторическое «правило трех», что заметно в случае «much smarter, much sharper, much more cunning».

Синтаксически риторика Дональда Трампа не сильно отличается сложностью от своего лексического наполнения. Как уже было написано выше, преобладают короткие, легко запоминаемые и броские фразы, с четко выраженным акцентом на конце предложения («We have a real problem. (...) We have to get down to the problem. (...) Because we do have a problem»). Но то, как они структурированы и взаимосвязаны друг с другом, не столь очевидно. Марк Либерман, лингвист Пенсильванского университета, отмечает, что частота того, как Трамп отклоняется от темы, необычайна. То есть, это происходит значительно чаще, чем у среднестатистического и, тем более, у политического оратора. Он же полагает, что эта кажущаяся бессвязность вызвана двумя основными причинами: начало аргументации с заведомо ложного утверждения и вводные предложения. Они эффективно сопровождаются в речи просодией, жестикуляцией, осанкой и взглядом, и поэтому чаще всего не замечаются слушателями. Но на письме эти паралингвистические средства исчезают, и мы теряем ход мысли». Действительно, лишь несколько больших речей Трампа были заскриптованы. В ходе своей предвыборной гонки он чаще выступал экспромтом. Сам оратор называет свои незаконченные, разрозненные предложения «a beautiful flowing sentence» [8].

Почему же повторяющиеся утверждения могут оказывать влияние на принимаемые нами решения? По словам Джорджа Лакоффа, лингвиста из Калифорнийского университета в Беркли, «когда в новостях или где-нибудь еще любая мысль произносится снова и снова, наши нейронные связи становятся крепче. Ведь вся информация, которую мы воспринимаем, закладывается в центральную нервную систему» [4]. Другими словами, активация нейронных цепей посредством повторения слова, фразы или утверждения усиливает их, и, соответственно, их будет легче стимулировать в будущем. Чем крепче становятся нейронные связи, тем больше вероятность того, что какие-либо ключевые слова вызовут в их определенных участках активность, и заставят какую-либо идею казаться более возможной, вне зависимости от того, логична она или не очень.

Многие речевые особенности Трампа могут быть во многом обусловлены его воспитанием и родом деятельности. Он родился и вырос в Нью-Йорке, где сильно распространен диалоговый стиль речи. Вновь

цитируем Джорджа Лакоффа: «Особенность жителей Нью-Йорка заключается в том, что заканчивать фразы за них считается проявлением вежливости. Это естественная часть разговора» [7].

Как одну из причин того, почему речи Дональда Трампа находят у американцев такой отклик, он назвал их воздействие на бессознательное. Будучи по своему роду деятельностью и характеру торговцем в самом широком смысле этого слова, он использует проверенные временем речевые механизмы из этой сферы, побуждая слушателя купить «товар», который предлагает оратор. В ход идут такие коммерсантские клише, как «many people are saying that...» и «believe me», закрепление информации посредством повторения и отождествление себя с аудиторией, в частности, посредством слова «folks» (хотя это распространенный в политике прием). Аудитория начинает воспринимать речь выступающего на эмоциональном уровне, и как следствие ее обрывистости, доканчивать ее самостоятельно, заполняя пропуски не только словами, но и эмоциями (страхом безработицы, содроганием перед лицом террористической угрозы и недовольством от того, что США теряют свой ведущий мировой статус). Это психологическая игра на чувстве небезопасности и управляемом гневе общества [2].

Конечно, не стоит говорить, что Дональд Трамп занял президентское кресло только благодаря своим ораторским выступлениям, но и отрицать их большое влияние нельзя. Анализ его риторического портрета показал, что для того, чтобы заставить аудиторию не только прислушиваться, но и соглашаться с твоими словами, не нужно обязательно обладать сильной доказательной базой, иметь большой и разнообразный словарный запас, оперировать сложными грамматическими и синтаксическими конструкциями. Сегодняшний президент США участвовал в дебатах и взаимодействовал с аудиторией, используя лишь запоминающийся образ; часто повторяющиеся одинаковые интонационные модели; простейшие, но запоминающиеся слова; однотипные короткие предложения и набор риторических приемов среднего коммивояжера. Одни люди могут назвать это примитивной стратегией, другие – стратегией простой до гениальности. Главное то, что как показала практика, она работает.

Библиографический список

1. Кара-Казарьян Т.В. Прагматические парадигмы по лицам в сфере эмоционально-оценочной лексики // Лингвистика. Перевод. Межкультурная коммуникация. Межвузовский сборник научных трудов. Пятигорск, 2000. С. 150-159.
2. Кара-Казарьян Т.В. Эмоциональный контекст и его влияние на прагмати-

ческое значение идиом в актах коммуникации // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах. Материалы международной научно-практической конференции. Пятигорск: ПГЛУ, 2002. С. 106-108.

3. Кара-Казарьян Т.В. Об особенностях риторики Хиллари Клинтон // Университетские чтения – 2017. Материалы научно-методических чтений ПГУ. Пятигорск: ПГУ, 2017. С. 103-109.
4. Lakoff G. Understanding Trump [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://georgelakoff.com/2016/07/23/understanding-trump-2/> (дата обращения: 28.03.2017).
5. Lee J.C., Quealy K. The 319 people, places and thing Donald Trump has insulted on Twitter: a complete list [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.nytimes.com/interactive/2016/01/28/upshot/donald-trump-twitter-insults.html?_r=0 (дата обращения: 22.03.2017).
6. Liberman M. Trump's prosody [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://languagelog.ldc.upenn.edu/nll/?p=27267> (дата обращения: 21.03.2017).
7. Murray D. An audience that completes the speaker's sentences together, bonds together [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vsoth.com/news/audience-completes-speakers-sentences-together-bonds-together?page=1> (дата обращения: 22.03.2017).
8. Trump on media: they chopped up my «beautiful flowing sentences» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://grabien.com/story.php?id=78167> (дата обращения: 25.03.2017).
9. Viser M. For presidential hopefuls, simpler language resonates [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bostonglobe.com/news/politics/2015/10/20/donald-trump-and-ben-carson-speak-grade-school-level-that-today-voters-can-quickly-grasp/LUCBY6uwQAXiLvXbVTSUN/story.html> (дата обращения: 18.03.2017).
10. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y-NPJJ568bk> (дата обращения: 18.03.2017).
11. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_aFo_BV-UzI (дата обращения: 16.03.2017).
12. URL: https://www.youtube.com/watch?v=1KuZX_IRauM (дата обращения: 16.03.2017).