

УДК 81 – 811.11

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ РИТОРИКА КАК АГЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ
НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ**

Е.М. Семенова

*Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики
Россия, semenovae63@gmail.com*

В статье представлен анализ способов оказания воздействия на общественное сознание посредством риторических приемов и языковых средств, обладающих манипулятивной природой. Материалом для исследования послужили выступления американского

президента Д. Трампа в 2025 и 2026 г.г., посвященные внешней политике США по отношению к Ирану.

Ключевые слова: политический дискурс, персуазивный потенциал, образные языковые средства, имплицитное воздействие, метафоризация.

Очевидно, что средства массовой информации в XXI веке перестали быть просто каналом передачи данных. Они превратились в мощнейший инструмент конструирования реальности, где факты часто играют второстепенную роль по сравнению с их интерпретацией. Особенно ярко эта роль СМИ как агента воздействия на общественное сознание проявляется в сфере политики. Язык политики — это всегда язык борьбы за общественное мнение, за голоса избирателей, за готовность внимать речам лидеров без попыток ставить сказанное под сомнение.

В предлагаемом исследовании рассматривается персуазивный (убеждающий) потенциал языковых средств, используемых в дискурсе американского президента Д. Трампа. Ставится задача выявления и анализа манипулятивных стратегий и специфических приемов, характерных для риторики политического лидера США. Основное внимание уделяется анализу образных языковых средств, обеспечивающих персуазивный эффект на аудиторию, а именно: метафоры, метонимии, гиперболы. Данные стилистические приемы рассматриваются как риторические инструменты, обеспечивающие мощное эмоциональное воздействие на аудиторию посредством создания иррациональной картины мира.

В современной лингвистике изучение политического дискурса привлекает многих исследователей. Как справедливо отмечает Е.И. Шейгал, политический дискурс представляет собой «знаковое образование, имеющее два измерения — реальное и виртуальное» [8]. Это разделение позволяет СМИ создавать параллельную реальность, где метафоры, стилистические приемы и манипулятивные стратегии формируют у реципиента нужную картину мира.

В современном американском медиадискурсе и российских СМИ к основным манипулятивным стратегиям относят следующие:

1. Навешивание ярлыков
2. Создание образа врага.
3. Многократное тиражирование одного и того же тезиса.
4. Метафоризация дискурса.

Как отмечает Зимина Е.А. в исследовании лексических способов реализации оценки, СМИ сегодня все чаще прибегают к имплицитности, «поскольку она позволяет журналистам передавать идеи ярко и эмоционально, не прибегая к эксплицитным суждениям, что сохраняет видимость объективности» [1].

Именно имплицитный, скрытый способ оказания воздействия на умы и чувства аудитории является наиболее действенным. Манипуляции, воздействующие на общественное сознание, заставляют реципиента поверить в то, что он мыслит и делает выводы самостоятельно, тогда как на самом деле его искусно «подвели» к определенному умозаключению.

Е.М. Семенова в своих работах акцентирует внимание на персуазивном потенциале языковых единиц. Она утверждает, что персуазивность (убеждение) является доминантной функцией политического медиатекста. Семенова выделяет различные способы убеждения: логический (апелляция к разуму), этический (апелляция к моральным ценностям) и эмоциональный (апелляция к чувствам). Однако главным инструментом она также считает имплицитную оценку — когда отношение автора передается не прямо, а опосредованно, через языковые единицы, обла-

дающие интерпретативным потенциалом, среди которых метафора занимает центральное место [3].

По справедливому убеждению авторов когнитивной теории метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона, метафора — это не просто украшение речи, это способ концептуализации мира [2]. Что касается политической метафоры, то ее способность «упаковывать» сложные абстрактные понятия (экономика, власть, реформы) в простые, чувственно воспринимаемые образы — это способ не просто сделать информацию ясной и доступной общественности, это возможность сформировать в сознании реципиента именно те убеждения, взгляды и отношение к действительности, которые наиболее выгодны носителю информации в данный исторический момент.

А.П. Чудинов, основоположник российской школы политической метафорологии, неоднократно подчеркивал, что метафора в политической коммуникации обладает огромным объяснительным и оценочным потенциалом. В своей работе «Метафорическая мозаика» он детально рассматривает, как через выбор определенной метафорической модели (например, «война», «механизм» или «организм») политики и медиа навязывают аудитории определенный сценарий восприятия событий [4]. Исследовательская группа под руководством Чудинова доказала, что высокая частотность военной метафоры (милитарная метафора) всегда сигнализирует об интенции говорящего мобилизовать общественное сознание против «врага» [5].

Данная статья посвящена анализу механизмов формирования определенного отношения аудитории к внешнеполитическим событиям, освещаемым американским президентом. Выявляются риторические приемы и языковые средства, обеспечивающие персуазивный эффект на общественное сознание.

Обратимся к анализу выступлений Д. Трампа, связанных с последними политическими решениями, принятыми США относительно Ирана, прозвучавших 21 июня 2025 г. и 28 февраля 2026 г. [7; 8].

Выбор материала исследования обусловлен актуальностью и значимостью самих событий (ситуативным контекстом, говоря лингвистическим языком), а также интересом к персуазивному потенциалу образных языковых средств в текстах, не отличающихся избыточной логической аргументацией, связностью и целостностью. Думается, что в такого рода речевых произведениях понять или хотя бы приблизиться к пониманию истинного смысла высказывания становится возможным лишь благодаря анализу имплицитной информации, актуализация которой, как уже отмечалось выше, часто осуществляется через метафору, метонимию, гиперболизацию, etc.

Обратимся к контекстам, в которых Д. Трамп для обозначения государства Иран использует лексему *regime* вместо нейтральной языковой единицы «state». Наблюдение за дискурсом американского президента показало, что он использует данную номинацию многократно (при этом десять из одиннадцати случаев употребления этой лексической единицы в речи приходится на выступление от 28 февраля 2026 г.).

Языковые выражения, в которых встречается данная лексическая единица, следующие: *the Iranian regime* (3); *the regime's very first acts*; *the regime's proxies*; *the regime has armed, trained, and funded terrorist militias*; *this terrorist regime*; *we obliterated the regime's nuclear program*; *just imagine how emboldened this regime would be*; *this regime will soon learn*; *the Iranian regime seeks to kill* [7; 8].

Как видно из примеров, в риторике президента США это слово активно демонстрирует негативную коннотацию, указывая на агрессивный, опасный, преступный характер политики Ирана, о чем дополнительно свидетельствует пейоративная лексика, поддерживающая данную метафорическую концептуализацию.

Если проследить как именно оказывается воздействие на слушателя, то можно выделить следующие три ступени: негативная оценка субъекта речи, эмоциональное воздействие на аудиторию, оправдание принятого решения или действия. Поскольку политика Ирана носит преступный характер, предполагающий незаконное узурпирование власти, это не может не вызывать отвращение, неприятие и враждебность по отношению к правительству страны, а значит, свержение или уничтожение правящей верхушки – правильное решение, принятое и осуществленное президентом США, являющееся логичным следствием их деятельности.

Метафорическое выражение, номинирующее государство Иран в терминах спонсора терроризма (*sponsor of terror*), встретилось в нижеследующих контекстах:

(1) «Iran is the world's number one state sponsor of terror and, just recently, killed tens of thousands of its own citizens on the street[s] as they protested» [8].

(1) «Иран – главный в мире спонсор терроризма. Совсем недавно государство расправилось с десятками тысяч своих граждан, вышедших на улицу выразить протест правительству страны».

(2) «Our objective was the destruction of Iran's nuclear enrichment capacity and a stop to the nuclear threat posed by the world's number one state sponsor of terror» [7].

(2) «Нашей целью являлось недопущение реализации программ по обогащению урана в Иране, а также нейтрализация ядерной угрозы, исходящей от главного в мире спонсора терроризма».

Метафора «главный в мире спонсор терроризма» уподобляет государственную власть в Иране преступному синдикату или главарю мафии, а не легитимному правительству. Использование пейоративной лексики (*killed tens of thousands of its own citizens, the nuclear threat*) в ближайшем языковом контексте помогает реципиенту почувствовать реальную опасность, исходящую от Ирана. Соответственно, любые меры, принятые «нормальным» государством в ответ на незаконные действия страны-преступника, могут быть оправданы. Анализ демонстрирует ту же схему воздействия на аудиторию: негативная оценка – отрицательные эмоции – обоснование (оправдание) принятого решения и действия.

Тема смертельной угрозы, опасности, которую представляет государство Ближнего Востока для всего мира, является ядром метафорической концептуализации, семантически конструирующей следующий контекст:

(3) «From Lebanon to Yemen, and Syria to Iraq, the regime has armed, trained, and funded terrorist militias that have soaked the earth with blood and guts» [8].

(3) «Повсюду, от Ливана до Йемена, а также от границ Сирии до Ирака, режим обеспечивал оружием, готовил и финансировал террористов, которые впоследствии пролили кровь и вывернули наружу кишки тысяч людей, так что на поверхности земли не осталось сухого места».

Шокирующее эмоциональное воздействие, которое вызывает данная вербализация, создается за счет метонимического переноса, актуализирующего принцип «часть вместо целого» - «*blood and guts* vs. *people killed*» («кровь и кишки vs. убитые люди»). А также гиперболизации, выраженная словосочетанием «*soaked the earth*» (кровь и кишки пропитали землю насквозь), что не может произойти в ре-

альности, но опосредованно указывает на масштаб трагедий, в которых погибло огромное количество людей.

Данные стилистические приемы способствуют визуализации жестокости, свойственной террористам, воздействуя на эмоциональную сферу реципиента и одновременно обеспечивая эффект дегуманизации жертв, превращая их из людей в «мясо», тем самым усиливая чувства ужаса и животного страха перед террористами. Поскольку никакой конкретной информации говорящий не предоставляет (нет цифр, дат, имен жертв), единственный канал, по которому осуществляется воздействие – это чувственное восприятие. Находясь под впечатлением от такого образа террористов слушатель уже не будет рассуждать о политических причинах создания этих милиций (*terrorist militias*) — он просто захочет их уничтожить или, во всяком случае, оправдать внешнюю политику президента США, направленную на их уничтожение.

Схема воздействия на аудиторию сохраняется: негативная оценка государства Иран (поддержка террористов) – отрицательные эмоции (страх, ужас, отвращение) – оправдание действий и решений президента США, направленных на уничтожение страны-преступника.

Тот же набор стилистических приемов (метонимический перенос плюс гиперболизация), наблюдается в нижеследующем примере:

(4) «We are going to destroy their missiles and *raze their missile industry to the ground*» [8].

(4) «В наши ближайшие планы входит *уничтожение* не только их ракет, но и *всей ракетной промышленности в целом*».

Устойчивое глагольное выражение «*raze to the ground*» («стереть с лица земли») буквально может быть применено только к материальным объектам, но никак не к абстрактному понятию, которое обозначается в контексте словом «*industry*», и предполагает отсылку не только к зданиям, сооружениям, складам, пусковым установкам, но и к логистике, управлению, сырью, транспортным средствам и т.д. Объектам, которые не стоят на земле, и соответственно, не могут быть с нее «стерты». Использование метонимического переноса, осуществляемого по принципу «часть-целое», усиленного гиперболизацией «*to the ground*», не оставляет у аудитории сомнений в серьезности намерений Д. Трампа, готового пойти на все, чтобы сделать страну-противника неспособной производить ракеты, тем самым лишив ее военной мощи, способствуя поддержанию образа исключительно сильного и волевого лидера страны, каковым Трамп себя позиционирует.

Языковые средства позволяют обеспечить создание образа гипотетической реальности, создаваемой Трампом. Это образ абсолютной победы — не просто «нанесем ущерб», а «сотрем в пыль»; он визуально понятен: каждый видел картинку разрушенного здания и мозг легко подставляет вместо «промышленности» разрушенные бетонные цеха и дымящиеся руины; он эмоционально заряжен — жесток, бесповоротен, не оставляет надежды на восстановление.

Анализ примеров показывает, что одни и те же языковые средства (метонимия и гиперболизация) могут реализовывать персуазивный потенциал высказывания по-разному. В данном случае метонимический перенос (синекдоха) обеспечивает смещение акцента восприятия с части (промышленных объектов, стоящих на земле) на целое (промышленность в целом), что вызывает ощущение тотальности планируемых деструктивных действий, что в свою очередь, способствует (с точки зрения говорящего) укреплению веры в серьезность его намерений, и содействует повышению авторитета американского политического лидера.

Соответственно, схема воздействия на аудиторию может быть представлена следующим образом: конструирование реальности в сознании реципиента – эмоциональное воздействие – укрепление авторитета.

Обратимся к еще одному примеру, в котором говорящий использует метафору, называя страну «хулиганом» («bully»).

(5) «Tonight, I can report to the world that the strikes were a spectacular military success. Iran's key nuclear enrichment facilities have been completely and totally obliterated. Iran, *the bully of the Middle East*, must now make peace» [7].

(5) «Сегодня я могу открыто заявить всему миру, что удары, которые мы нанесли, демонстрируют невероятный, потрясающий успех наших военных. Ключевые объекты Иранской ядерной промышленности полностью уничтожены. Иран, этот *ближневосточный хулиган*, обязан теперь пойти на мирное соглашение».

Слово «bully» ассоциируется с ситуациями, когда старшеклассники издеваются над младшими школьниками. Это делает Иран не столько серьезным геополитическим противником, сколько мелким хулиганом, который пристаёт к небольшим странам (Ливан, Йемен, Бахрейн), но боится настоящей драки с США или Израилем. Проведение такой детской аналогии снижает статус Ирана, превращая его из «злодея» в несерьезного, неопасного противника, с которым даже не нужно воевать, достаточно поставить его на место. Кроме того, из школьного опыта нам известно, что хулиганы заслуживают наказания, мер дисциплинарного воздействия со стороны взрослых. В роли родителя, конечно же, выступает президент США, готовый наказать «хулигана». Снижается трагичность происходящего – это не война, это вынужденные воспитательные меры, принимаемые во благо человечества (заявление делается «всему миру»).

Схема оказания персуазивного воздействия на аудиторию: принижение страны-противника – снижение трагичности происходящего – оправдание военного вторжения.

И еще один метафорический контекст, позволяющий выявить персуазивный потенциал образных языковых средств в риторике американского президента.

(6) «I want to thank and congratulate Prime Minister Bibi Netanyahu. *We worked as a team* like perhaps no team has ever worked before. And we've gone a long way to *erasing this horrible threat* to Israel» [7].

(6) «Я хочу выразить свою благодарность и поздравить премьер-министра Израиля Нетаньяху. Мы работали как одна команда, и, возможно, ни одна команда в мире не работала так слаженно, как мы. Мы прошли нелегкий путь для того, чтобы *свести к нулю ту ужасающую угрозу*, которую представлял Иран для Израиля».

Смысл спортивной метафоры «*we worked as a team*» заключается в мифологизации военного успеха и демонстрации крепкого политического союза Трампа и Нетаньяху, непобедимой команды, «играющей на поле» Ближнего Востока. Создается образ исторического тандема, который, якобы, раз и навсегда решил проблему «иранской угрозы» и теперь может праздновать заслуженную победу.

Механизм воздействия на аудиторию следующий: конструирование реальности (путем мифологизации ситуации) – демонстрации единства с союзником (эмоциональное воздействие, направленное на устрашение врага) – оправдание применения силы.

Подведем итог небольшому исследованию, направленному на изучение способов манипуляции сознанием общественных масс средствами массовой информа-

ции, тиражирующими и активно пропагандирующими выступления политических деятелей на примере риторики президента США Д. Трампа.

Анализ языковых средств показал, что наиболее частотными выразительными средствами в речах Д. Трампа выступают метафора, метонимия и гипербола. Эти риторические инструменты, как правило, работают согласно следующему алгоритму: *конструирование определенного представления о реальности – оказание сильного эмоционального воздействия на аудиторию – формирование убежденности в правомерности действий президента*. Внутри этой схемы можно наблюдать некоторую вариативность, определяющую качественные характеристики создаваемой реальности, силу и степень воздействия на аудиторию, виды решений и действий президента, требующие популяризации и необходимости конструирования персуазивного эффекта.

Картина мира, создаваемая в сознании людей благодаря такой схеме, часто очень изменчива и не поддается логическому обоснованию, отвечая требованиям актуальной политической ситуации. Языковые средства, обладающие высоким интерпретативным потенциалом и ярко выраженной экспрессивностью (прежде всего, метафора, метонимия и гипербола), как нельзя лучше способствуют достижению этой цели, что подтверждает приведенный выше когнитивно-дискурсивный анализ политических контекстов, иллюстрирующих особенности риторики президента США, составляющей наиболее значимую сферу интереса современных СМИ.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Зими́на, Е.А. Лексические способы реализации имплицитной оценки в немецкоязычных печатных СМИ / Е.А. Зими́на // Yakovlev Chuvash State Pedagogical University Bulletin / Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева. – 2025. – № 2 (127). – С.18-24.
 2. Лакофф, Дж., Джонсон, М. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
 3. Семенова, Е. М. Метафора как средство достижения политического конформизма / Е.М. Семенова // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metafora-kak-sredstvo-dostizheniya-politicheskogo-konformizma> (дата обращения: 03.05.2026).
 4. Чудинов, А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / А.П. Чудинов. Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2003. — 248 с.
 5. Чудинов, А.П. Когнитивно-дискурсивное исследование метафоры в политическом нарративе / А.П. Чудинов // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – Вып.1. – С. 91-105.
 6. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.
- Источники примеров:
7. Trump D. Announcement of Targeted Air Strikes by U.S. Military on Key Nuclear Facilities in Iran, delivered 21 June 2025, White House, Washington, <https://www.americanrhetoric.com/top100speechesall.html>
 8. Trump D. Announcement of Operation Epic Fury: Joint U.S.-Israel Targeted Airstrikes in Iran, delivered 28 February 2026 <https://www.americanrhetoric.com/top100speechesall.html>

POLITICAL RHETORIC AS AN AGENT OF SHAPING PUBLIC CONSCIOUSNESS

E.M. Semenova

*St. Petersburg University of Management Technologies and Economics
St. Petersburg, Russia, semenovae63@gmail.com*

The article presents an analysis of methods of influencing public consciousness through rhetorical devices and linguistic means of a manipulative nature. The material for the study comprises speeches by U.S. President Donald Trump in 2025 and 2026, addressing U.S. foreign policy toward Iran.

Keywords: political discourse, persuasive potential, figurative language means, implicit influence, metaphorization.