

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nina Bizjak

**Demagoške razsežnosti politične retorike Donalda
Trumpa**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nina Bizjak

Mentor: doc. dr. Andrej Škerlep

**Demagoške razsežnosti politične retorike Donalda
Trumpa**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

*Iskrena hvala celotni družini za vso podporo,
spodbudo in potrpežljivost, med doseganjem mojih ciljev.*

Demagoške razsežnosti politične retorike Donaldga Trumpa

Predvolilno kampanjo Donaldga Trumpa za 45. predsednika ZDA leta 2016 so zaznamovali številni škandali, ostra besedna soočenja in politično nekorektna retorika. Slednja je vsebovala nestrpnost, vulgarnost, hujskanje ter odkrit rasističen in islamofoben govor, kar pa presenetljivo ni vplivalo na končni izid volitev. Magistrsko delo se ukvarja z analizo politične retorike Donaldga Trumpa, pri čemer je večji poudarek namenjen prav uporabi demagoške retorike in sovražnega govora. Z uporabo metode retorične kritike je bila opravljena analiza njegovih predvolilnih govorov in inauguracijskega govora. Glede na to, da je pomemben del Trumpovega komuniciranja s svojimi podporniki potekal preko Twitterja, pa je bilo analizirano tudi tovrstno komuniciranje. Rezultati analize so pokazali, da je Trump v svoji politični retoriki uporabljal tipične demagoške tematike, ki so temeljile na delitvi publike na »nas« in »njih«, prenašanju krivde na tujce ter poveličevanju svoje vloge kot edinemu možnemu rešitelju vseh težav ameriških državljanov. Hkrati se je predstavljal kot goreč zagovornik interesov navadnih ljudi in nasprotnik politične elite Washingtona ter žrtev medijske ignorance.

V tej magistrski nalogi tako potrdim hipotezo, da je Donald Trump v svoji predsedniški kampanji uporabljal demagoško retoriko, v kateri je pogosto že mejil tudi na področje sovražnega govora.

Ključne besede: Donald Trump, predsedniška retorika, demagogija, sovražni govor, ameriške predsedniške volitve.

Demagogical dimensions of Donald Trump's political rhetoric

Donald Trump's election campaign for the 45th President of the United States in 2016 has been marked by numerous scandals, harsh verbal confrontations and politically incorrect rhetoric. The latter contained intolerance, vulgarity, incitement and also downright racist and islamophobic speech which surprisingly did not affect the final outcome of the election. The master's degree thesis deals with the analysis of Donald Trump's political rhetoric with greater emphasis on the use of demagogic rhetoric and hate speech in his speeches. An analysis of his pre-election speeches and inaugural speech were made by using the method of rhetorical criticism. Due to the fact that a significant part of Trump's communication with supporters took place via Twitter, his Twitter communication has also been analysed. Results of analysis showed that Trump used typical demagogic topics in his political rhetoric which were based on the "us" and "them" division of the audience, on transferring the blame to foreigners and praising his own role as the only potential rescuer of all American citizens' problems. At the same time he presented himself as an ardent advocate of ordinary people's interests and the opponent of Washington's political elite, furthermore also as a victim of media's ignorance. In addition, his rhetoric was full of blunt use of racist, sexist, Islamophobic insults and other forms of hate speech.

In this master's degree thesis I confirm the hypothesis that Donald Trump used demagogic rhetoric in his presidential campaign in which it often bordered on the scope of hate speech.

Keywords: Donald Trump, presidential rhetoric, demagogy, hate speech, the US presidential elections.

Kazalo

1 UVOD	6
2 JAVNOST IN POLITIČNO KOMUNICIRANJE	8
2.1 Javno mnenje in javna sfera.....	8
2.2 Politična ideologija kot temelj politične pripadnosti	9
2.3 Politično komuniciranje v moderni politični kampanji.....	10
2.4 Od politične propagande do manipulacije	16
2.5 Od demagogije k sovražnemu govoru.....	19
3 RETORIKA	23
3.1 Razvoj antične retorike.....	23
3.2 Pet kanonov klasične retorike	25
3.3 Žanri klasične retorike	26
3.4 Sredstva prepričevanja klasične retorike	28
3.5 Stilistika govora	32
3.6 Retorični diskurz in retorična kritika.....	35
3.7 Retorična situacija kot bistven predpogoj retoričnega diskurza.....	37
4 ANALIZA POLITIČNE RETORIKE DONALDA J. TRUMPA.....	39
4.1 Ameriška predsedniška kampanja	39
4.2 Donald J. Trump.....	41
4.3 Ozadje predsedniške kampanje Donalda Trumpa.....	43
4.4 Glavne tematike Trumpove predvolilne retorike	45
4.5 Analiza predvolilne politične retorike Trumpa.....	46
4.6 Analiza govora ob sprejetju nominacije republikanske stranke (julij 2016)	53
4.7 Analiza govora ob inavguraciji za 45. predsednika ZDA (januar 2017)	59
4.8 Analiza Twitter sporočil.....	63
4.9 Povzetek ključnih ugotovitev analize retorike Donalda Trumpa.....	67
5 ZAKLJUČEK	70
6 LITERATURA	74
PRILOGE	84
PRILOGA A: Govor Donald J. Trumpa ob sprejetju nominacije republikanske stranke	84
PRILOGA B: Govor Donald J. Trumpa ob inavguraciji za 45. predsednika ZDA.....	97
PRILOGA C: Prevod citatov	101

1 UVOD

Z retoriko in njenimi sredstvi prepričevanja se srečujemo v vsakdanjem življenju na vsakem koraku; ko obtoženec prepričuje sodnika v svojo nedolžnost, ko predsednik vlade slovesno nagovori državljan ob državnem prazniku ali ko nas prodajalec želi prepričati v nakup novega avtomobila. Že v antični Grčiji so filozofi poveličevali moč uporabe retoričnega prepričevanja, kasneje se je razvila tudi akademska veja preučevanja te umetnosti, danes pa retorično prepričevanje običajno povezujemo prav s politiko. Predvsem za politične akterje velja prepričanje, da so »z vsemi žavbami namazani«, ko gre za prenašanje informacij svoji publiki in prepričevanje v svoj prav – ta igra postane še bolj umazana tekom predvolilnih kampanj.

Magistrska naloga bo ugotavljala, s katerimi retoričnimi elementi je Donald Trump uspel prepričati svoje volivce na zadnjih volitvah za ameriškega predsednika. Njegova predvolilna retorika je bila namreč vse prej kot predsedniška, zaradi česar mu mnogi niso napovedovali večjega uspeha na volitvah. Kljub njegovim številnim vulgarnim in rasističnim izjavam, škandalom in javnemu obsojanju njegove retorike s strani vseh večjih zvezd ameriške zabavne industrije ter tudi pomembnih članov ameriškega senata je njegova priljubljenost pri volivcih iz tedna v teden naraščala. Tako je svetovno javnost najprej presenetil z osvojitvijo predsedniške nominacije republikanske stranke julija 2016, za še večji šok pa je poskrbel kasneje, ko je na volitvah novembra istega leta dejansko tudi postal 45. predsednik ZDA. Njegova retorika, pred in po prevzemu funkcije predsednika, vsekakor predstavlja novi mejnik v politični retoriki, saj ni doslej še nikomur uspelo zmagati na ameriških predsedniških volitvah brez vsakršnih predhodnih političnih izkušenj, s kampanjo polno škandalov in s tako neenotno podporo znotraj svoje stranke.

Temeljno raziskovalno vprašanje magistrske naloge je, ali v Trumpovi retoriki prevladujejo demagoške tematike. Znotraj tega nas zanima tudi, kako se v njegovih govorih vidi sovražni govor. Tako bom v nadaljevanju svojega magistrskega dela zastopala tezo, da je Donald Trump v svoji predsedniški kampanji uporabljal demagoško retoriko, v kateri je pogosto že mejil tudi na področje sovražnega govora.

Za demagoško retoriko je značilno, da izkoristi trenutno družbeno in ekonomsko stanje določene skupine ljudi in jo uporabi v svoj prid. Kot politični debutant brez predhodnih političnih škandalov ter z anti-establišment retoriko je Trump pri ljudstvu uspel pridobiti zaupanje, zaradi svoje hitre odzivnosti na družbenih omrežjih in neupoštevanja retorike

politične korektnosti pa je lahko kampanjo krmariš v smer, ki je bila zanj najugodnejša za zmago na volitvah. Svojo politiko in vizijo za prihodnost države je torej lahko populistično prilagaja takratnim trenutnim željam večine državljanov ne glede na to, da natančnejših obrazlag in argumentov, kako obljudljeno doseči, ni poznal. Pri tem se ni branil uporabe neprimernih in sovražnih besed, kar ga je med drugim dokončno ločilo od preostalih politikov, katerih brezpredmetnih obljud je bila publika že sita. Brez trdnih dejstev znotraj govorov se je pri prepričevanju opri predvsem na uporabo patosa in etosa. Z vzbujanjem in podoživljajnjem čustev domoljubja, jeze in ponosa so ga njegovi volivci sprejeli kot političnega kandidata, ki ne samo razume njihove stiske, temveč jo z njimi tudi deli in čuti.

Magistrska naloga je razdeljena na teoretični in analitični del. Teoretični temelji na raziskovanju in opredelitev Trumpove retorike na podlagi strokovnih del domačih in tujih avtorjev ter člankov, analitični pa na retorični analizi izbranih govorov Donalda Trumpa, pri kateri sem uporabila metodo retorične kritike.

Po uvodu, v drugem poglavju, najprej opredelim pojma javnost in javno mnenje, nato pa preidem na obrazlago politične ideologije in političnega komuniciranja. Utemeljim vloge tradicionalnih in novih digitalnih medijev znotraj političnega komuniciranja ter razložim glavne značilnosti politične propagande in manipulacije. Nadaljujem z definicijo demagogije in identifikacijo demagoga, predstavim njegove temeljne načine prepričevanja, poglavje pa zaključim z opredelitevijo sovražnega govora.

Tretje poglavje je namenjeno predstavitvi klasične retorike, začenši s kratkim razvojem skozi zgodovino. Opredelim pet kanonov klasične retorike in podrobneje obrazložim prvi ter tretji kanon. Teoretski del zaključim z opredelitevijo karakteristik retoričnega diskurza, retorične kritike in retorične situacije.

V četrtem poglavju analiziram politično retoriko Donalda Trumpa. Na kratko predstavim ameriške predsedniške volitve, Trumpovo politično kampanjo in njegovo biografijo. Nadaljujem s podrobno analizo njegovih govorov ob različnih priložnostih (skupna analiza najbolj udarnih krajsih predvolilnih govorov, nominacijski govor in inavguracijski govor) ter tudi Twitter sporočil, saj je precejšen del njegove politične kampanje potekal ravno preko tega komunikacijskega kanala. Na koncu opravim tudi povzetek ključnih ugotovitev analize.

2 JAVNOST IN POLITIČNO KOMUNICIRANJE

2.1 Javno mnenje in javna sfera

Za informirano in politično sposobno volilno družbo je v moderni državi nujno potreben obstoj javne sfere kot sfere javne oblasti. Obstoj le-te omogoča prost pretok in izmenjavo informacij, na podlagi katerih lahko posamezniki svobodno oblikujejo svoje politično mnenje ter posledično vplivajo na politično dogajanje (Habermas 1989, 293–4). Po Habermasu je bistvo javnih diskusij to, da od posameznih racionalnih argumentov vodijo k skupnemu konsenzu o tem, kaj je dobro in nujno za družbo kot celoto. Že v času 18. stoletja je meščanstvo z liberalno politično izmenjavo mnenj in zapisov kritiziralo takratno absolutno oblast in tako skušalo vplivati nanjo. Na takšen način se je z aktivno javno sfero oblikovalo javno mnenje, s katerim so ljudje pridobili moč nad usmerjanjem politike. V 19. in bistveno v 20. stoletju pa so mediji postali glavni krivci za depolitizacijo javnosti, saj se je ljudstvo iz aktivnega akterja politične sfere preoblikovalo v precej pasivne objekte komercialno naravnanih množičnih medijev (Habermas 1989, 294, 306; Škerlep 2014, 25).

Pri oblikovanju javnega mnenja je pomembno, da so različni argumenti slišani, dobri potrjeni in slab konstruktivno ovraženi, skupen cilj vseh sodelujočih pa mora biti racionalni konsenz. Postopek formiranja javnega mnenja se prične znotraj zakonodajnih institucij s komunikacijo med političnimi akterji. Znotraj političnih diskusij neprestano poteka operativno reševanje temeljnih družbenih problemov in izmenjava mnenj ter tudi boj za oblast – vladajoča koalicija skuša svoj položaj ohraniti, opozicija pa jo zrušiti. Ker navadni ljudje nimajo direktnega dostopa do diskusij znotraj zakonodajnih institucij, kaj šele časa za njihovo celovito neobjektivno raziskavo, imajo pri predajanju teh informacij največjo vlogo prav mediji. Na podlagi njihovih informacij si publika izoblikuje svoje mnenje in voljo ter ju nato vsakih nekaj let izrazi na volitvah. V vmesnem času med volitvami politika redno spremlja odziv javnosti prek množičnih medijev, novih digitalnih medijev in javnomnenjskih anket ter na podlagi tega javnega mnenja predvideva svoj uspeh ali neuspeh na prihodnjih volitvah. Glavni cilj javnih diskusij je namreč v tem, da se najde najoptimalnejša rešitev za probleme vseh ljudi – javnosti, zato je v interesu publike, da se njena volja čim hitreje jasno izrazi vladnim odločevalcem. Tako so na podlagi izraženega javnega mnenja politične debate v predvolilnem času še posebej razvnete, saj se vsaka stranka želi kar najbolje opredeliti glede svojih idej in vrednot ter si tako zagotoviti večino pri volivcih. Pri nabiranju teh političnih točk se politični akterji pogosto

poslužijo tudi pretiranega besedičenja in pretiravanja, kar kaj hitro vodi k ciljno usmerjeni politični propagandi in manipulaciji.

Že leta 1922 je Lippmann zapisal, da je na javno mnenje izredno lahko vplivati in je zato tudi zelo ranljivo ter primerno za manipulacijo s strani oseb, ki bi jim to bilo v interesu. Tako je že takrat opazil veliko povečanje novih oblik publicistov in medijskih predstavnikov, katerih naloge je bila vplivanje na poročanje medijev o njihovih strankah ter posledično tudi na javno mnenje (McNair 2009, xii). Vsekakor pa je širiši javnosti nemogoče kar vsiliti mnenje, ampak je za to potrebno primerno stanje duha družbe ter primerne ekonomske in družbene razmere. Kot je trdil Vreg, je javno mnenje odraz začasnega moralnega in etičnega stanja družbe, ki pa se kaže v njenem vrednotenju etičnih in moralnih medčloveških odnosov, delovanju uradnih organov in organizacij ter moralnem načelu pravičnosti in poštenosti (Vreg 2000, 95). Mediji v modernih demokracijah bi torej morali predstavljati komunikacijsko omrežje, po katerem bi politiki lahko utrdili zaupanje ljudi v njihove avtonomne in racionalne odločitve, slednji pa bi zaradi tega bili zmožni oblikovanja racionalnega javnega mnenja (Habermas 1989, 317). Zato je nujno, da so mediji kar se da nepristranski v svojem poročanju. Ravno na zadnjih ameriških volitvah je bil ugled nepristranskega poročanja nekaterih ameriških medijev v veliki meri močno načet ravno zaradi stalnih obtoževanj Trumpa, da so mediji v svojem poročanju do njega negativno pristranski in nepošteni, kar je posledično tudi pri publiku vzbudilo dvome. Z obtožbami pa ni prenehal niti po svoji izvolitvi.

2.2 Politična ideologija kot temelj politične pripadnosti

Kot pravi van Dijk (2006a, 728), so politika, ideologija in diskurz, kot vede družbenih znanosti, ene izmed najbolj tesno povezanih znanosti med seboj. Politična sfera namreč ne obstaja brez diskurza, politična pripadnost prazaprav temelji na ideologiji, politične ideologije pa so oblikovane na podlagi diskurza.

Pred približno 200 leti je imel termin ideologija v družbenih vedah dokaj pozitivno konotacijo, v današnji družbi novodobne politične znanosti pa se ta termin predvsem povezuje z idejo (poskusa) uveljavljanja sebičnih idej prevladujočih družbenih skupin. Van Dijk je ideologijo determiniral kot temelj družbenih predstav znotraj družbene skupine (van Dijk 2006, 729), zadnja stopnja ideološke nadvlade pa je vidna takrat, ko tudi podrejena skupina sprejme ideologijo dominantne kot nekaj naravnega (van Dijk 2006a, 728). Vsekakor pa se ideologije ne pojavljajo zgolj in samo v dominantnih skupinah, temveč so lahko tudi povod za številne

družbene dejavnosti (npr. feminism, pacifizem itd.), katerih namen je še vedno ločevanje družbe na »nas« in »njih«, a imajo v tem primeru pozitivno konotacijo (van Dijk 2002, 8).

Po van Diju (2002, 6–7) ideologija predstavlja temeljno komponento skupine in njenih članov. Člani takšne skupine si delijo religiozna, družbena in politična prepričanja, ki vplivajo na njihovo razumevanje dogodkov in kritično razmišljanje o sprejetih informacijah, posledično pa tudi usmerjajo njihove družbene prakse. Ideologija je namreč družbeno prepričanje, ki je globoko zasidrano v dolgotrajnem spominu in se zato ne spreminja pogosto, temelji pa lahko zgolj na skupini in ne na posamezniku. Večina skupin z lastno ideologijo (vendar ne vse) je v stalnem boju za dominacijo z drugače mislečimi skupinami, pri čemer ta boj temelji na načrtni delitvi družbe na »nas« in »njih« (van Dijk 2006a, 729–30). Za ideološki diskurz je namreč značilno, da poveličuje naša dobra dejanja in omalovažuje njihova ter omalovažuje naša slaba dejanja in poveličuje njihova.

Tudi v politiki ima ideologija izredno velik pomen, saj pridejo ravno tu do izraza razlike in nestrinjanja med (političnimi) skupinami, boj za nadvladavo in obstoj ter izpolnitve interesov. Politične skupine in politiki so namreč povezani med seboj ravno na podlagi svojih ideoloških razlik, interesov in podobnosti. Politična ideologija je tako bistvo političnega procesa, spoznanja in zaključki, ki so podani zunanji družbi skozi diskurz, posledično temeljijo na tej ideologiji (van Dijk 2006a, 732). Vsekakor ideologija kot taka ne more biti emocionalna po definiciji, saj lahko samo pri posamezniku govorimo o resnični (telesni) jezi nad imigranti, medtem ko gre pri ideologiji skupine zgolj za deljenje negativnih mnenj (van Dijk 2006a, 731). Včasih sta za spodbuditev enako mislečih ljudi in njihovo direktno izrazitev podpore dovolj že javno izraženo nasprotovanje in obsojanje določenih dejanj s strani političnega akterja ob primerem času in kraju, zato je pri političnem komuniciranju potrebna temeljita predhodna priprava, analiza publike in zmagovalna strategija.

2.3 Politično komuniciranje v moderni politični kampanji

Grabner in Smith (v Soukup 2014, 3) sta politično komunikacijo opredelila kot orodje, znotraj katerega s pošiljanjem, sprejemanjem, procesiranjem in preoblikovanjem sporočil, direktno ali indirektno vplivamo na politični proces. Ključni pomen sporočila je, da v občinstvu (najsi bo to posameznik, skupina ali institucija) vzbudi konkreten odziv v obliki spremiščanja vzorca razmišljanja, preoblikovanja prepričanj ali odzivanj. Kot je opozoril že Habermas, pa mora to

sporočilo vsebovati vrednote, ki so sprejemljive za tradicije in vrednote slušateljev (Habermas v Škerlep 1997, 139)

V današnjem modernem političnem sistemu poteka politična komunikacija na treh ravneh: na ravni politike, ki oblikuje odločitve; administracije, ki odločitve izvršuje; in življenja publike, ki te odločitve regulirajo in spreminjajo (Škerlep 1997, 145). Politiki skupnih načel in vrednot se povezujejo v politične stranke, ki nato s strankami podobnih političnih programov v parlamentu predstavljajo koalicijo ali opozicijo, njihovo bistvo pa je izvrševanje zakonodajne funkcije. Na eni strani imamo torej vladajočo koalicijo, ki vlada in brani svoj položaj, medtem ko opozicija opozarja na njene napake in predlaga alternativne rešitve. Znotraj teh gorečih parlamentarnih debat se nasprotni strani z nasprotojočimi se rešitvami skušata zediniti glede najpomembnejših vprašanj države, najsi bo to s področja zdravstva, nacionalne varnosti, gospodarstva ali kateregakoli drugega področja. A tako politika kot politični voditelji so konsistentno podrejeni muhavosti javnega mnenja; politiki in politične stranke se zanašajo na poročanje medijev o njihovih političnih načrtih, nato pa spremljajo odziv javnosti prek mnenjskih anket. V modernih demokracijah so primarni vir političnih informacij za večino ljudi ravno množični mediji in družbena omrežja. Upadanje zaupanja v lokalne primarne družbene in politične institucije se je namreč odražalo v zanašanju publike na medijske vire, saj sama ni imela vpogleda v vsa pomembna dogajanja po državi in svetu. Takšen trend je po mnenju mnogih strokovnjakov lahko izredno nevaren za politični proces. Politične kampanje so namreč vse pogosteje oblikovane in upravljanje tako, da bi čim bolj zadostile željam javnosti, kar bi se potem izražalo v njihovi podpori pri volitvah. Kot opozarja McNair, so moderni politiki namreč že postali nekakšni talci javnega mnenja, saj so zaradi želje po ugajanju publiki bolj pripravljeni prilagoditi svoje politične načrte. Tako so njihove vrednote in ideologije pogosto do neke mere opuščene v zameno za glasove popularnosti (McNair 2009, 35; Perloff 2014, 241).

Poleg informiranja imajo mediji tudi moč, da urejajo politično realnost z dodelitvijo ali odvzemom pozornosti določenim dogodkom tako, da določajo, katere dogodke bodo na agendi poročanja prikazali bodisi več bodisi manj. David Weaver (v McNair 2009, 48) je zapisal, da mediji tekom političnih kampanj določajo stopnjo pomembnosti določenih političnih vprašanj – vsaj tistih, ki so izven znanja (in zato zmožnosti presoje o pomembnosti) večine javnosti. V tradicionalnih medijih, kot sta radio in televizija, imajo funkcijo »vratarja«, ki določa, katere novice so primerne za objavo, uredniki. V novih digitalnih medijih pa takšnega vratarja, ki bi branil pred izmišljenimi in nepreverjenimi novicami ni.

Kvalitetno novinarstvo naj bi podajalo preverjene informacije, ki so pomembne za nadaljnji razvoj in delovanje javne sfere ter tudi vladnih politik, žal pa se v novejših množičnih medijih vse bolj opaža trend, ko se pomen tega termina drastično manjša. Gripsund (v McNair 2009, 50) tako kritizira medije kapitalistične družbe, da postajajo namensko apolitični, saj z vojerističnim poročanjem o senzacionalnih individualnih zadevah odvračajo pozornost od pomembnejših vprašanj, koristnih za vso družbo. S posvečanjem pozornosti manj pomembnim temam, ki niso družbeno-politične, se sabotira tudi sposobnost javnosti, da deluje racionalno in prepozna pomembne politične zadeve. Spektakularnost in šokantnost sta na politični in družbeni ravni deležna vedno več pozornosti, saj velja prepričanje, da, v kolikor novica prispeva k zabavi občinstva, njena izobraževalna oz. informativna vrednost niti ni toliko pomembna (McNair 2009, 62). S pojavom interneta in družbenih omrežij, pa je viralno (nekontrolirano) širjenje takšnih manj kvalitetnih novic postalo še lažje, nekvalitetno informirana publika pa vse pogosteješa.

Perloff (2014, 242–48) je določil 7 temeljnih značilnosti modernih, tehnološko in medijsko podprtih, političnih kampanj, ki smo jih lahko zasledili tudi v Trumpovi kampanji:

1. Kampanje se osredotočajo na oblikovanje imidža;
2. Njihova pozornost je bolj usmerjena na izpostavljanje kandidata kot pa stranke, pri čemer igrajo veliko vlogo mediji;
3. So izredno personalizirane (v preteklosti je veljala stroga ločnica med medijskim poročanjem o javnem in zasebnem, kar se je npr. izražalo v poročanju o samo družbeno sprejemljivem obnašanju političnih akterjev);
4. Obsesivno vzdrževanje željene slike v medijih (npr. govor pred napol prazno dvorano ne poda pozitivnega sporočila);
5. Neprestano prilagajanje smeri kampanje logiki medijskega poročanja;
6. Videz in vtis kandidata igrata osrednjo vlogo (s pojavom vizualnih medijev je videz kandidata postal eden najpomembnejših dejavnikov politične kampanje);
7. Sodobne spletne tehnologije so temeljna platforma politične kampanje (spletne kampanje s široko uporabo spletnih strani, družbenih omrežij in YouTube-a, so ključnega pomena za strateški kampanjski načrt kandidata).

Trendi političnega oglaševanja v ZDA so se skozi zgodovino neprestano spremišljali. Še v 50. letih popularni večminutni kampanjski oglasi, so danes zgolj 30–60 sekundni. Opazen je očiten umik pozornosti od političnih vprašanj in stališč ter večji poudarek na kandidatovem imidžu. Znotraj oglasov zasledimo tudi obsežno uporabo simbolizma, čustev in vrednot ter uporabe

simbolov moči in družbenega statusa. Politično oglaševanje danes vse več pozornosti posveča ustvarjanju negativnih sporočil o protikandidatih (opozarjanje na nasprotnikove napake, šibke točke in madeže iz preteklosti), kar v 60. in 70. letih prejšnjega tisočletja še ni bilo v navadi. Gradnja in upravljanje imidža očitno igrata izredno veliko vlogo v političnih kampanjah današnjega časa. Dejstvo je, da se ljudi najlažje prepriča, če si jim podoben po vrednotah, vedenju, prepričanjih in dejanjih. Govorec mora konec concev biti publiku simpatičen, med njima pa se mora razviti empatičen odnos (McNair 2009, 91–4; Perloff 2014, 242). Seveda so poleg imidža za uspešnost posredovanega sporočila pomembni tudi njegovi specifični dejavniki, kot so »dolžina sporočila, število argumentov, način predstavitve (npr. barva, slikovna privlačnost itd.) ter prisotnost simboličnih signalov, ki sprožijo takojšen čustven odziv«. Pozabiti ne smemo niti na zunanje dejavnike, na primer okolje in čas, v katerem je sporočilo podano ter politično/kulturni kontekst (Vreg 2000, 102–3).

2.3.1 Vloga množičnih medijev v političnih kampanjah

Moderna demokratična ureditev je odprta oblika vladanja, znotraj katere imajo ljudje pravico do sodelovanja pri oblikovanju političnih odločitev, hkrati pa imajo zagotovljen dostop do vseh oblik medijev, preko katerih poteka kritični nadzor delovanja vladnih teles. A razvoj inkluzivnosti medijev se je skozi čas razvijal postopoma, začenši s tiskanimi mediji in radijem, ki pa so imeli zgolj omejen krog občinstva. Pojav televizije v 60. letih je drastično pripomogel k bolj informirani in inkluzivni demokraciji, saj so volilni upravičenci, ki so jih informacije o aktualnih dogodkih zaradi oddaljenosti krajev včasih zaobšle, od takrat imeli olajšan vpogled na aktualno politično dogajanje in zato tudi večjo možnost participacije. Tako se je skozi čas med obema pojnama razvila nekakšna soodvisnost – politika je priskrbela material za poročanje, mediji pa so ga željeno »zapakirali« in posredovali publiki. Postopoma se je televizija odmagnila od svoje vloge pasivnega opazovalca in poročevalca (političnih) dogodkov ter postala aktiven določevalec in oblikovalec (politične) realnosti. Ironično je v veliki meri prispevala k zmanjšanju pozornosti na politični diskurz, argumentacijo in ideologijo v političnih bojih ter preusmerila pozornost publike na osebnost in izgled (Gurevitch in drugi 2009, 164–6). Surovi podatki in abstraktni argumenti imajo sicer še vedno svojo težo, a se je s premikom iz slušnih in tiskanih medijev v medije gibljive slike pomen povedanega zmanjšal. Gledalec je danes veliko bolj pozoren na to, kako kdo odgovarja, kot pa kaj odgovarja, zato lahko trdimo, da je v kampanjah moderne demokracije imidž posameznika pomembnejši od njegovih intelektualnih sposobnosti, način podaje političnega sporočila pa ima večji učinek kot njegova vsebina (Gurevitch in drugi 2009, 166; McNair 2009, 36).

Moderni mediji so v veliki meri pripomogli tudi k temu, da se je skrivnostnost s politične sfere odstranila. Javnost je z njihovo pomočjo dobila vpogled v »ozadje« življenja političnih kandidatov (pretekle poklicne in osebne »napake«, družinski škandali, povezava s korupcijo itd.) in si tudi na podlagi teh vrednot ustvarila mnenje o spoštovanja in zaupanja vrednem ali nevrednem kandidatu (Perloff 2014, 100).

Brez posredovanja medijev bi torej politika izredno težko uspešno delovala, saj poteka velik del nabiranja glasov ter prepričevanja in iskanja podpore ravno preko njih. Kljub pojavi novih digitalnih medijev pa je še danes moč televizijskega medija izredno velika. Predvolilna televizijska soočenja in politični oglasi sta ena izmed glavnih kanalov za sporočanje svojih stališč in nabiranje glasov volivcev med volitvami. Če imajo mediji na eni strani možnost pristransko poročati o pomembnosti določenih tematik, pa lahko politik prek lastnih oglasov izpostavi točno določene željene probleme in rešitve zanje (McNair 2009, 86). Takšno podajanje »svoje resnice« je še lažje prek novih digitalnih medijev, ki so se pojavili v drugem tisočletju.

Od leta 1996, ko so na ameriških predsedniških volitvah prvič uporabili spletne strani v političnih kampanjah, se je z vsakimi naslednjimi volitvami pomen interneta za promocijo političnih kandidatov in njihovih programov zgolj povečeval. Danes si politične kampanje brez uporabe spleta in družbenih omrežij sploh ne moremo več predstavljati. Mnenjski voditelji lahko na ta način vplivajo na javno mnenje kot še nikoli poprej. Družbena omrežja so omogočila, da politični kandidati komunicirajo bolj efektivno, z večjim dometom širjenja informacij in na bolj targetiran način (Gainus in Wagner 2014, 13). Še pred pojavom televizije so se ljudje morali zadovoljiti s sliko politične realnosti, kot so jo prikazovali mediji in brez možnosti vplivanja na izbiro novic, s pojavom družbenih omrežij pa se je zgodil gromozanski preskok, saj se je razvila platforma za dvosmerno komunikacijo. Do tedaj so se namreč politične kampanje posluževale le enosmerne množične komunikacije, znotraj katere je kandidat preko medijev sporočal željene informacije, javnost pa je zasedala vlogo zgolj pasivne publike. Družbena omrežja so omogočila, da je posameznik postal aktiven član družbene mreže, kjer poleg vloge prejemnika zaseda tudi vlogo so-ustvarjalca novic (Gainus in Wagner 2014, 5; Perloff 2014, 122). V primerjavi s tradicionalnimi mediji lahko novi digitalni mediji delijo vse oblike novic hkrati (zvok, slika ter besedilo) in v časovno izredno kratkem času. Družbena omrežja predstavljajo množični, večsmerni diskurz (Gainus in Wagner 2014, 7), politični akterji pa so tako z njimi premagali dve pomembni oviri pri pretoku informacij. Prva je ta, da so se znebili posrednika (in hkrati nadzornika) prenosa informacij (uredniki v tradicionalnih

medijih), druga pa, da lahko sedaj preko večsmernih komunikacijskih kanalov, poleg prispevanja informacij, tudi oblikujejo in usmerjajo pretok informacij.

Po Gainusu in Wagnerju (2014, 80) je Twitter idealen mehanizem politične kampanje za politični *branding* (slo. znamčenje), saj zahteva in nagrajuje kratkost, hkrati pa je enostavno »konzumiran« in naprej deljen s strani uporabnikov. Politični kandidat se lahko prek Twitterja nemudoma odzove na nove izzive znotraj politične tekme in objavi svoje stališče, ne da bi več dni moral čakati na javno debato ali medijski poziv, kot je bilo to v navadi v preteklosti. V manj kot minuti lahko že prejme prve odzive sledilcev na svojo objavo, kar mu omogoča bliskovito prilagajanje svojih političnih načrtov (Perloff 2014, 252). Ista avtorja tudi trdita, da so uporabniki Twitterja izmed vseh uporabnikov ostalih družbenih omrežij politično najbolj angažirani, raziskave so namreč pokazale, da »tviterši« bolj pozorno spremljajo novice, poleg tega pa tudi bolj pogosto politično sodelujejo na spletu. Twitter tako hitro postaja eden najpomembnejših kanalov za širjenje informacij (Gainus in Wagner 2014, 26).

Kot je opozoril Mann (v Gainus in Wagner 2014, 105), ima uporaba družbenih omrežij v politične namene tudi temačno plat. S pojavom družbenih omrežij se je pojavil velik potencial za širjenje laži in nepreverjenih informacij z namenom politične zmage za vsako ceno. Ravno v času zadnjih mesecev ameriških volitev 2016 se je na spletu (predvsem na družbenih omrežjih) pojavilo ogromno število lažnih objav in novic proti enemu ali drugemu kandidatu. Avtorji le-teh (med katerimi je bila večina Neameričanov) so tudi javno priznali namensko zavajanje bralcev z izmišljenimi senzacionalnimi naslovi novic z namenom večje vzbuditve pozornosti in posledično tudi večjega zaslužka od oglaševanja. A popolna preprečitev in umik takšnih objav s spleta je nemogoča (Higgins in drugi 2016; CBSnews 2016).

Mediji imajo torej pri volitvah res izredno moč. Profesor Patterson (2016) s Harvard Kennedy School je dejal, da je na ameriških predsedniških volitvah najpomembnejši pokazatelj tega, ali bo kandidat uspešen pri lovu za nominacijo svoje stranke ali ne, ravno njegova izpostavljenost v medijih pred pričetkom boja za glasove. Brez slednje se lahko kandidat kar obrise pod nosom za nabor potencialnih donatorjev, pa tudi mesto na predprimarnih soočenjih je lahko ogroženo, saj medijsko bolj zanimivi kandidati privlačijo večje število članov občinstva. Znano je, da predsedniški kandidati v ZDA precejšen del svojega kampanjskega proračuna namenijo za promocijo v medijih, medtem ko Trumpu tega skorajda ni bilo treba početi, saj je večina medijev o njem poročala prostovoljno. Svobodni mediji so preprosto sledili svoji etiki poročanja; to pomeni obveščati o najbolj zanimivi, senzacionalni, nenavadni in za bralce/poslušalce/gledalce privlačni tematiki ter liku. Trump je tako postal prvi kandidat za

ameriškega predsednika, ustvarjen s strani medijev. Do teh zadnjih volitev takšna direktna komunikacija kandidatov z ljudstvom ni bila mogoča, Trump pa si je lahko privoščil komunikacijo mimo vseh medijev, saj je preko svojih komunikacijskih omrežnih kanalov nagovarjal publiko, ki je imela podobne vrednote kot on. Ker je sledilcem sporočal ravno tisto kar so želeli slišati, so mu bili ti pripravljeni odpustiti tudi vsakršen vulgarizem, rasizem ali seksizem v svojih besedilih. Tradicionalni mediji so torej še predstavljali nekakšen filter pri prenosu informacij od zakonodajnih institucij k javnosti, zaradi pojava novih digitalnih medijev pa je tega danes mogoče zaobiti.

2.4 Od politične propagande do manipulacije

Novi digitalni mediji so v kampanjah uporabljeni predvsem kot sredstvo propagiranja političnega kandidata in njegovega političnega programa. Za razliko od novih medijev, kjer komuniciranje poteka večsmerno, pa je za propagando značilna enostranska komunikacija. Dejstvo je, da se vsaka oblika družbe ali skupine, ki verjame v svoje poslanstvo in svoj prav, poslužuje takšne ali drugačne oblike propagiranja svojih idej. Na kakšen način in kako agresivno svoje ideje sporoča pa je odvisno od posameznega primera. V osnovi ločimo 3 vrste propagand: 1) belo (temelji na resničnih podatkih in lahko preverljivih virih), 2) sivo (govorec uporablja resnične podatke, a viri pogosto niso popolni ali izsledljivi; govorec podatke prikaže na pristranski, za njega prijeten način) in 3) črno propagando (govorec uporablja izmišljene podatke in laži, katerih vir je neznan; velja načelo cilj posvečuje sredstva) (Jowett in O'Donnell 2012, 17–20).

Bistvo politične propagande je, da informira volivce o tem, kdo jim kaj ponuja (v političnem smislu). Vsak kandidat želi taktično pridobiti nove in obdržati obstoječe volivce z igranjem na prave strune njihovih potreb, zato je glavni cilj spoznanje publike, da bodo z izvolitvijo določenega kandidata vse njihove želje izpolnjene (McNair 2009, 87). Kot sta dejala Nimmo in Felsberg (v McNair 2009, 89), so politični kandidati v očeh javnosti pogosto videni kot »različne znamke enakega proizvoda«, kar pomeni, da se morajo še bolj potruditi, če želijo poudariti svojo drugačnost in nezamenljivost. Kandidat, ki ga javnost sprejme medse kot enega izmed njih, je na dobri poti do zmage. Volivci namreč povzemajo zgodbe in vrednote iz političnih oglasov in debat kandidata ter jih implicirajo na izkušnje iz lastnega življenja (odnosi z družino in prijatelji, strahovi pred tujci, občutek varnosti itd.) (Akerlof in Shiller 2015, 74).

Zelo težko je določiti mejo, kjer se politična propaganda konča in politična manipulacija prične. Kot pravi splošna politologija, bi konkurenčne demokratične volitve ob predpogoju popolne informiranosti volivcev, z izvzetjem manipuliranja in propagande, proizvedle uravnotežen, izenačen izid (Akerlof in Shiller 2015, 74). Kot glavne razlike med manipulacijo in besednim prepričevanjem je van Dijk navedel možnost prejemnika, da ima pri slednjem proste roke, da sam izbere svoja stališča in prepričanja ter reagira neodvisno od pričakovanega. Na drugi strani pa ima pri manipulaciji poslušalec bolj pasivno vlogo ter slepo zaupa povedanemu in tako nehote postane žrtev manipulatorja. Takšen negativen učinek manipulativnega diskurza se po njegovem običajno pojavi pri prejemnikih, ki ne premorejo zadostne količine znanja, da bi manipulacijo predvideli in popolnoma razumeli posledice manipulatorjevih besed. Kot očiten primer navede trenutno po svetu zelo popularen populistični argument: posredno obtoževanje imigrantov in migracij za slabo ekonomsko stanje v državah znotraj vladnega in medijskega diskurza s strani politikov, zato da se pozornost preusmeri stran od pravega krivca – vladnih politik (van Dijk 2006, 361).

Kot opominjata Jackson in Jamieson (2008, 22), je v politiki pogosta praksa, da se za iskanje podpore o izvršitvi nekega dejanja (kljub pomankanju dokazov o obstoju dejanske nevarnosti) uporablja podpihanje strahu. Vsako takšno zatekanje k uporabi strahu kot vzvoda bi moralo v slušateljih vzbuditi sumničavost in jih prisiliti k nadaljnemu iskanju informacij. Racionalni volivci bi se morali zavedati, da ko so oznanitve preveč dramatične in zadovoljijo večjo množico ljudi naenkrat, je v ozadju velikokrat skrivna namera. V politiki obstaja za takšno prevaro izraz politični spin. Politični spinnerji zavajajo javnost z zamolčanjem dejstev ali neposrednim laganjem, lahko pa tudi namensko ustvarijo neresnično iluzijo realnosti s pritejanjem besed, prikrivanjem ali zanikanjem dejstev in preprostim izmišljanjem neresnic (Jackson in Jamieson 2008, 5). Vsakodnevno smo volivci izpostavljeni premišljeni uporabi spinov preko kanalov, ki dve desetletji nazaj niso niti še obstajali. Tak primer je internet, katerega vse splošna svetovna uporaba je omogočila t. i. viralni marketing neresnic, ki lahko nenadzorovano hitro širi neresnico kot bolezen, brez možnosti zaustavitve (Jackson in Jamieson 2008, 6).

Za lažjo identifikacijo akterjev manipulacije je van Dijk (2006, 375) določil njihove temeljne značilnosti:

1. Družbeni položaj, status, poklic manipulatorja, ki prepriča ljudi v kredibilnost diskurzov, argumentov in navedb;

2. Nepopolno ali ničelno znanje manipulirancev o omenjeni temi (proti argumenti publike glede napačnih, nepopolnih ali pristranskih navedb govorca so zato onemogočeni);
3. Temeljne norme, vrednote in ideologije manipulirancev, ki ne morajo biti spregledane ali zanikane;
4. Vzbujanje močnih čustev manipulirancev, zaradi katerih postanejo ranljivi (travme, strahovi, ljubezen itd.).

Kot je poudaril, se pri procesiranju informacij manipulativnega diskurza primarno uporablja kratkoročni spomin. Prejemnik za razumevanje povedanega uporablja hitre bližnjice in domneve ne pa temeljite in poglobljene analize. Zato je v takem primeru seveda lažje, če se manipulator poslužuje enostavnega besedila z manj zapleteno sintakso in osnovnimi nestrokovnimi besedami, ima jasno izpostavljeno temo, ki jo prejemniki dobro poznajo in jim je blizu ter uporablja jasen in počasen tempo govora (van Dijk 2006, 365–6). Kot bomo kasneje videli pri analizi govorov, se Trump vsega tega tudi drži.

Za aktivacijo kratkoročnega spomina pa je seveda potrebna tudi utemeljitev idej, ki se skladajo s posameznikovim dolgoročnim spominom. Dolgoročni spomin na primer sestavlja znanja, ideologije, dogodki in čustva iz preteklosti, ki se jih oseba običajno v vsakdanjem življenju niti ne zaveda, ampak jih prikliče v uporabo, ko to od nje zahtevajo okoliščine. Dober manipulator bo znal te spomine uporabiti v svoj prid na takšen način, da bo na podlagi dolgoročnega spomina aktiviral kratkoročni spomin in s tem usmeril slušateljeve želje in potrebe v željeno smer. Pri tem je treba tudi omeniti, da se manipulator največkrat osredotoča na splošne ideologije in čustva o določenih družbenih problemih, ki se tičajo večje družbe, saj je splošno družbeno miselnost precej lažje spremeniti kot posameznikovo (van Dijk 2006, 368).

Manipulator se poslužuje tipičnih orodij prepričevanja za spremišjanje vzorca mišljenja pri občinstvu, kot so na primer: 1) Aktivno poudarjanje razlik med »nami« (domačim, poznanim) in »njimi« (tujim ter nenavadnim); 2) ponavljajoča se sporočila in izkoriščanje preteklih dogodkov kot vzrok za sedanje stanje; 3) prepričanje občinstva v spoznanje, da je vse povedano v njihovo lastno korist, ne pa v dobrobit govorca (van Dijk 2006, 371–2).

Po Akerlof in Shiller (2015, 82) naj bi bil ameriški politični kandidat v svojem prepričevanju razdvojen med dvema ciljema: ustreči volivcem na eni strani in ustreči donatorjem na drugi. Takšna oblika kampanje pa kar kliče po uporabi manipulativnih manevrov in orodij, saj je nemogoče popolnoma zadovoljiti dve nasprotni si strani hkrati. Seveda ne preseneča dejstvo, da se med volitvami kandidati skušajo izogniti določenim politično delikatnim temam

(korupcija znotraj političnih institucij, problem migracij, manjšin itd.), vendar je pretvarjanje, da obstajajo enostavne rešitve za kompleksne probleme ali da ti problemi sploh ne obstajajo, lahko zelo nevarno za končni rezultat volitev. Med obravnvanimi predsedniškimi volitvami je Trump glasno propagiral svojo NEpovezanost z mogočnimi donatorji, saj naj bi svojo kampanjo skoraj v celoti finančiral sam (v resnici pa to velja zgolj za prednominacijski čas). To dejstvo je izkoristil v svoj prid, za širjenje ideje o svoji nekoruptivnosti in pripravljenosti delovanja za dobro ljudi in ne korporacij, kar je pri ljudeh vzbudilo občutek zaupanja v njegovo dobroramernost in poštenost.

Kot že omenjeno, je javno mnenje torej izredno ranljivo pred raznovrstno manipulacijo oseb, ki bi jim to bilo v interesu. Van Dijk (2006, 360) je opredelil manipulacijo znotraj diskurza kot orodje, s katerim manipulator prevzame nadzor nad drugimi ljudmi, običajno proti njihovi volji ali neupoštevajoč njihove interese. Takšna oseba izkorišča svoj položaj za dosego svojih ciljev preko prepričevanja publike, da verjame ali stori nekaj, kar bo manipulatorju v izredno korist, ampak v logičnem nasprotju z interesi publike. Pri Trumpu je sicer precej jasna redna uporaba črne propagande v govorih, saj so njegovi argumenti in podatki velkokrat napačni in nepreverjeni, obljube o rešitvah problemov pa precej nepremišljene, vseeno pa vsi njegovi govorji temeljijo na čustvenih apelih glede perečih problemov in interesov ameriškega ljudstva in njegovih rešitev zanje, čeprav so te rešitve nemogoče. To pa je ena izmed glavnih značilnosti demagogov.

2.5 Od demagogije k sovražnemu govoru

Prvič se beseda *demagog* pojavi v zapisih antične Grčije, kjer je ta beseda pomenila »vodja (*agogos*) ljudstva« (*demos*). Lomas (v Roberts-Miller 2005, 460) je demagogijo definiral kot proces, kjer spretni govorci vplivajo na publiko s tradicionalnimi metodami retorike brez večjega poudarka na izražanju resnice, poleg tega pa je njihov primarni cilj dosežek osebne koristi. Luthin je šel še korak dlje in termin definiral tudi s tehnične plati. Po njegovem demagog »namensko poveličuje rasno in religijsko nestrnost in sovražnost; uporablja etos navadnega državljanega v boju proti elitam; v svojih govorih bogato uporablja ekshibicionizem, neracionalnost in šov; podaja zelo poenostavljenе razlage za dejansko kompleksne rešitve problemov in nenazadnje; tudi stremi k nadzoru šolstva in omejitvi svobode tiska« (Luthin v Roberts-Miller 2005, 461). Vsekakor pa je jasno, da se demagog lahko pojavi zgolj v družbi, kjer vlada politični sistem, v katerem je možno podeliti moč na podlagi stika z ljudmi. Takšen

idealni sistem je demokracija, v kateri vladata tudi pravici svobode govora in svobodnega izražanja (Gustainis 1990, 156; Signer 2009, 35).

Seveda pa vsak govorec, ki posveča pozornost interesom publike in jih uporabi v svoj prid, še ni nujno demagog. James F. Cooper je za lažjo identifikacijo demagoga določil pogoje, ki naj bi jih takšna oseba izpolnjevala:

1. Ljudstvo vidi takšno osebo kot enega izmed njih in ne kot člana elite;
2. Politika demagoga temelji na močni, čustveni povezavi z ljudmi, ki presega vse običajne oblike politične popularnosti;
3. Takšna oseba učinkovito izkorišča svojo popularnost za dosego svojih ambicij in želja;
4. Predstavlja grožnjo ali tudi krši uveljavljena pravila družbe, institucij ali celo zakona (ta pravila so lahko kršena »notranje« – z grožnjo tiranije znotraj države, ali »zunanje« – z napadom na tuje države in skupine ali mednarodno pravo) (Signer 2009, 39).

Opozoriti je potrebno, da demagog ne manipulira ljudi (torej jih ne dejansko skuša napeljati na neko idejo), temveč sledi želji ljudstva. Njegova ideja je namreč izpeljana iz obstoječih prepričanj in stanja družbe, to pa nato uporabi v svoj namen. Pri tem samega sebe ne predstavlja kot nekaj več temveč kot vdanega podložnika družbe in prenašalca sporočil (Signer 2009, 56). Kar je sprva trdil že Aristotel, kasneje pa mu je pritrdil še de Tocqueville, je to, da demagogu podeli moč tista družba, ki ima do vladavine prava gibkejši in popustljivejši odnos, velik del pa k temu priomore tudi njena ignoranca. Če družba ne ceni dovolj svojih pravic in ne goreče obsoja vsakršnega kršenja konstitucionalne moči ter nima ustrezne izobrazbe za kritično obravnavo (politike), potem predstavlja izredno lahko tarčo za vplivanje demagoga (Signer 2009, 69, 103).

Ena najznačilnejših metod vsakega demagoga je poveličevanje razlik identitete pripadnikov »notranje« in »zunanje« skupine, kjer velja prepričanje, da »tisti, ki niso z nami, so proti nam«. Zanaša se na človekov splošni pogled na družbo, kjer posameznik čuti povezanost in pripadnost do enako mislečih ter neodobravanje, nestrnost ali celo sovražnost do tistih, ki so drugačni, tuji. Z delitvijo na notranjo in zunanjo skupino demagog poskrbi, da se notranja skupina počuti vzvišeno in bolj pomembno od zunanje, kar pripelje do tega, da se to odraža na znižanje standardov prvih. Grdo obnašanje in ideje znotraj notranje skupine, ki so poprej veljale za nesprejemljive, tako postanejo racionalizirane ali opravičene kot izjema, medtem ko so v zunanji skupini ostro obsojane in označene kot neizpodbiten dokaz o naravnih moralnih gnilosti vseh pripadnikov te skupine (Roberts-Miller 2005, 463). Kot je zapisala Roberts-Miller (2005,

463) »tudi tiste ljudi, ki jih navidez ne združuje nič skupnega, lahko združimo na podlagi ideje o skupnem sovražniku«. In to je idealna podlaga za vzpon demagoga, saj je le-ta po Signerju produkt neizmerne centralizirane moči, ki brbota znotraj družbe – družbene samozavesti in pretiranega zaupanja vase (Signer 2009, 51).

Najpogostejsi in najmočnejši argument, ki ga demagog uporabi za dokončno poglobitev prepada med skupinama, je prenašanje krivde. Posameznik (ali skupina) obtoži zunanjo skupino za določeno problematično stanje v družbi. Največkrat gre za neugodno politično ali ekonomsko stanje, pri katerem razloga ni mogoče enostavno najti in razložiti, zato demagog predlaga enostavno rešitev tega komplikiranega problema – odstranitev zunanje skupine. Ker je družba dovzetnejša za enostavne rešitve, ki jim v čim krajšem času prinesejo blagodejne učinke, je izničenju zunanje skupine bolj naklonjena (Roberts-Miller 2005, 465). Logue in Dorgan sta v svoji raziskavi ugotovila, da je večina obljud demagogov nesmiselnih in neuresničljivih, njihov edini namen pa je zgolj povečanje osebne priljubljenosti govorca med svojimi privrženci (Gustainis 1990, 156–7).

Kljub temu da demagog torej izkorišča predeksistenco strahu in sovraštva v družbi za dosego svojih ciljev, to še ne pomeni, da ista čustva goji tudi sam v zasebnem življenju. Prepričanja in temelji demagoga niso fiksni, temveč se pogosto spreminjajo, saj se velikokrat odločijo zagovarjati problem, ki v srcih poslušalcev vzbuja najbolj goreča čustva, kar jim omogoči hitrejšo dosega zastavljenega cilja. Vsekakor pa uspešnost demagoga temelji še na drugih dejavnikih – neustrezen čas ali kraj bi namreč sporočilo lahko naredila popolnoma neučinkovito ali celo absurdno (Gustainis 1990, 157; Roberts-Miller 2005, 472).

Pri poudarjanju razlik med »nami« in »njimi« in obljudljanju enostavnih rešitev se demagog v svojih komunikacijskih sporočilih zelo težko izogne uporabi sovražnega govora. S tem ko govorec izrazito verbalno napada določeno skupino ljudi, se namreč že polašča sovražne oblike komunikacije. Sovražni govor je namreč pogosto uporabljen, ko želi govorec upravičiti svoje ideje, ki bi drugače bile obravnavane kot nesprejemljive ali celo nezakonite. Tako lahko govorec svoji publiki predstavi idejo o odstranitvi, diskriminaciji ali celo usmrtitvi skupine ljudi, kot nekaj moralno sprejemljivega in celo logičnega (Kinney 2008, 2052). Pri tem se govorec pogosto poslužuje posploševanja dejstev (npr. »Vsi muslimani predstavljajo nevarnost ZDA«) ter tudi delitve na »nas« (pozitivno) in »vas« (negativno), kar je značilno za demagogijo.

Sovražni govor je Kinney (2008, 2051) definiral kot obliko verbalnega nasilja, ki izraža sovraštvo, prezir, zasmehovanje ali grožnje namenjene določeni skupini ali družbenemu

razredu ljudi. Izražen je lahko skozi govor, pisna sporočila, simbole ali simbolična dejanja, njegove najpogostejše oblike pa so rasne in etnične žaljivke, seksistične opazke in homofobni govor. Takšna vrsta komuniciranja je ena najbolj škodljivih in bolečih oblik komunikacije, kar jih obstaja in lahko ogrozi družbeno in rasno harmonijo. Zato so nekatere zahodne demokratične države tudi sprejele zakone, ki prepovedujejo izrabo takšne oblike govora, kar imenuje mo cenzura. S cenzuro so se posredno omejile posameznikove pravice (do svobodnega izražanja) z namenom zaščite javnosti (Kinney 2008, 2052). Takšna oblika cenzure je na teh volitvah odpadla, saj je s pomočjo družbenih omrežij Trump lahko zaobšel vse tradicionalne medije in odkrito uporabljal poljubni način komuniciranja brez večjih posledic.

Kot trdita Ruscher in Wallace (2008, 3865), si posamezniki z diskriminatornim govorom višajo svojo samozavest in družbeni status svoje skupine. Seveda je lahko uporabljen tudi v obratni smeri, ko s poveličevanjem statusa zunanje skupine nižajo zadovoljstvo notranje skupine in tako pri njej vzbudijo občutke jeze (patos). Na takšen način je Trump opozarjal na krajo ameriških služb s strani tujcev in superiorni gospodarski položaj Kitajske, kar je v razočaranem in brezposlenem srednjem razredu pričakovano vzbudilo bes.

Glede na zgodovino in izstopajoče demagoge, ki so se dokaj redno pojavljali skozi čas (voditelj tiranske nacistične Nemčije Hitler, voditelj komunistične Sovjetske Zveze Stalin, antikomunistični aktivist McCarthy itd.), so bili vsi uspešni ravno v času nemirov, (politične ali ekonomske) nestabilnosti ali delitve znotraj narodov. Zgodovina nas uči, da demagogi običajno izkoristijo sovraštvo in strahove znotraj družbe, za poziv k spremembam, katere lahko izpelje zgolj on – govorec sam. In ker običajno manjši odstotek ljudstva pripada eliti (v nekaterih primerih velja tudi dejstvo, da so člani elite višje izobraženi kot pripadniki nižjih slojev in zato manj dovetni za demagogovo vplivanje), se demagog v svoji retoriki postavi na stran navadne množice (Gustainis 1990, 157). Vedno se predstavlja kot »človek ljudstva« in njegov odrešitelj, veliko pozornosti pa posveti vrednotam, za katere smatra, da jih občinstvo ceni (družina, poštenost, nekoruptivnost, patriotizem itd.), pri tem pa se ne brani uporabe sovražnega načina komuniciranja. In če je tematika zanimiva za občinstvo in širšo družbo, pomeni to tudi večjo medijsko pokritost sporočil demagoga (Whillock 1994, 224). Tako je Trump izkoristil ekonomsko in družbeno negotovost Američanov ter za stanje obtožil (ilegalne) imigrante, pokvarjeno elito in tuge države (značilnosti sovražnega govora), kar mu je konec koncov tudi prineslo zmago.

3 RETORIKA

3.1 Razvoj antične retorike

Govorno nastopanje je vsekakor prva in najpomembnejša oblika množičnega komuniciranja. Že stari Grki so poveličevali pomen uporabe splošne retorike v vsakdanjem življenju, saj so se prvi koraki retorike pojavili na sodiščih v antični Grčiji, kjer se je obsojeni posameznik moral sam zagovarjati pred sodiščem. V tistem času poklica odvetnika, kot ga poznamo danes, namreč še ni bilo, zato so Grki lahko najeli osebo, ki jim je napisala obrambni govor, seveda za zajetno plačilo – to so bili logografi. Nastopanja pred sodiščem pa so se lahko priučili od sofistov – to je bila skupina višje izobraženih potupočih govornikov, učiteljev in advokatov, ki so med drugim učili umetnost retorike, govorništva in razpravljanja (v tistem času so zaradi svojih izredno iskanih talentov uživali širno slavo in bogastvo). V grških Atenah se je v 6. in 5. st. pr. n. št. pričela pojavljati in oblikovati nova oblika vladanja *demokratia*, katere ime je sestavljeno iz grških besed *demos* (ljudje) in *kratos* (politična moč). Vsi uradni prebivalci z volilno pravico (moški z atenskim poreklom) so imeli moč soodločanja pri najpomemnejših političnih vprašanjih države. Najpomembnejše odločitve so se sprejemale v skupščini, kjer je vsak lahko imel pravico javno spregovoriti in prepričati druge s svojim govorom. Sčasoma so se določeni posamezniki dodobra izpopolnili v veščini nastopanja in govora, to so bili profesionalni retoriki. Kasnejša definicija profesionalnega retorika se je iz grške »tisti, ki je predložil rešitev pred skupščino« spremenil v »tisti, ki je kvalificiran v javnem govoru« (Crowley in Hawhee 2009, 7; Herrick 2005, 35; Škerlep 2009, 839).

Grški filozof Platon in njegov učenec Aristotel sta obsojala nespoštovanje pomena resnice v retoriki s strani sofistov. Aristotel je retoriko namreč videl kot uporabno orodje publike, da v govoru prepozna resnico in jo nato zna uporabiti. Kot prvi je v svojem delu *Umetnost retorike* opredelil retorično umetnost kot pomemben del prakse javnega govorništva, ki ga je razdelil na tri retorične žanre – svetovalno, sodno in slavilno. Poleg tega je tudi sistematično opredelil tri temeljne strategije prepričevanja – ethos (apelira na govorčovo osebnost in karakter), pathos (apelira na čustva publike) in logos (apelira na razum publike in argumentiranje).

Beseda »sofist« je v stari Grčiji pridobila negativen prizvok zaradi mnenja, da so to ljudje, ki so plačani za manipulacijo resnice. Platon je v svojih spisih do retorike zavzel kritično stališče, da je bistvo retorike zavajanje občinstva. Trdil je, da bistvo retorike ni podajanje resnice temveč zgolj prepričljivo podajanje snovi brez obzira na resničnost povedanega. Postavil se je nasproti

ideji sofistov, ki so trdili, da lahko odličen retorik brez natančnega poznavanja dejstev in podrobnosti o neki temi, govori prepričljivejše kot poznavalec te tematike. Platon je tudi prvi izpostavil vprašanje, ali ni popularna retorika zgoj orodje za zavajanje širše množice v rokah ljudi z močjo, zaradi česar je posledično tudi v nasprotju z družbeno etiko. Na podlagi te kritike je opisal idealni normativni model retorike, ki je od govorca zahteval:

1. Poznavanje resnice in posedovanje znanja o tematiki;
2. Poznavanje psihološkega stanja publike, ki jo lahko govorec osvetli z resnico;
3. Uporabo logičnih dokazov in argumentov;
4. Govorec mora biti oseba z močno moralno integriteto (Škerlep 2004, 8–9).

Vzporednico s Platonovo teorijo o zavajanju množice lahko potegnemo tudi pri predvolilni retorični analizi Trumpa, kjer opazimo številne značilnosti manipulativnega govora in zavajanja.

Za razliko od svojega učitelja je Aristotel retoriko branil in opredelil kot »zmožnost, da v vsaki situaciji uvidimo možna sredstva prepričevanja« (Škerlep 2004, 11). Dober retorik naj bi torej prepoznal možnosti prepričevanja, ki so mu na razpolago v določeni situaciji. Retoriko je Aristotel videl predvsem kot umetnost in sistematično razvito veščino, ki se jo je moč priučiti. S svojim filozofskim delom, predvsem z zapisi zbranimi v knjigah *Retorika*, je postavil temelje retorične teorije, na katere so se kasneje naslanjali vsi večji retoriki in preučevalci te umetnosti (Aristotel 2004, vii–viii; Corbett in Connors 1999, 493).

Grška ideja govorništva se je ohranila in aktivno prakticirala tudi kasneje, v času starorimske države, ko so rimske filozofi že obstoječe retorično znanje aktivno prakticirali in tudi sistematizirali. Nasprotno od Aristotela, ki je trdil, da je retorik lahko prav vsak, je rimski filozof in govorec Mark Tulij Ciceron menil, da mora biti dober retorik predvsem zelo dobro splošno razgledan in obvladati številne tematike. Za razvoj klasične teorije retorike je Ciceron izredno pomemben, saj je grško teorijo in prakso uredil v svojih številnih spisih in razpravah, med drugim je obstoječe vedenje sistematiziral tudi v pet delov (kanonov) klasične retorike. Moderni retoriki so mu pripisovali tudi avtorstvo najstarejše starorimske knjige o umetnosti retorike, *Rhetorica ad Herennium*, a se je kasneje izkazalo, da je avtor le-te do danes še nepoznan. Še eno pomembno delo starorimske retorike pa je *Institution Oratoria* učitelja govorništva Kvintilijana, ki je zagovarjal, da mora imeti govorec poleg primernega intelektualnega znanja tudi trden moralen značaj. Prav ta knjiga je opredelila pedagoški vidik

retorike in jo tudi vključila v izobraževalni sistem. S tem pa je retorika postala pomemben del izobraževalnega procesa (Corbett in Connors 1999, 495–6; Crowley in Hawhee 2009, 13).

3.2 Pet kanonov klasične retorike

Pet kanonov klasične retorike, ki predstavljajo poglavitni steber retorike, je:

3.2.1 *Inventio* (iznajdba)

V prvem kanonu govorec obdela temo in izbere najprimernejše strategije prepričevanja. Za neartistična sredstva prepričevanja velja, da niso del umetnosti retorike in jih govorec ne iznajde, temveč uporabi (to so dokazi pridobljeni z implikacijo zakonov, s pričevanjem priče, z uporabo mučenja, statistike itd.). Artistični dokazi so odvisni od retoričnih veščin govorca, saj se razvijejo skozi govor (argumentacija skozi tri vrste apela: logos, ethos in pathos) (Corbett in Connors 1999, 17–8).

3.2.2 *Dispositio* (zgradba)

V drugem kanonu mora govorec to, kar je našel v prvem kanonu, smiselno urediti in razvrstiti tako, da bo njegov govor čim bolj efektiven. Govor mora pridobiti smisel in celoto, da bo cilj prepričevanja občinstva dosežen.

3.2.3 *Elocutio* (ubesedenje)

V tretjem kanonu se ne ukvarjamo več z vsebino govora, temveč je ta posvečen načinu govora (stilu). Govorec mora na podlagi svoje osebnosti, tematike, okoliščin govora ter značaja publike izbrati primerno besedišče in okrasne pridevниke, poskrbeti za čistost in razumljivost besed ter fluidnost povedi. Za razliko od slovnice, ki se ukvarja zgolj z navadno rabo jezika, stilistična sredstva podajo besedam večjo moč prepričevanja, saj imajo večji vpliv na čustva občinstva (Corbett in Connors 1999, 21, 338).

3.2.4 *Memoria* (pomnjenje)

Pri četrtem kanonu govorimo o sposobnosti pomnjenja dolgega govora. V preteklosti, ko so govorce morali govoriti na pamet pred zbrano množico, se je temu kanonu posvečalo več pozornosti, danes pa gre pri govorih večinoma že za vnaprej pripravljen in napisan diskurz.

3.2.5 *Pronuntiatio* (izvedba)

Peti kanon je namenjen sami izvedbi govora, saj tudi izjemno napisan govor ni dovolj za uspešno prepričevanje publike, če njegova izvedba ni pravilna. Govorec se mora naučiti

primerne rabe gest in glasu ter prepričljive drže in obrazne mimike. To najhitreje doseže z vajo in opazovanjem govorov drugih (Corbett in Connors 1999, 22).

3.3 Žanri klasične retorike

Obliko in namen govora določa slušatelj in ne govorec. Govorec se mora pri oblikovanju svojega govora najprej orientirati po interesih, izobraženosti, okolju in družbi publike, šele nato lahko primerno vplete svoje interese in namene. Aristotel je glede na vrsto slušateljev govora, umetnost govorništva razdelil na tri žanre; na 1) svetovalno, 2) preiskovalno in 3) slavilno govorništvo (Aristotel 2004, 12).

Svetovalnega govorništva (tudi deliberativni ali politični govor) so se stari Grki posluževali v primeru vsakdanjih družbeno-političnih zadev (Corbett in Connors 1999, 23). Tudi danes se na političnem parketu najobičajneje srečujemo s takšno obliko govora, saj gre pri tem največkrat za vplivanje na mnenje publike (spodbujanje, odvračanje), iskanje podpore, predvsem pa namen za doseganje nekega določenega cilja v prihodnosti s pomočjo dejanja, na katerega govornik namiguje (Aristotel 2004, 12; Škerlep 2009, 846). Po Aristotelu se je politična retorika vedno posvečala prihodnosti in se ukvarjala z vprašanjem, kaj se »bo« ali »ne bo« zgodilo (Corbett in Connors 1999, 23).

Za takšen govor so značilne dve topike; 1) topika vrednega (*dignitas*) ali dobrega (*bonum*) in 2) topika koristi ali uporabnega (*utilitas*). Ko govorec želi prepričati občinstvo v neko dejanje/idejo, jim mora pokazati, da je to dejanje/ideja:

- a) že samo/a po sebi dobro/a in je temu zato vredno slediti,
- b) zanje morda koristno/a v prihodnosti, zato bi bilo vredno razmisljiti, kaj lahko storijo z njo (Corbett in Connors 1999, 121–2).

Kot je bilo zapisano v *Retorika Ad Herennium*, se v političnih govorih pogosteje kot topika vrednosti pojavlja topika koristi. Prazaprav gre pri političnem govoru za prepričevanje občinstva v dobrobit dejanja, ki bo pripeljalo do sreče, ali pa za prepričevanje o zavrnitvi nekega dejanja, ker bo slednje pripeljalo do nesreče. Govorec mora dobro poznati svojo publiko in ustrezno presoditi, kaj ona smatra kot dobro (Corbett in Connors 1999, 122–3).

Preiskovalno govorništvo (tudi forenzični ali sodni govor) je bilo v izvoru uporabljen pri sodnem zagovorništvu (govorec je zavzel položaj obtoževanca ali obrambe), njegov namen pa je temeljal na odločanju med dobrim in zlím glede na dogodke iz preteklosti (Škerlep 2009,

846). Za preiskovalni govor je značilno, da je usmerjeno na presojanje dejanj v preteklosti, uporablja pa se ga v primerih, ko želi govorec zagovarjati ali obtožiti dejanja neke osebe. Sodno retoriko delimo na dve topiki: 1) pravico in 2) krivico, njuna namena pa sta 1) obsodba in 2) obramba (Corbett in Connors 1999, 23).

V stari Grčiji je bila ta oblika govorništva najbolj razvita ravno zaradi dejstva, ker so bili takrat zagovori pred sodiščem precej pogosta zadeva. Za odraslega moškega ni bilo nenavadno, če se je moral večkrat v svojem življenju zagovarjati pred oblastjo, zato pa se je moral priučiti umetnosti govorništva in prava. Posel je za šole retorike takrat naravnost cvetel, saj je bilo, kot je zapisal Aristotel, za posameznika naravnost sramotno, če se ni bil sposoben braniti z uporabo logike in retorike (Corbett in Connors 1999, 123–4). Bistvo sodne retorike ni zgolj v iskanju smiselnih besed v diskurzivnem smislu, temveč predvsem v znanju govorca, da poišče argumente za svoje trditve na tak način, da bo kar najlažje in učinkoviteje prepričal občinstvo. Takšno govorništvo torej ni uporabno zgolj v primeru kriminalnih dejanj, temveč tudi v primerih krivice, zanemarjanja svojih dolžnosti, nesposobnosti in prekrškov (Corbett in Connors 1999, 26).

Slavilno govorništvo (tudi ceremonialni ali demonstrativni govor) je Aristotel opredelil kot govor, namenjen posebnim družbenim priložnostim v sedanjem trenutku. Uporablja se v primerih večjega državnega slavlja, komemoracije in ob formalnih dogodkih, kot so odprtja in zaprtja dogodkov ter obletnice. Delimo jo na več podžanrov, najpomembnejša za nas sta žalni govor (*epithapios logos*) in slavilni govor (*panegyrik*) (Aristotel 2004, 13; Škerlep 2009, 846). Za razliko od preiskovalne retorike, ki se ukvarja z vprašanjem pravice, ali svetovalne retorike, ki se ukvarja z vprašanjem koristi, je temeljni namen slavilne retorike ta, da hvali ali graja posameznika oz. skupino ljudi. Glavni topiki ceremonialnega govora sta 1) vrline in slabosti posameznika/skupine in 2) osebne lastnosti in dosežki (Corbett in Connors 1999, 127). V slavilnem govoru govorčev cilj ni toliko prepričevanje temveč predvsem zadovoljitev občinstva in inspiriranje. Izmed vseh treh oblik govorništva je slavilno govorništvo najbolj slikovito, saj sta zanj značilna uporaba številnih okrasnih pridevnikov in apeliranje na čustva poslušalcev (Corbett in Connors 1999, 23).

V *Retoriki* Aristotel pove, da mora biti priprava v ceremonialnem govoru tekoča, a vendar ne hitra in neprekinjena; premišljeno postavljene prekinitve imajo namreč izreden učinek, saj poudarjajo pomembnost dejstev znotraj govora, raznolikost govora pa je zaželjena. Argumenti znotraj slavilnega govora so običajno vsem dobro poznani, eno najpogosteje uporabljenih retoričnih orodij znotraj takega govora pa je amplifikacija (Aristotel 2004, 150–1; Škerlep 2009,

846). SSKJ retorično razgibano amplifikacijo razлага kot »razširitev, povečanje; izražanje, podajanje besedila s kopičenjem izrazov«, kar je v umetnosti retorike izredno pogosto (SSKJ 2015).

3.4 Sredstva prepričevanja klasične retorike

V nadaljevanju se bom podrobnejše posvetila zgolj tistim kanonom, ki so najbolj relevantni za moje delo; to sta prvi in tretji kanon. Elemente drugega kanona bom predstavila zgolj na kratko, saj se v sami analizi ne bom natančno ukvarjal s samo kompozicijo govorov.

V prvem kanonu govorec določi vrsto dokazovanja, ki jo bo v svojem govoru uporabil. Pri tem je seveda najbolje, da se ne posluži zgolj enega samega, temveč jih med seboj prepleta. V retorični teoriji lahko na podlagi narave uporabljenih dokazov razložimo dva temeljna načina prepričevanja: racionalno argumentacijo in subjektivno oz. moralno prepričevanje. Primarno torej ločimo dokaze, s katerimi se opiramo na logično in dokazljivo argumentacijo, ter dokaze, ki temeljijo na subjektivnih tehnikah prepričevanja (čustvih) (Žagar in Domajnko 2006, 15). Aristotel je bil mnenja, da je ključ prepričevalne umetnosti kredibilnost. Govorec mora znati svojo publiko prepričati s primernimi argumenti in mnenjem. V svojem temeljnem delu *Retorika* je tako določil tri vrste dokazovanja 1) dokazi, ki temeljijo na govorčevi osebnosti in značaju, 2) dokazi, ki apelirajo na čustva, 3) dokazi, ki sami logično podpirajo povedano. Te tri argumentacije je poimenoval etos, patos in logos. Antični retoriki so se dobro zavedali dejstva, da je govor močno orožje za spodbujanje ljudi k dejanju. Vedeli so tudi, da že sama uporaba sredstev za govor in gest znotraj komuniciranja tvori samosvojo obliko dejanja (Crowley in Hawhee 2009, 20; Herrick 2005, 85).

3.4.1 Etos:

(značaj): poudari osebni značaj govorca in njegov ugled.

Čeprav grška beseda *ethos* pomeni etiko ozziroma etično, pa bi v današnjem modernem času ta beseda imela pomen značaja ali podobe. Ponavadi je to prva stvar, ki jo občinstvo opazi pri govorniku, vsa ostala opažanja sledijo (Kuypers 2009, 47). Aristotel se v *Retoriki* s to besedo nanaša na govorčovo sposobnost, da skozi govor prepriča poslušalce v svojo moralnost, sposobnost in dobromernost. Izrecno je poudarjal, da mora biti ta oblika prepričevanja dosežena znotraj govora in ne temelji na tem, kaj si poslušalci o govorcu mislijo pred nastopom, kot bi marsikdo lahko mislil. Etos namreč zaokroža moralne vrednote, človekove osebne

navade in ugled ne pa tudi njegove pretekle izkušnje. Znotraj govora je etos uspešno izražen, ko sam govor prepriča občinstvo, da je govornik dobrohotna oseba z visokim moralnim značajem in razumom (Aristotel 2004, 7; Corbett in Connors 1999, 72; Crowley in Hawhee 2009, 146).

Nujno je, da se govorec ne osredotoči samo na trdno argumentiranje, temveč tudi na odnos, ki ga ima s slušatelji. Če se publiki samovoljno razdaja in pokaže zanimanje za njihove vrednote in interes, se bo tudi publika intenzivneje odzvala na njegov govor. S tem konstruira podobo o sebi na podlagi svojih resničnih osebnostnih lastnosti. Glede na specifično situacijo lahko sicer določene pozitivne lastnosti okrepi, pomembnost negativnih pa zmanjša, a izmišljevati se jih ne sme (Crowley in Hawhee 2009, 149). Publika ne bo verjela osebi, ki laže, je brezčutna ali ima tako pokvarjeno osebnost, da je preprosto nemogoče verjeti, da bi delala za njeni dobro. Če bo govorec pokazal zanimanje za probleme občinstva in se prikazal kot zaupanja vredna ter modra oseba, bo občinstvo lažje sprejelo govorčeve besedilo kot resnično. Ko je posameznik o v karakter smatran kot pozitiven, mu namreč lažje zaupamo ali verjamemo vanj. Dober retorik mora razumeti, da to, kar skupnost verjame, naredi govorca verjetnega (Herrick 2005, 85; Kuypers 2009, 44).

Ravno govorčeva osebnost in karakter imata v političnih tekmah izjemen vpliv. V ZDA, »zibelki političnega oglaševanja«, se to še posebej kaže v predvolilnih oglasih, kjer kandidati več pozornosti namenijo grajenju svojega imidža oz. destrukciji nasprotnikovega kot pa političnemu programu. Med letoma 1960 in 1984 je samo 15 % predvolilnih sporočil na ameriški televiziji vsebovalo konkretnje informacije o določenih političnih tematikah, medtem ko jih je kar 57% naslavljalo osebne in profesionalne lastnosti ter dosežke kandidatov (McNair 2009, 92). Lahko bi dejali, da je etos najpomembnejši in najučinkovitejši način političnega prepričevanja, saj je še tako racionalen in pomirjujoč govor popolnoma neučinkovit, če govorčeva osebnost ni sprejemljiva za publiko (Corbett in Connors 1999, 72).

3.4.2 Patos

(čustvo): govorec s svojim govorom vpliva na trenutno razpoloženje občinstva in vzbudi določena zaželjena čustva.

Aristotel je dejal, da so človekove vrednote in prepričanja tesno povezana z njegovimi čustvi in ravno tu se pokaže moč retoričnega patosa. Gledano z retorične perspektive se ljudje vedno (lahko tudi nenamenoma) čustveno odzovemo na situacijo, v kateri so naše vrednote

poveličevane in spodbujane ali zatirane in ogrožene (Charteris-Black 2014, 44). Za retoričen diskurz je izrednega pomena priprava, kjer pride v ospredje izpopolnjevanje že prej omenjenega etosa in tudi patosa. Čustvena predispozicija publike že pred samim govorom je izredno pomembna, saj je tako lahko bolj dovzetna za sporočila znotraj govora.

V modernem času sta znotraj družbe cenjena predvsem logika in razum ter neizpodbitno dokazljiva dejstva. Med razumom in čustvi pa je nastal širok prepad, saj so čustva obravnavana kot nekaj, kar posameznik ne more popolnoma kontrolirati, kar se lahko odraža tudi v »nerazumskih dejanjih«. Seveda so že stari mojstri retorike sprevideli pomembnost vključevanja čustev v svoje govore. Človek namreč povezuje svoja čustva s svojimi prepričanji, ki so nato lahko sčasoma tudi preoblikovana glede na spremembe v čustvih. Ne smemo pa zanemariti moči čustvene nalezljivosti množic, ki je lahko ravno tako izredno močno orožje retorike. Dober retorik lahko v pravih danih okoliščinah spremeni čustveno razpoloženje slušateljev in posledično spremeni njihovo percepcijo realnosti. Izzvana čustva lahko tako pripravijo ljudi do tega, da se njihova čustva spremenijo in zaradi tega morda celo aktivno odzovejo (Crowley in Hawhee 2009; 172, 175).

Aristotel je določil tri kriterije, po katerih se lahko retorik orientira, če želi razumeti, kako so emocije najefektivneje izzvane:

1. Razumeti mora stanje duha ljudi, ki so jezni, veseli ali užaljeni;
2. Vedeti mora, kdo lahko izzove ta čustva v teh ljudeh in na kakšen način;
3. Seznanjen mora biti z razlogi, zaradi katerih ljudje postanejo čustveni (Crowley in Hawhee 2009, 176).

Vsak retorik se mora predhodno zavedati čustvenega duha svojih poslušalcev. Občinstvo lahko namreč svoje določeno čustveno stanje projecira v retorično situacijo, zato mora govorec vnaprej predvideti, ali je to stanje pozitivno sprejemljivo in kompatibilno z njegovim predlogom znotraj retoričnega diskurza. Če temu ni tako, je na govorcu, da spremeni stanje duha občinstva (Aristotel 2004, 7). Aristotel je zapisal, da gre pri retorični situaciji zgolj za večplastnost dispozicij, kjer se dispozicije retorika in publike prepletajo in vplivajo ena na drugo. Ta proces vplivanja se lahko med samim govorom spremeni (Crowley in Hawhee 2009, 171). Poudaril je tudi, da ima patos največji učinek v epilogih, saj imajo zaključki v govorih tudi največji vpliv na občinstvo. Menil je, da je bistvenega pomena, da zadnje besede, ki jih poslušalec sliši pred sprejetjem odločitve, v njem vzbudijo izredno močna čustva, saj ga bo to spodbudilo k želji po spremembi in dejanjem (Charteris-Black 2014, 45).

3.4.3 Logos:

(logika): prepričevanje in podpiranje trditev z dobrimi, logičnimi argumenti in resničnimi podatki.

Z logosom govorec razumsko argumentira in utemeljuje trditev. Grška beseda *logos* ima v slovenščini pomen logika. Vendar je v antični Grčiji ta beseda pomenila glas ali govor, šele kasneje je pridobila pomen razuma ali logike, kar se še danes uporablja. V svoji *Retoriki* je Aristotel besedo logos uporabljal za imenovanje dokazov v obliki besed, argumentov ali logike znotraj govora (Aristotel 2004, 7–8).

Za razumevanje pomena logosa je pomembno opredeliti tudi nekatera temeljna načela logike v retoriki. Govorec pri svojem argumentiranju znotraj govora, velikokrat uporablja definicije, za katere je temeljno razlago podal že Aristotel – po njegovem definicija opredeli stvar za tako, kot je in jo tako jasno loči od ostalih. Pri uporabi definicij moramo biti pozorni na dejstvo, da so lahko le-te drugačne od primera do primera zaradi osebne note tistega, ki definira (izobrazba, starost itd.). Poznamo tudi druge oblike definiranja besed. Ena pogostih je citiranje sinonimov, katerim pa Aristotel v tem kontekstu ni bil najbolj naklonjen, saj je menil, da je uporabna definicija lahko zgolj tista, ki je zapisana v stavku. Poleg tega lahko kot obliko definiranja izpostavimo tudi definiranje s pomočjo sklicevanja na etimologijo, definiranje z obširnim opisom ali definiranje s sklicevanjem na primer ali izkušnjo (Corbett in Connors 1999, 33–6).

V svoji metodologiji je Aristotel razvil 4 logične metode, ki bi pomagale ljudem argumentirati kompleksna vprašanja in probleme – znanstveno demonstracijo, dialektiko, retoriko in sporno oz. napačno argumentacijo. Trdil je, da znotraj vsake od teh metod tisti, ki argumentira, začne svojo trditev s predpostavko, ki je potem kombinirana z ostalimi predpostavkami z namenom, da se doseže sklep (Crowley in Hawhee 2009, 118). Po Aristotelu je »trditev prepričljiva in kredibilna zato, ker je neposredno samo-dokazljiva ali ker je dokazana s strani drugih neposredno dokazanih trditev« (Aristotel v Crowley in Hawhee 2009, 121).

Ločimo dve vrsti sklepanja: indukcijo (sklepanje iz posamičnega k splošnemu) in dedukcijo (sklepanje iz splošnega na posamično). Z logosom naj bi govorec z izpeljevanjem vzročno-posledičnih razmerij in z navezovanjem na zdrav razum predstavljal logične dokaze, s katerimi bi dokazal svojo tezo. Za logične dokaze velja, da če so vse premise resnične in je sklepanje logično veljavno, je tudi deduktivni sklep brez dvoma veljaven in resničen (Corbett in Connors 1999, 43). Na drugi strani imamo entime, ki so retorično ekvivalentni silogizmu. Entime m

(retorični silogizem) pomeni argumentativno izjavo, ki vsebuje sklep in eno izmed premis, pri čemer je druga premlisa predlagana, a ne direktno izražena. Glavna razlika je ta, da entime m vodi k negotovem sklepu, ki ga dosežemo z dvema verjetnima (a ne dokazano resničnima) premisama. Z uporabo entimov, v primerih, ko resnica ne mora biti zlahka ugotovljena, retorik prepriča občinstvo, da prevzame razumevanje argumenta na podlagi verjetnega (nečesa kar se ponavadi zgodi ali publika misli, da se lahko zgodi) (Corbett in Connors 1999, 53).

Racionalnost je temeljna človekova karakteristika, saj je to tisto, kar človeka ločuje od živali. V današnjem svetu sta čista racionalnost in logično razmišljanje zelo cenjena, tudi do te mere, da je oseba s temo lastnostima velikokrat bolj cenjena kot pa tista s čustvenimi karakteristikami. Kljub temu pa strogo racionalen govor ni najprimernejši v vsaki situaciji, predvsem pa ne v taki, ko je govor namenjen širši množici (Corbett in Connors 1999, 32).

3.5 Stilistika govora

Preden se posvetimo tretjemu kanonu je primerno, da se na kratko dotaknemo tudi drugega. Po opredelitvi načina strategije prepričevanja se namreč govorec osredotoči na drugi kanon, ki se nanaša na kompozicijo govora. Že Ciceron je poudarjal pomen priprave dispozicije diskurza, ko je rekel, da mora govorec »najprej natančno določiti, kaj želi sporočiti, nato pa razvrstiti želeno v določenem vrstnem redu, glede na težo posameznih delov in presojo govorca« (Corbett in Connors 1999, 257).

Večina retorikov sledi klasični določitvi kompozicije argumentativnega diskurza. Ta naj bi vseboval 1) *exordium* (uvod); priprava publike na govor, 2) *narratio* (prikaz); predstavitev dejstev, ki so potrebni za razumevanje diskurza, 3) *partitio* (členitev); razdelitev zgradbe govora kot napoved argumentacije, 4) *confirmatio* (potrditev); potrditev naših trditev z argumenti, 5) *refutatio* (zavnitev); ovrženje nasprotnikovih argumentov, 6) *conclusio* (sklep). Hermagora je med zavnitev in sklep postavil še *digresio* (skok v stran), čeprav Ciceron kritizira zahtevo po digresiji, če je postavljena kot formalno pravilo. Digresija bi po njegovem namreč morala biti vpletena v argumentacijo (Kennedy 2001, 121–5).

Takšna razporeditev delov govora je seveda zgolj možnost in ni nujno, da jo govorec tudi uporablja.

Tretji kanon retorike se nanaša na stil, ki se ukvarja z izbiro besed in njihovim elegantnim povezovanjem v govor (Purcell in Snowball 1996, 698). Crowley in Hawhee (2009, 280) pravita, da so antični retoriki združevali Aristotelov filozofski pogled na uporabo jezika in

Gorgijev sofistični pristop s tem, da so trdili, da mora biti retorični jezik jasen in obenem vzbujati čustva. Stil je še en od prepričevalnih načinov, ki v slušateljih vzbudi primeren čustven odziv. Tretji kanon zajema celotno govorico od gramatike do dikcije; ritem, artikulacija, raznolikost besed, skladnja in uporaba retoričnih figur so veliki pokazatelji kvalitete misli in stila govorca. Dober retorik pa nima zgolj enega stila, temveč je sposoben uporabe različnih stilov, ki jih prilagaja določeni situaciji (Corbett in Connors 1999, 338). Neznani avtor *Retorike ad Herennium* (pribl. 100 let pr. n. št.) je identificiral tri nivoje stila: visoki, srednji in nizek. Visoki stil uporablja bogato okrašene in impresivne besede, ki vzbujajo čustva in spodbudijo publiko k dejanju; nizek stil uporablja vsakdanji jezik in enostavno sintakso; srednji pa je nekaj vmesnega, saj uporablja pogovorni jezik in tudi občasne retorične figure (Purcell in Snowball 1996, 698).

Antični retoriki so trdili, da mora stil dobrega govorca izražati pravilnost, jasnost, primernost in okraševanje (Crowley in Hawhee 2009, 280). Pravilnost se zanje odraža v rabi aktualnih besed in slovničnih pravil jezika. Jasnost pomeni, da mora retorik uporabljati navadne besede vsakdanjega pomena zato, da je publiki posredovan pravi pomen besedila. Primernost pomeni, da je povedano primerno določeni situaciji – upoštevajoč *kairos* ali pravi trenutek (obrazložim ga v poglavju 3.7). Okraševanje zajema posebno ali nenavadno rabo besed (Crowley in Hawhee 2009, 281–85). Kljub nestrijanju klasičnih retorikov glede opredelitev določenih okrasnih figur lahko opredelimo štiri širše kategorije okraševanja na: 1) figure dodajanja (npr. anafora, geminacija), 2) figure odvzemanja (npr. elipsa), 3) figure premeščanja (npr. hipalaga) in 4) figure zamenjave ali tropi (npr. anonomazija, metafora, retorično vprašanje, personifikacija) (Smolej in Hriberšek 2006, 25).

Corbett in Connors (1999, 339) pravita, da ima pravilna raba slovnice v retoriki velik pomen, a hkrati priznavata, da ima retorična efektivnost prednost. Tako je zavoljo boljšega prepričevalnega učinka govorcu lahko odpuščena tudi nepravilna tvorba stavkov ali borna raznolikost besed, če publika takšno besedilo bolje razume. Pri tem si lahko pomaga z uporabo retoričnih figur. S slednjimi postanejo govorčevi argumenti živahni in slikoviti, tako da je celoten govor bolj jasen in efektiven. Wordsworth trdi, da so retorične figure izredno uporabne kot orodje etosa, saj imajo veliko moč vzbujanja čustev v prid govorca (Corbett in Connors 1999, 378). Čeprav obstajajo v retoriki številne klasične retorične figure, za katere pa še vedno ne obstaja natančna operativna razvrstitev, se bom v nadaljevanju posvetila zgolj tistim, ki so se najpogosteje pojavljale v Trumpovih govorih.

Klimaks ali stopnjevanje: z uporabo te retorične figure govorec razvrsti besede, fraze ali stavke v zaporedje z naraščajočo pomembnostjo. Primer pri Trumpu: »We will bring back our jobs. We will bring back our borders. We will bring back our wealth. And we will bring back our dreams...« (Trump 2017)⁷⁹

Anafora: ponavljanje besede ali besednih zvez na začetku zaporednih stavkov ali verzov. S ponavljanjem besed avtor običajno želi vzpostaviti ritem v zaporedju stavkov, to pa se najpogosteje zgodi v delih besedil, kjer želi vzbuditi močan čustven učinek. Primer pri Trumpu: »It's time to stop making the special interests rich. It's time to make the American people rich.« (Trump 2016h)¹⁷

Geminacija: zaporedno ponavljanje besed ali besednih zvez na začetku, sredini ali koncu stavka ali verza. Primer pri Trumpu: »I have been honored to receive the endorsement of America's Border Patrol Agents, and will work directly with them to protect the integrity of our lawful, lawful, lawful immigration system.« (Trump 2016ac)⁶¹

Antonomazija: retorična figura, ki neko lastno ime zamenja z besedno zvezo, ki označuje značilnosti omenjene osebe. Primer pri Trumpu: »Lyin' Ted, Little Marco, Jeb »Low Energy« Bush« (Trump 2016l)²¹ in »Crooked Hillary.« (Trump 2016m)²²

Hiperbola: retorična figura, ki uporablja pretirane izraze z namenom poudarka ali povečanega učinka. Za hiperbole je Aristotel rekel, da prikažejo ognjevitost karakterja in jo zato jezni ljudje pogosteje uporabljajo (Aristotel 2004). Primer pri Trumpu: »We are going to build a great border wall to stop illegal immigration, to stop the gangs and the violence, and to stop the drugs from pouring into our communities.« (Trump 2016ac)⁵⁴

Personifikacija: pripisuje abstraktnim pojmom in stvarem človeške lastnosti ter sposobnosti. Corbett in Connors (1999, 402) pravita, da je tudi to retorično figuro smiselno uporabiti v delih govora, namenjenih vzbujanju čustev. Primer pri Trumpu: »When America is united, America is totally unstoppable.« (Trump 2017)⁷²

Metafora: z njo poimenujemo določen pojav z izrazom, ki ga navadno uporabljamo za kakšen drug podoben pojav. Primer pri Trumpu: »It is time to drain the swamp in Washington, D.C.« (Trump 2016g)¹⁶

Retorično vprašanje: z njim govorec postavi vprašanje, ne da bi pričakoval odgovor nanj temveč z namenom indirektnega uveljavljanja oz. zanikanja nečesa. Primer pri Trumpu: »If Hillary

Clinton can't satisfy her husband what makes her think she can satisfy America?« (Trump 2016ab)⁹⁴

Paralipsa: uporabljena je, ko govorec reče, da ne bo izrekel tistega, kar navsezadnje vendarle izreče (Barthes 1990, 100). Trump se te retorične figurne izredno pogosto poslužuje v svojih govorih. Primer pri Trumpu: »I didn't think I was going to say this, but I'm going to say it, and I hate to say it, but if I win, I am going to instruct my attorney general to get a special prosecutor to look into your situation, because there has never been so many lies, so much deception.« (Twitter 2016)²³ (Corbett in Connors 1999, 390–403).

3.6 Retorični diskurz in retorična kritika

Tradicionalno obstajata dve pojmovanji retorike: ozko in široko. Prvo, ozko definicijo retorike, je razvil Aristotel, ki je retoriko označil kot »teorijo prepričevalnega diskurza«, kar je pomenilo, da lahko za retorični diskurz označimo zgolj tisti diskurz, ki je usmerjen na prepričevanje (npr. govorništvo v sodstvu, politiki in na javnih ceremonijah). Kasneje je v 18. stoletju Campbell razvil tudi široko pojmovanje termina retorike, ki pa le-to označuje kot »sposobnost, da se diskurz prilagodi njegovemu namenu«. Tako je retorika iz prvotne teorije prepričevanja postala umetnost in znanost diskurza nasploh (Škerlep 2009, 840). Vreg (2000, 92) je retorično prepričevanje opredelil kot: »kompleksen, kontinuiran, interaktivni proces, v katerem komunikator skuša vplivati na komunikacijskega partnerja, da bi sprejel predlagana stališča in vedenjske vzorce (prepričevani mora razširiti ali spremeniti svoje zaznave o dogajanju in svetu).« Sprejemalec informacij je pripravljen sprejeti stališča in vedenje prepričevalca, če v njih vidi potencial za uresničevanje svojih interesov in potreb.

Herrick (2005, 7–16) je določil pet ključnih karakteristik retoričnega diskurza, ki določajo, da je retorični diskurz:

1. Načrtovan (govorec načrtuje uporabo argumentov, stilističnih prvin, primernosti besedišča, vrstnega reda itd.);
2. Prilagojen občinstvu (tekst mora med drugim biti prilagojen izobrazbi, interesom, družbenem okolju in številu slušateljev);
3. Oblíkovan na podlagi motivov govorca;
4. Odziven na določeno situacijo (ne gre za dejanje samo po sebi, temveč se diskurz vedno nanaša na nek prejšnji dogodek, stanje v družbi ali trditev znotraj debate);

5. Namenjen prepričevanju (govorčev namen je prepričati občinstvo, da prevzame določeno idejo ter jo vzame za svojo);
6. Se ukvarja s skupnimi temami (iskanje odgovorov na vprašanja o zadevah, ki se tičejo vseh sodelajočih, nimajo pa nujno dokončnih, definitivnih odgovorov).

Ko se želimo bolj podrobno posvetiti vsebini retoričnega diskurza, se je potrebno poslužiti retorične kritike. »Retorična kritika je »interpretacija in evalvacija retoričnih besedil in nastopov; je torej katerakoli vrsta kritike, ki upošteva razmerja med govorcem ali piscem, izvedbo ali tekstrom ter občinstvom ali bralcem« (D'Angelo v Škerlep 2009, 840). Kot je zapisal Browne (v Kuypers 2009, 63), je retorična kritika discipliniran način iskanja jezikovnih posebnosti, ki so vključene v celoto nekega danega retoričnega dela. Kot orodje analize retorične kritike je mogoče uporabiti elemente klasične retorike, kot so: strategije prepričevanja (etos, patos, logos), žanri klasične retorike (svetovalno, preiskovalno in slavilno), struktura argumentacije ter elementi kompozicije in stila (Škerlep 2009, 840). Pri preučevanju vpliva teksta na slušatelje pa je zelo pomembno upoštevati tudi retorično situacijo, saj le-ta predstavlja osrednji del kritične analize. Pri metodi retorične kritike namreč ne gre zgolj za golo analizo teksta, temveč mora govor kritik obravnavati s širšega zornega kota in poiskati skrite povezave ter vplive med govorcem, besedilom in slušatelji v izbrani situaciji.

Po Škerlepu (2009, 842) je bistvo retorične kritike predvsem preučevanje in razumevanje proznih besedil, natančneje govorništva, posledično je zato zelo pogost subjekt retorične kritike ravno politično govorništvo. Analiza določenega govora se tako prične z vprašanjem, kaj je retorik z govorom dosegel v danem političnem, družbenem, zgodovinskem in kulturnem okolju, nadalje pa se odpre tudi vprašanje, na kakšen način oz. s katerimi sredstvi je to dosegel. Za diskurz v širšem kontekstu pa bi raziskovalec lahko uporabil kritično analizo diskurza (KAD), ki jo je Fairclough razvil kot enega temeljnih pristopov diskurzivne kritike. Ta omogoča teoretski in metodološki okvir za preučevanje odnosov med tekstrom, procesi in njihovimi družbenimi pogoji (lahko so neposredni pogoji, ki nastanejo znotraj konteksta situacije, ali pa posredni pogoji, ki nastanejo znotraj institucionalnih in družbenih struktur (Fairclough 1989, 26).

Po Faircloughu (v Horváth 2009, 46) je namen KAD raziskovanje običajno nejasne povezave vzročnosti in določevanja med 1) diskurzivno prakso, dogodki in tekstrom ter 2) širšimi družbenimi in kulturnimi strukturami, odnosi in procesi. Jasno je, da vsak diskurz deluje znotraj določenih socialnih, kulturnih in psiholoških okvirjev. Zato se KAD v okviru tega družbenega

konteksta osredotoča na povezave med strukturami znotraj teksta in njihovo funkcijo ter interakcijo z družbo.

Ker je moje delo osredotočeno zgoj na retorični aspekt Trumpovih govorov, v analitičnem delu naloge uporabim samo model retorične kritike.

3.7 Retorična situacija kot bistven predpogoj retoričnega diskurza

Že antični retoriki so prepoznali kompleksnost retorike in njenega razumevanja. Navodila za razumevanje in uporabo umetnosti retorike ni možno kar strniti v nekaj točk, saj so nam z vsako retorično situacijo določeni unikatni izzivi, s katerimi se moramo znotraj govora kot govorec soočiti (Crowley in Hawhee 2009, 37).

Bitzer je idejni snovalec najbolj znanega modela retorične situacije. Ta trdi, da je retorična situacija nujen predpogoj za pojav retoričnega diskurza. Retorično situacijo je opredelil kot sklop oseb, dogodkov, objektov in odnosov, ki predstavljajo neko dejansko ali potencialno potrebo in ki se, v primeru ugajanja situaciji, razvijejo v diskurz. Njegove ideje temeljijo na pojmu, da je vsa retorika »situirana«. To pomeni, da pomen retoričnega diskurza izhaja iz situacije, v kateri je nastal; brez situacije je pomen velikokrat izgubljen. Določil je tri temeljne komponente, ki definirajo in določajo vsako retorično situacijo: izliv, občinstvo in strukturne omejitve situacije (Bitzer 1998, 221; Farrell in Young v 2009, 33–4).

Izziv je razlog, zaradi katerega se odločimo, da bomo spregovorili v dani situaciji. Tu se pojavita vprašanji; zakaj želimo v dani situaciji spregovoriti in kaj želimo s svojim dejanjem/sporočilom sploh doseči? Po Bitzerju je izliv vsak defekt, ki zahteva nujno obravnavo; prepreka, imperfekcija, torej nekaj, kar je nujno potrebno popraviti ali storiti. O retoričnem izlivu govorimo, ko je pozitivna sprememba mogoča in je za dosego le-te potreben diskurz (Bitzer 1998, 222; Farrell in Young v Kuypers 2009, 35).

Občinstvo sestavlja tisti, ki imajo interes in možnost reakcije na izliv. Idealni poslušalci so tisti, ki se jih da prepričati, obstaja pa tudi velika možnost, da bodo prejeto sporočilo predali naprej. Retorični diskurz bo uspešen le, če bo pozitivno vplival na občinstvo in tako spodbudil potrebno spremembo. Bitzer občinstvo vidi kot skupnost oseb, ki delijo vrednote, interese, mnenja ter stališča, in ki ima moč, da odobri določene odločitve. Ta skupnost pa je fluidna, saj se lahko kadarkoli oblikuje, preoblikuje ali razpusti (Farrell in Young v Kuypers 2009, 34).

Omejitve so tisti zunanji dejavniki (osebe, dogodki, verovanja, pomembni podatki in odnosi), ki so sestavni del situacije in jih mora govorec zato upoštevati pri oblikovanju govora, saj imajo

možnost vplivanja na odločitve in dejanja, ki so potrebna za oblikovanje prepričljivih sporočil (Blitzer 1998, 221–2; Farrell in Young v Kuypers 2009, 4).

Crowley in Hawhee (2009, 39) opozarjata na dejstvo, da je vsaka retorična situacija edinstvena, kar pomeni, da se vedno pojavi v času in kraju, ki ne moreta nikoli biti popolnoma predvidena ali ponovljena. Dober retorik mora zato biti vedno pripravljen na tisti minljivi trenutek, ki se mu znotraj govora pojavi, da doseže svoj cilj oz. razrešitev izziva. Ta minljiv trenutek so Grki imenovali *kairos* ali **pravi trenutek**. Retorično situacijo sestavljajo retorik, njegova verovanja, vrednote in pretekle izkušnje, pa tudi mnenja in prepričanja publike ter zgodovina odnosa skupnosti, ki ji pripadajo do določene obravnavane teme. Pri kairosu je pomembno, da se argumenti na določeno temo ali problem spreminjajo skozi čas, saj se tudi ljudje, ki jih ta tema zanima, spreminjajo, s tem pa se spreminja tudi njihovo mišljenje, verovanje, starost, družba, lokacija itd. (Crowley in Hawhee 2009, 41).

4 ANALIZA POLITIČNE RETORIKE DONALDA J. TRUMPA

V nadaljevanju se bom v svojem analitičnem delu posvetila temeljitejši analizi Trumpove politične retorike. Najprej bom razložila splošen potek ameriške predsedniške kampanje in političnega sistema, nato bom bistveno povzela Trumpovo biografijo ter nadaljevala še z obrazlago njegove predsedniške kampanje z umestitvijo retorične situacije.

Za čim bolj jasno sliko o razvoju njegove retorike skozi kampanjo sem se v nadaljevanju odločila za analizo govorov, ki so se zgodili v različnih časovnih obdobjih tekom kampanje, razlikujejo pa se tudi v namenu, kraju in publiki. Razvrstila sem jih po kronološkem zaporedju, začenši z zaokroženo analizo različnih in najbolj udarnih govorov od začetka kampanje 2015 do konca leta 2016: Nato bom analizirala govor ob sprejetju nominacije julija 2016, na koncu pa še inavguracijski govor v Washingtonu leta 2017, saj bo tako slika o razvoju in spremembah v njegovi retoriki precej bolj jasna. Ker pa je njegova celotna politična kampanja bistveno temeljila tudi na prvoosebni komunikaciji preko socialnega omrežja Twitter, zaradi česar je Trump postavil tudi nov mejnik v politični komunikaciji na sploh, sem v zadnjem delu analize nekoliko pozornosti posvetila tudi temu. Da se pomen Trumpovih besed ne bi izgubil s prevodom, sem v sami analizi uporabila izvirne angleške citate, v prilogi pa zapisala slovenske prevode (priloga C).

4.1 Ameriška predsedniška kampanja

V ZDA je danes več sto milijonov upravičenih volivcev, kar predstavlja izreden napor za politične kandidate, da vsem naučinkoviteje predstavijo sebe in svoj politični program. Pomen več kot leta trajajočih političnih kampanj je izluščenje najbolj uspešnega kandidata, ki tekom prvega kroga volitev uspe prejeti strankarsko nominacijo, kasneje pa prejme večino elektorskih glasov na končnih volitvah. Čeprav so uradno v boju za predsednika vse stranke, imajo realne možnosti za izvolitev zgolj kandidati dveh navečjih strank – demokratske ali republikanske.

Na primarnih volitvah volivci znotraj strank volijo, koga izmed vseh kandidatov bi v posamezni stranki najraje videli na mestu predsednika. Uradni predsedniški kandidat stranke postane tisti kandidat, ki prejme večino elektorskih glasov na nominacijski konvenciji stranke. V drugem krogu volitev se potem izvoljena kandidata republikancev in demokratov pomerita še med

seboj. Glede na zmage v posameznih državah se kandidatoma pripisuje število elektorskih glasov, ti elektorji pa še enkrat glasujejo za predsednika ZDA. Elektorji so ponavadi člani stranke zmagovalnega kandidata, zato je skoraj povsem verjetno, da bodo glasovali za svojega kandidata. Zmagovalec predsedniške tekme je torej lahko jasen že pred koncem dejanskega glasovanja v vseh državah, saj kandidat za zmago potrebuje le večinsko število delegatov, ki mu jamčijo podporo (in ne največje število glasov kot je to v navadi v drugih državah) (Maisel 2007, 91–9).

Predsedniške kampanje so izredno napete in nepredvidljive. Čeprav velja splošno prepričanje, da sta tematika debat znotraj volitev in volilni rezultati večinoma odvisni zgolj od takratnega trenutnega »naravnega stanja« v družbi, pa je glavni določevalec razvoja smeri kampanj ravno obnašanje stranke in posameznega kandidata. Tako se lahko na agendi predvolilnih debat s posredovanjem kandidata pojavijo vprašanja in problemi, o katerih v nasprotnem primeru volivec ne bi niti razmišljal. V času izjemno napetega in nestabilnega stanja v družbi so tako običajno v prednosti direktni kandidati brez dlake na jeziku (kot Trump), saj jim ravno njihova neposrednost omogoča, da naslovijo probleme, ki v tistem trenutku pestijo volivce (Asher 1992, 203–4). Seveda je nesmiselno pričakovati direktno *face-to-face* kampanjo, temveč se kandidati poslužujejo predvsem indirektnega stika z volivci – prek medijev. Najobičajnejše volivce nagovorijo prek televizijskih kamer znotraj vsespolšnih predvolilnih soocenj in debat, lahko pa tudi (če ima kandidat dovolj obsežno finančno podporo) s samostojnimi nagovori, reklamami in skrbno načrtovanim pojavljanjem v medijih. Tako so volivci primorani sprejeti svojo odločitev glede izbranega kandidata na podlagi sporočil, ki jih prejmejo iz medijev ali iz pogovora z drugimi volivci, ki pa informacije običajno pridobijo iz istih virov (Benoit 2007, 2).

S pojavom novih medijev v političnih kampanjah in s tem možnosti (skoraj) instantnega podajanja informacij se je kandidatom odprla nova pot sporočanja svojih stališč in preusmerjanja pozornosti na probleme, koristne za njihovo podobo. Tako lahko na primer na podlagi (tudi) med kampanjo pridobljenih informacij o najbolj zanimivih aktualnih problemih in osebnih značilnostih, ki bi zanimalo volivce, spreminjačo svojo taktiko. Na drugi strani pa se kandidati, ki so zavezani obvezam in omejitvam podanim tekom kandidature, težje dinstancirajo od njih in zato niso toliko fleksibilni pri spremnjaju prioritetnih problemov (Asher 1992, 207).

Ameriški predsedniški kandidati namreč na vsakih volitvah porabijo več milijonov dolarjev za samopromocijo in promocijo svojega političnega programa v medijih. Ta denar zberejo tako,

da ga pridobijo iz javnega sklada za politične kampanje, po katerem vsi kandidati prejmejo enako vsoto, ali pa denar zberejo privatno, kar pomeni, da najvišji dovoljeni znesek ni omejen. Vsekakor je prilagajanje in spreminjanje političnih interesov glede na potek kampanje precej lažje tistim, ki denar zberejo po prvi poti, saj ne odgovarjajo nikomur. V nasprotnem primeru ostaja po volitvah pri volivcih grenak priokus v ustih, saj se poraja vprašanje, komu od bogatih podpornikov ali interesnih skupin je novo izvoljeni predsednik dolžan usluge v zameno za njihovo (finančno) podporo med volitvami (Davis 2012; Maisel 2007, 101). Jasno je namreč, da donatorji svojega denarja ne bi kar podarili, ne da bi pričakovali kaj v zameno.

Zato je Trump med svojo kampanjo nenehno opozarjal na dejstvo, da je bil velik delež njegove kampanje samofinanciran. Januarja 2017 so ob koncu volitev opravili analizo proračunov obeh kandidatov ameriških predsedniških volitev – Hillary Clinton in Donalda Trumpa. Za primerjavo – končni proračun kampanje senatorke Hillary Clinton je ob koncu volitev leta 2016 znašal vrtoglavih 703.767.795\$. Od tega je bilo zgolj 0,27% samofinanciranih. Na drugi strani pa imamo republikanskega kandidata Donalda Trumpa, čigar celotna volilna kampanja je zajemala 322.446.734\$, od tega je sam prispeval 22,6% denarja (Opensecrets 2016). Te številke so ga, predvsem zaradi njegovega neprestanega poudarjanja le-tega, še jasneje ločile od klasičnih predsedniških kandidatov, ki so del washingtonskega establišmenta.

4.2 Donald J. Trump

Donald John Trump se je rodil 14. junija 1946 v Queensu v New Yorku kot peti otrok Fredericka C. Trumpa, mogočnega gradbenika, in Mary Anne MacLeod Trump. S trinajstimi leti je pričel obiskovati vojaško akademijo v New Yorku, kjer je bil poznan kot odličen atlet in vodja študentov. Leta 1964 je maturiral, nato pa nadaljeval svoj študij na Univerzi Pensilvanije, kjer je kasneje, leta 1968, tudi diplomiral iz ekonomije.

Od očeta podedovan interes za nepremičnine in visoke osebne ambicije so Trumpa najprej pripeljale do vodilnega položaja v družinskom podjetju *Trump Organisations*, kasneje pa se je preselil na Manhattan, kjer je, zahvaljujoč mnogim novim vplivnim poznanstvom, pričel sodelovati pri številnih gradbenih projektih znotraj bogatega predela New Yorka – Manhattna. Od takrat se lahko polvali z lastništvom številnih hotelov, kazinojev, golf igrišč, stanovanjskih kompleksov in poslovnih poslopij širom celotnih ZDA, njegova najslavnejša gradnja pa je zagotovo mogočni *Trump Tower* v samem središču Manhattna.

Leta 1977 se je poročil s češko manekenko Ivano Zelnickovo Winklmayr, s katero imata tri otroke; Donalda Johna mlajšega, Ivanka in Erica. Poročil se je še dvakrat, in sicer leta 1993 z Marlo Maples, s katero imata hčer Tiffany, in še leta 2005 s sedanjo ženo, manekenko, Slovenko Melanijo Knavs, s katero ima sina Barrona. Trumpova družina se, sicer največkrat ravno zaradi svojega slavnega očeta, redno pojavlja v medijih. Vendar so za razliko od ostalih slavnih ameriških družin, v katerih največkrat prevladujejo razvajenost, nastopaško razkazovanje bogastva, vulgarno obnašanje in iskanje medijske izpostavljenosti, bili Trumpovi vedno predstavljeni kot povezana in delovna družina, z nogami trdno na tleh. V podporo očetovi predsedniški kampanji so se otroci tudi večkrat pojavili v televizijskih pogovornih oddajah, najstarejši pa so imeli tudi veliko vlogo pri sami kampanji. Tudi na račun rednega pojavljanja družine ob Trumpovem boku, mu je družinskim vrednotam naklonjena ameriška publika med volitvami izrazila svojo podporo.

Donald Trump je pred pričetkom volitev veljal za enega najbolj znanih ameriških podjetnikov. Svoj etos uspešnega poslovneža milijonarja je pričel graditi že leta 1987 s knjigo *The Art of the Deal*, v kateri je glavno sporočilo bilo, da je njegov uspeh povezan s trdim delom, osebno sposobnostjo ter prirojeno poslovno žilico in ne bogatim zaledjem družine, kot velja v družbi. A do leta 2004, ko je Trump postal producent ter glavna zvezda resničnostne TV serije *The Apprentice* (slo. Vajenec), večje vidnejše vloge v družbi ni imel. S pojavom v seriji, v kateri so tekmovalci tekmovali za vodstveni položaj znotraj *Trump Organization*, so ljudje dobili vpogled v poslovnežovo zasebno življenje, kjer je bahavo razkazoval razkošje svojih kičasto-zlatih stanovanj, osebnih letal, jaht in limuzin. Predstavljal je razkošno ameriško sanjsko življenje, ki si ga vsak lahko le želi in kot razlog zanj navajal lastno trdo delo in poslovni talent. Serija je hitro postala svetovni hit, Trump pa prepoznan kot glavni »showmaker«, a neizprosen vodja, ki pri komuniciranju ne izbira svojih besed. Njegova značilna televizijska fraza »*You're fired*« (slo. Odpuščen si) je tudi tokom kampanje delovala v njegov prid, saj je obljubljal »odpustitev« celotnega skorumpiranega Washingtona, kar se je odlično skladalo. Poleg tega je imel manjše vloge v številnih filmih, bil pa je tudi reden gost v televizijskih in radijskih pogovornih oddajah, kjer je brez sramu »po moško« razpravljal tudi o svojem spolnem življenju ali odkrito sovražno govoril o posameznikih. V lasti ima tudi licenci za Miss Universe in Miss ZDA, kjer se tudi ni mogel izogniti škandalom. Nekdanjo Miss Universe iz Venezuele je med drugim v javnosti seksistično in rasistično imenoval *Miss Piggy* (slo. Miss pujska oz. Gospodična Pujska, lik iz Muppetkov) in *Miss Housekeeping* (slo. Miss gospodinjstva) ter jo izpostavljal kot primer ženske, ki rada veliko jé. Javnost ga je tako še pred oznanitvijo

predsedniške kandidature poznala kot samovšečneža, ki rad šokira s svojimi nepremišljjenimi izjavami, ki so pogosto označene za nemoralne ali seksistične.

A vsakršno pojavljanje v medijih (tudi negativno) ga je začuda le še bolj približalo volivcem. Komunikacijske izkušnje, ki si jih je nabral tekom sodelovanja pri oddaji, so mu v veliki meri prišle prav tudi pri čustvenem povezovanju z volivci tekom kampanje. Sam je večkrat omenil, da je rojeni zmagovalec, ki se z manj kot prvim mestom ne zadovolji, pri doseganju cilja pa se drži načela »cilj posvečuje sredstva« in v primeru predsedniške bitke je Trump v svojih javnih nastopih vsekakor uporabil vse znanje televizijskega komuniciranja s publiko, ki ga je imel. Publika ga ravno zaradi tega ni namreč videla samo kot brezizraznega in resnega politika, kot so jih bili vajeni do sedaj, temveč so v njem videli kandidata s temperamentom in brez dlake na jeziku, kar ga je pomembno ločilo od ostalih politikov, katerih je bila publika že sita (Rodger 2016; Notablebiographies 2016; Rappeport 2016; Thefamouspeople 2016; Pollack 2016).

4.3 Ozadje predsedniške kampanje Donalda Trumpa

Predsedniška kampanja Donalda Trumpa je bila vse prej kot predvidljiva in vsakdanja, njegov dosežek kandidature brez vsakršnih predhodnjih izkušenj v javni službi, kaj šele na političnem parketu, pa neizmerno presenečenje. Trumpovo kampanjo pod sloganom *Make America Great Again* (slo. Naredimo Ameriko zopet mogočno), ki se je začela 16. junija 2015, so poleg omenjenega promoviranja samofinanciranja precejsnjega dela kampanje, zaznamovali tudi njegov samozavestni nastop, zgražanje nad koruptivnostjo washingtonskega establišmenta, zavračanje retorike politične korektnosti in kontroverzne izjave ter osebni napadi, ki so velkokrat vzbudili mešane občutke sočasnega strinjanja in zgražanja med publiko.

Glede na razočaranost ljudi in življenjske razmere v državi v času pred volitvami je bil izbor slogana zelo primeren. Gospodarska situacija v osrednjem, predvsem podeželskem, delu ZDA je bila izredno slaba. »Pozabljeni« prebivalci nekoč cvetočih industrijskih mest na severovzhodu (predvsem v Pensilvaniji, Ohiu, Michiganu and Wisconsinu) so tako postali glavni odločevalci na teh volitvah. Ta ruralna (poprej vedno demokratična) območja so bila prizadeta z izseljevanjem prebivalstva, zapiranjem delovnih mest in brezposelnostjo, zato je bilo njihovo predvsem belo prebivalstvo srednjega razreda in modrih ovratnikov še toliko bolj dovzetno za Trumpa, ki jim je obljudil vračilo delovnih mest in boljše gospodarske pogoje (McClelland 2016).

Tudi dogodki po svetu so pomembno vplivali na kampanjo. Med bojem za predsedniško pozicijo na ameriških tleh je vojna proti Islamski državi Iraka in Sirije (ISIS) na Bližnjem vzhodu dosegla vrh, Evropo so pretresale poplave beguncev, ki so bežale z vojnih območij na staro celino, novice o raznolikih napadih islamskih skrajnežev v številnih evropskih in ameriških mestih so le še prilile olja na ogenj Trumpovih groženj zoper muslimane. Tudi državljanske vojne znotraj številnih držav na Bližnjem vzhodu, odpoklic ameriških vojaških sil iz Iraka, preteče nuklearno izzivanje Irana in ohladitev odnosov z Rusijo so pomembno zaznamovali predvolilno obdobje, saj je bila v času Obamove administracije državna sekretarka (zunanja ministrica) ZDA ravno Trumpova nasprotnica na teh volitvah – Hillary Clinton. Javnost ji za te spodrljaje ni bila ravno naklonjena, poleg tega je Clintonova leta 2015 ameriško javnost šokirala z afero o skrivanju službene elektronske pošte na zasebnem serverju tekom svojega mandata. Hillary je kasneje sicer omogočila vpogled v svojo zasebno pošto, a sum o predhodnem brisanju več tisočih emailov in pomanjkanju sporočil iz obiskov določenih vojnih območij ostaja še danes, kar je Trump izkoristil v svoj prid tekom kampanje.

Pri vseh svojih obljudbah pa se Trump ni posluževal ravno tipične predsedniške retorike. Ameriška javnost ga je redno obtoževalasovražnega govora, za katerega je najbolj značilno ravno verbalno nasilje, ki izraža sovraštvo, prezir in zasmehovanje. Svet je na primer šokiral že v govoru ob vstopu v predsedniško bitko s svojo senzacionalno oznanitvijo, da bo prisilil Mehiko v izgradnjo zidu na meji z ZDA in prepovedal vstop v državo vsem muslimanom. Takšne in številne podobne izjave so bile kaplja čez rob celo za nekatere zveste vplivne posameznike znotraj republikanske stranke, ki so Trumpu zaradi tega javno zanikali podporo med samo kampanjo, kar je kasneje skoraj ogrozilo potrditev njegove strankarske nominacije julija 2016.

Zaradi svojih vulgarnih in rasističnih izjav se je večkrat uspel zameriti številni širši javnosti in tudi ameriški mediji niso bili ravno naklonjeni njegovi nepredvidljivi retoriki. Zanimivo, tudi številni »desni« mediji, ki so običajno bolj naklonjeni republikancem, so se nad izjavami in obnašanjem tokratnega republikanskega kandidata velikokrat zgražali, ga obsojali ter dnevno poročali o njegovih spodrljajih in lažeh. Ta velika večina je šovinističnega milijarderja v svojih poročanjih odkrito kritizirala zaradi njegove redne uporabe rasističnega, seksističnega, ksenofobnega, islamofobnega in nasploh sovražnega govora. Znotraj teh medijev najdemo na primer tudi številne »tradicionalno republikanske« medije, kot sta The San Diego Union Tribune in Arizona Public, ki sta z izrazom tokratne podpore demokratski kandidatki celo prekinila več kot 100-letno zvestobo republikanskim kandidatom (Sillito 2016). Ravno ta

»nepredsedniška«, skorajda že klovnovska kampanja, pa je vzbudila pozornost tudi vseh svetovnih medijev in ljudi po svetu, tudi tistih, ki običajno predvolilnega ameriškega dogajanja sploh ne spremljajo. S poročanjem o Trumpovih ekscentričnih dejanjih ter širjenjem njegovih objav s socialnih omrežij so tako mediji sami nehote še pripomogli k širjenju njegovih lažnih in nepreverjenih populističnih sporočil ter jih tako naredili bolj kredibilne.

8. novembra 2016 se je z zmago Trumpa na predsedniških volitvah ameriška javnost dokončno razdelila na dva dela. Goreči podporniki so slavili zmago navadnih ljudi nad washingtonskim establišmentom in vrnitev ZDA k domoljubni politiki, na drugi strani pa so se njegovi nasprotniki zgražali nad nevarno zmago demagogije in populizma. 20. januarja 2017 je Donald J. Trump zaprisegel kot 45. predsednik ZDA na stopnicah Kapitola v Washingtonu. Njegovi inavguraciji naj bi prisostvovalo okrog 800 000 ljudi, kar je precej manj od Obamove z 1,8 milijona gledalcev leta 2009. Prisotni so bili 4 nekdanji predsedniki z ženami in tudi Trumpova demokratska nasprotnica na volitvah Hillary Clinton. Več kot 65 pomembnih članov ameriškega Senata iz vrst demokratov pa je svojo udeležbo na tako pomembnem dogodku zavrnilo. Na dan inavguracije so po Washingtonu potekali tudi številni manjši protesti zoper novega predsednika, dan kasneje pa je prestolnico ZDA v protestu preplavilo več sto tisoč žensk in moških, da javno izrazijo svoje nestrinjanje s Trumpovo predvolilno (in pričakovano tudi povolilno) retoriko. Svet je istočasno bil priča večmilijonskim protestom v prestolnicah sveta, ki so izražali podporo protestnikom v Washingtonu v boju proti rasistični, populistični in ženskam neprijazni politiki.

4.4 Glavne tematike Trumpove predvolilne retorike

Trumpova kampanjska retorika ni bila nič kaj tradicionalno predsedniška; v njegovih govorih prevladujejo predvsem populistične tematike, pri sporočanju le-teh pa se ni branil uporabe sovražnega jezika in žalitev. Najpomembnejše teme, ki predstavljajo rdečo nit celotne Trumpove predsedniške kampanje so:

1. *America First; postavitev ZDA ter njenih interesov na prvo mesto ameriške politike* in vrnitev delovnih mest iz drugih držav nazaj na ameriška tla.

2. *Privilegiranje belih moških, pripadnikov srednjega delavskega razreda;* ostra politika proti multikulturalnim identitetam, drugim rasam in manjšinam – predvsem ilegalnim in tistim iz islamskih držav.

3. **Konec je vladavine politične elite Washingtona;** z anti-establišment retoriko se je postavil na stran ameriške družbe, kateri se je zavezal, da bo izven politično korektne retorike deloval zgolj v njeno korist (Clintonovo pa je predstavil kot predstavnico in podpornico politike establišmenta).
4. **V svoji retoriki je projeciral imidž uspešnega poslovneža,** ki je edini sposoben prekiniti dosedanje »škodljive« mednarodne sporazume in skleniti nove, ki bodo Ameriki vrnili delovna mesta.
5. **Predstavljal se je kot kandidat zakona in reda doma in v svetu.** Zavzemal se je za svobodno posedovanje orožja, napoved vojne globalnemu terorizmu ter izbris ISIS-a z obličja zemlje.
6. **Vsi mediji in novinarji so proti njemu;** zaradi interesa občinstva so mediji o njemu veliko poročali predvsem negativno, kar pa mu je zgolj koristilo. Trump je zato volilce direktno nagovarjal prek socialnih omrežij, predvsem prek Twitterja.

4.5 Analiza predvolilne politične retorike Trumpa

Kljub obtožbam, da je zagovornik izolacijske politike, Trump zase trdi, da je zagovornik *America First* politike, ki bo postavila ameriško ljudstvo na prvo mesto. Tekom predvolilnih nastopov je tako često kritiziral dotedanjo politiko elit, ki je zagovarjala politiko globalizma in zapostavljala potrebe ameriških državljanov: »*Our politicians have aggressively pursued a policy of globalization - moving our jobs, our wealth and our factories to Mexico and overseas.*« (Trump 2016)¹ Številni brezposehlji delavci, ki so delo morda izgubili zaradi tehnološkega napredka, cenejše delovne sile ali pa morda celo selitve proizvodnih obratov v druge države, so se seveda našli v tem zapisu. Podpirali so Trumpove populistične proti-imigracijske izjave (»*Donald J. Trump is calling for a total and complete shutdown of Muslims entering the United States until our country's representatives can figure out what the hell is going on.*«) (Trump 2015)², anti-mehiške in anti-kitajske (»*When Mexico sends its people, they're not sending their best. They're not sending you. They're sending people that have lots of problems, and they're bringing those problems with us. They're bringing drugs. They're*

bringing crime. They're rapists. And some, I assume, are good people.« (Trump 2015a)³ in »*I like China very much, I like Chinese people. I respect the Chinese leaders, but you know China's been taking advantage of us for many, many years and we can't allow it to go on.*«) (Trump 2016a)⁴, in tudi tiste precej nerealistične načrte za prihodnost države (»*All of our businesses should be penalized if they move their plants overseas*«) (Trump 2016b)⁵

V številnih govorih je verbalno povsem raztrgal prostotrgovinske sporazume sprejete pod predsednikovanjem Billa Clintonja (moža Trumpove demokratske proti-kandidatke Hillary Clinton) ter jih označil za Ameriki popolnoma škodljive: »*NAFTA was the worst trade deal in history, and China's entrance into the World Trade Organization has enabled the greatest jobs theft in history*« (Trump 2016)⁶ Druge države je obtožil izkoriščanja obrambne moči ZDA in zahteval njihovo spoštovanje in zahvalo. »*No matter who it is, we defend everybody. When in doubt, come to the United States. We'll defend you. In some cases free of charge.*« (Trump 2016a)⁷ Kot država članica z enim najštevilčnejših obrambnih sistemov v NATO bo Amerika pod njegovim vodstvom zahtevala večje finančno sodelovanje ostalih držav članic, v nasprotnem primeru pa je zagrožil, da bo ZDA lahko tudi ignorirala 50. člen sporazuma in si vzela pravico do nevmešavanja: »*I'm a big fan of NATO, but they need to pay up.*« (Trump 2016c)⁸ in »*We get nothing out of the United Nations. They don't respect us, they don't do what we want, and yet we fund them disproportionately again.*« (Trump 2016d)⁹ S takšnimi in podobnimi izjavami je tudi večkrat dokazal, da ni seznanjen z dejanskim namenom in delovanjem omenjenih organizacij (NATO 2017; UN 2017).

Že v prvem govoru ob uradni oznanitvi svojega vstopa v predsedniško bitko leta 2015 je oznanil svoj najbolj odmeven in absurden predlog o izgraditvi zidu na južni državni meji, za katerega bo račun izstavil Mehiki: »*I would build a great wall, and nobody builds walls better than me, believe me, and I'll build them very inexpensively, I will build a great, great wall on our*

southern border. And I will have Mexico pay for that wall. Mark my words.« (Trump 2015b)¹⁰

Tu vidimo očitno samozavestno obljubo demagoga, ki za kompleksen problem predvidi zanj izredno enostavno in logično rešitev, kljub temu da je izpolnitev te obljube realno nemogoča. Zaradi svojega slovesa nepremičninskega mogotca se je predstavljal kot edini možni in dovolj sposoben kandidat, da to tudi izpelje. Na izjavu mehiškega predsednika, da Mehika tega nikakor ne bo storila, je samozavestno odgovoril: »*The wall just got ten feet higher.*« (Trump 2016e)¹¹

Pri ljudstvu je z uporabo utopičnih populističnih predlogov želel vzbuditi občutek upanja, da bodo na takšen način ponovno pridobili nazaj občutek varnosti ter službe, ki so jih izgubili na račun priseljencev in selitve proizvodnje v tuje države. V istem govoru tako ni skoparil z odkrito rasističnimi izjavami proti Mehici, kot na primer »*You have people come in, and I'm not just saying Mexicans, I'm talking about people that are from all over, that are killers and rapists and they're coming to this country.*« (Trump 2015)¹² Na opozorilo medijev, da za to trditev nima nikakršnih trdnih dokazov pa je zgolj dvoumno odgovoril: »*Somebody's doing the raping, Don. The thing is women being raped, well, then who's doing the raping?*« (Trump 2015c)¹³ Na shodu novembra 2015 je z islamofobično izjavo obsodil na tisoče muslimanov, češ da so se veselili ob terorističnem napadu na Svetovni trgovinski center: »*There were people that were cheering on the other side of New Jersey, where you have large Arab populations.*« (Trump 2015d)¹⁴ Po strelskem napadu v San Bernardinu pa je obljubil, da bo v primeru izvolitve zahteval popolno prepoved vstopa v državo za vse muslimane. Takšna populistična izjava le nekaj dni po napadu je v prestrašenih poslušalcih seveda izzvala čustven odziv; njihovo sovraštvo do »njih« – muslimanov – se je tako povečalo, cilj demagoga pa uresničil. Na veselje rasističnih podpornikov se je v svoji kampanji zaobljubil, da bo znotraj nacionalne ga imigracijskega in carinskega urada ustanovil posebno oboroženo skupino za deportacije, ki bo odstranila najbolj nevarne ilegalne tujce iz države in povečal pristojnosti izvršilnih organov, da bodo učinkoviteje izvrševali zakone (DelReal 2016).

Trump je v primerjavi s prejšnjimi predsedniškimi kampanjami stopil velik korak dlje in svojo predsedniško kampanjo spremenil v najbolj anti-establišment kampanjo do sedaj. Ljudi je

nagovarjal na način, kot da razume njihovo jezo proti ljudem na vrhu, tistim, ki imajo vse niti v rokah, in z njimi tudi delil ta prezir: »*There is nothing the political establishment will not do — no lie that they won't tell, to hold their prestige and power at your expense.*« (Trump 2016f)¹⁵ Da bi še bolj poudaril svoj zgroženost nad sedanjo oblastjo, je ljudem objubljal »*it is time to drain the swamp in Washington, D.C.*« (Trump 2016g)¹⁶, od koder je tudi prišel slogan, ki ga je ljudstvo vzklikal ob vsakem njegovem naslednjem govoru – *Drain the swamp!* (slo. Posušimo močvirje). Ljudje siti washingtonskega »močvirja« so za svojo nesrečo in brezposelnost krivili pokvarjene politike, zato so Donaldovi poslušalci bili odprtji za njegovo hujskanje proti politični eliti. Obljubil jim je tisto, česar so si najbolj želeli slišati – da bo vrnil moč nazaj v roke ljudstva: »*It's time to stop making the special interests rich. It's time to make the American people rich.*« (Trump 2016h)¹⁷ Svojo največjo nasprotnico na teh volitvah, Hillary Clinton, je odkrito obtožil za pripadnico washingtonskega klana in njihovo zvesto zaveznico. Medijsko razkritje skrivnih govorov Clintonove, ki jih je podala za banke z Wall Streeta je načrtno uporabil kot jasen dokaz o povezanosti in sodelovanju Clintonove s skorumpiranim Wall Streetom in Washingtonom: »*They totally own her, and that will never change.*« (Trump 2016i)¹⁸ Na račun žaljenja Clintonove si je hkrati utrjeval tudi svoj ugled s poudarjanjem svoje poštenosti (etos): »*There's a reason the hedge fund managers are donating to Hillary Clinton's campaign – and not mine. Everybody getting rich off the rigged system, and who wants nothing to change, are throwing their money at Hillary Clinton. My campaign is powered by my own money, and by small dollar donations from everyday patriotic citizens.*« (Trump 2016j)¹⁹ Zanimivo je to, da tudi njegova kampanja ni bila popolnoma samofinancirana; prednominacijska kampanja je sicer bila v veliki večini res samofinancirana, a je od junija naprej ta delež znašal zgolj okrog 7% (Blumenthal 2016).

Po tem ko je FBI preiskava oprala Clintonovo vsakršne krivde pri aferi z brisanjem uradnih emailov, je zvezda televizijskih šovov obtožil celoten sistem, da je ponarejen in pristranski. Takšnih resnih obtožb, za katere ni imel nobenega trdnega dokaza, se je polaščal večkrat, med drugim tudi pred razglasitvijo svoje nominacije za republikanskega kandidata, ko je vztrajno trdil, da so bile volitve ponarejene. Ko pa je na njih postal zmagovalec on, je na to komentiral

tako: »*You've been hearing me say it's a rigged system. But now I don't say it anymore because I won. Okay? It's true. You know, now I don't care.*« (Trump 2016k)²⁰ Tako enostavno je ovrgel vsakršno težo svojih izjav. Tudi izmišljanje žaljivih nadimkov, ki gredo hitro v uho, je postal njegova precej uspešna demagoška taktika kampanje. Tako so za predsedniški stolček z njim tekmovali *Lyin' Ted, Little Marco, Jeb »Low Energy« Bush* (Trump 2016l)²¹, kot zadnja pa še *Crooked Hillary, Heartless Hillary, Unstable Hillary in Lyin' Hillary* (Trump 2016m)²².

Pod vplivom Trumpovih obtoževanj Clintonove so ob omembi njenega imena vzklikli »*Lock her up*« (slo. Zapri jo) s strani njegove publike postali stalnica. Le mesec pred volitvami je na uradnem predsedniškem televizijskem soočenju želel ustreči pričakovanjem publike in Hillary v obraz sovražno rekel:

I didn't think I was going to say this, but I'm going to say it, and I hate to say it, but if I win, I am going to instruct my attorney general to get a special prosecutor to look into your situation, because there has never been so many lies, so much deception. People have been destroyed, their lives have been destroyed for doing one-fifth of what you have done. It's a disgrace, and honestly, you should be ashamed of yourself (Trump 2016n)²³.

Z uporabo paralipse (s katero se govorec opere krivde s tem, da zanika povedano) je Trump prevaranemu ljudstvu, ki si želi čiste politike, obljudil nekaj kar je bilo prej nemogoče. Obljudil je, da bodo prej nedotakljive osebe na najvišjih položajih z njegovo izvolitvijo končno odgovarjale za svoja dejanja. A že slab mesec po izvolitvi so njegovi volivci doživeli hladen tuš, ko jih je ob skandiranju »*Lock her up!*« brezbržno z nasmehom zavrnili: »*That plays great before the election — now we don't care, right?*« (Trump 2016o)²⁴ Tu vidimo očiten primer demagoga, ki je legal zgolj z namenom doseganja lastnega cilja. Šokantno je to, da Trump tega niti ni skušal zanikati in se je skoraj nekoliko ponorčeval iz volivcev z namigovanjem, da je bilo zanj vse le igra. Po zmagi je za Clintonovo celo rekel, da je »*zelo močna in zelo pametna ženska*« (Logan 2016).

V času grožnje islamskega ekstremizma in vojne na Blížnjem vzhodu med volilno kampanjo je napovedal neizprosno uničenje Islamske države, pri čemer ni pazil na primernost besed: »*I know more ISIS than the generals do, believe me. I would bomb the shit out of them. I would just bomb those suckers.*« (Trump 2015e)²⁵ Od začetka kampanje je javnosti zagotavljal, da ima »zelo učinkovit in zelo hiter« načrt za zmago nad ISIS, za katerega sicer večjih podrobnosti ni želel deliti, za izgovor pa je navedel precej absurden argument: »*The problem with politics is if I tell you right now, everyone else is going to say, 'Wow, what a great idea.' You're going to have 10 candidates go and use it, and they're going to forget where it came from, which is me. But no, I have an absolute way of defeating ISIS.*« (Trump 2016p)²⁶ Novembra 2015 je na pritiske medijev, ki so ga obsojali laganja, odgovoril, da z razkritjem svojih načrtov ne želi opozoriti ISIS, ki bi potem zaradi tega bila pripravljena na vse prihodnje napade ZDA (Bobic 2016). Tudi aprila 2016 je ob predstavitvi svojega predsedniškega načrta zunanje politike vztrajal pri demagoški retoriki. Vztrajal je pri trditvi, da mora Amerika uporabiti taktiko presenečenja in zato natančnih detajlov zmage nad ISIS ne sme izdati: »*I have a simple message for ISIS: Their days are numbered. I won't tell them where and I won't tell them how. We must as a nation be more unpredictable. We are totally predictable. We tell everything.*« (Trump 2016p)²⁷ Publiki se je predstavljal kot edini primerni kandidat za uničenje ISIS-a. Z načrtom jih je uspel prepričati, saj niso imeli ničesar otipljivega, čemur bi lahko nasprotovali. Goreča želja volivcev (čustva) po izbrisu tega problema (ne glede na način) je zmagala nad razumskim skepticizmom.

Prav vsi njegovi govori ali izjave pa vsebujejo številne egoistične in samohvalne izjave, samovšečnega zvezdnika resničnostnih šovov. Na takšen način je miljarder naprimer objubil rast delovnih mest: »*We're going to have job growth like you've never seen. I'm very good for jobs. In fact, I will be the greatest president for jobs that God ever created. That I can tell you.*« (Trump 2016r)²⁸ Druga absurdna hvalisanja, katere je prilagajal prisotni publiki vključujejo tudi: »*I'm the most successful person ever to run for the presidency, by far. Nobody's ever been more successful than me.*« (Trump 2015f)²⁹, »*I have the best temperament or certainly one of the best temperaments of anybody that's ever run for the office of president. Ever.*« (Trump

2016s)³⁰, »I understand the tax laws better than almost anyone, which is why I'm the one who can truly fix them.« (Trump 2016t)³¹ V svoji zaverovanosti gre celo tako daleč, da trdno stoji za svojimi izjavami, najsi bodo še tako žaljive ali grozne: »I think apologizing's a great thing, but you have to be wrong. I will absolutely apologize, sometime in the hopefully distant future, if I'm ever wrong.« (Trump 2015g)³²

V skladu s Trumpovo demagoško retoriko, s katero poveličuje svojo kompetentnost brez dodatnih dokazov, je tudi izjava, ki jo je podal v intervjuju za Fox news junija 2015 tik po svoji razglasitvi kandidature. Na vprašanje, kako se misli spopasti z nevarnostjo islamske teroristične skupine ISIS na Blížnjem vzhodu, je z besediščem 10-letnega otroka odgovoril: »I would hit them so hard. I would find you a proper general, I would find the Patton or MacArthur I would hit them so hard your head would spin.« (Trump 2015h)³³ Ponovno ni podal nobene realistične rešitve, nadaljeval pa s tipičnim podcenjevanjem nasprotnika: »There's nobody bigger or better at the military than I am.« (Trump 2015h)³⁴

Volivcem je obljudbljal predsedniško retoriko brez upoštevanja politične korektnosti ter da bo v dobro ljudstva sporočal samo resnico in dejstva, brez političnega zavajanja in olešav. V svojih govorih je velikokrat zaradi tega šel preko meja dobrega okusa, med drugim tudi s številnimi izredno seksističnimi opazkami: »Look at that face. Would anybody vote for that? Can you imagine that, the face of our next president?! I mean, she's a woman, and I'm not s'posed to say bad things, but really, folks, come on. Are we serious?« (Trump 2015i)³⁵ in »When I came out, I was competing against 17 very capable people... and a woman.« (Trump 2016u)³⁶ Ko ga je voditeljica Fox News-a v predsedniški debati leta 2015 obtožila, da je ženske žalil z besedami, kot so prašič, pes in lenuh, tega niti ni zanikal, ampak zgolj kljubovalno odvrnil: »Only Rosie O'Donnell.« (Trump 2016v)³⁷ V debati leta 2016 je nato k temu podal dodaten komentar: »I said very tough things to her and I think everybody would agree she deserves it

*and nobody feels sorry for her.« (Trump 2016v)³⁸ Voditeljico Megyn Kelly je zaradi njene napadalne retorike proti njemu obtožil: »*You could see there was blood coming out of her eyes, blood coming out of her—wherever.« (Trump 2015i)³⁹ in se ji kasneje »opravičil« z: »*Over your life, Megyn, you've been called a lot worse, wouldn't you say?« (Trump 2016z)⁴⁰ Takšne predsedniku neprimerne besede je opravičil z razlago, da se sam ne bo šel politične korektnosti, saj ta samo zavaja javnost in ji laže, sam pa tega ne podpira; »*I'm so tired of this politically correct crap.« (Trump 2015j)⁴¹****

4.6 Analiza govora ob sprejetju nominacije republikanske stranke (julij 2016)

4.6.1 Žanrska opredelitev govora

Že samo upoštevajoč poseben namen, zaradi katerega so se najpomembnejši člani republikanske stranke omenjenega večera zbrali tam, in pa dejstvo, da je bil to prvi Trumpov vnaprej pripravljen in napisan govor, lahko trdimo, da je Trump uporabil slavilni žanr s primesjo svetovalnega oz. političnega. V govoru namreč najdemo številne znake tipičnega slavilnega govora, npr. uporaba graj in hval, vzbujanje čustvene naklonjenosti publike in pa živahen ton ter premišljeno uporabljene pavze med samim govorom. Obravnavani govor je precej bolj stilsko dodelan in okrašen kot njegovi prejšnji, kar lahko pripišemo ravno temu, da je bil govor že vnaprej napisan in potem na slovesnosti tudi kot tak podan (sicer delno iz spomina, delno z branjem). Trumpova slavilna retorika se vidi tudi v tem, da v govoru sam sebe predstavlja kot kandidata ljudstva, ki vidi probleme, s katerimi se soočajo državljanji ZDA in z njimi sočustvuje.

Na drugi strani je govor poln hvalisanja na svoj račun ter optimističnih napovedi načrtov za prihodnost države v primeru izvolitve, kar je vsekakor značilnost političnega žanra. Glede na dogodke pred konferenco, ko mu celo nekateri veljaki znotraj lastne stranke niso žeeli izreči podpore (Goff 2016), je govorec sprevidel, da je potrebno z diskurzom ponovno vzbuditi občutek pripadnosti in lojalnosti znotraj stranke ter opozoriti na cilj, ki je skupen vsem – ekonomsko in družbeno stabilna država, v kateri je mogoče kvalitetno in varno življenje za vse

njene državljanе. Pri tem se je poslužil tipične politične retorike v spremljavi z uporabo močnega glasu in klasičnih političnih kretenj.

4.6.2 Vsebinska analiza govora

Donald Trump je svoj govor podal 21. julija 2016 na zadnji dan tridnevne Nacionalne republikanske konvencije v Clevelandu. Ob prvem uradnem nagovoru predsedniškega kandidata republikancev za volitve 2016 je občinstvo v dvorani štelo skoraj 20 000 posameznikov, od tega rekordno kar 15 000 novinarjev (Kilpatrick 2016; Republican convention 2016). V nasprotju z njegovimi dosedanjimi govorji je bil ta bolj umirjen, vnaprej napisan in sprotno bran s teleprompterja, razlog za to pa lahko pripisemo samemu formalnemu pomenu konference. Ker torej govor ni bil izmišljen na licu mesta, je govorec imel možnost, da je bilo samo besedilo tehnično nekoliko bolj dovršeno, stilistično okrašeno, predvsem pa na nekoliko višjem nivoju kot prej. To nam dokažejo tudi številne stilistične figure (ponavljanja, stopnjevanja, metafore, personifikacije, itd.), ki jih najdemo znotraj govora.

Trump se na govorniškem odru nastopaško (v slogu resničnostnih šovov) pojavi ob spremljavi herojske glasbe iz filma Harrisona Forda *Air Force One*, nad njim pa se v ozadju na več metrskem elektronskem zaslonu bohoti svetlikajoče se zlat napis TRUMP. Po njegovi oznanitvi, da ponizno sprejema nominacijo, množica izbruhne v huronski aplavz in prične vzklikati »ZDA, ZDA, ZDA«, kar lahko povežemo z dobro zastavljen retorično situacijo, v kateri se prepletajo močna čustva publike in brezkompromisno prepričanje v vlogo govorca kot bodočega vodjo države. Tu je že takoj vidna čustvena patriotska preddispozicija publike, za katero sta zaslužna prav etos in patos v govorih Trumpa, že pred tem govorom. Svoj govor prične s slovesno oznanitvijo sprejetja nominacije stranke, nato pa že v naslednjem stavku stopi izven okvirjev pripravljenega teksta, ko se bahavo pohvali s številom zbranih glasov na primarnih volitvah in visokim porazom demokratov. Nato se ponovno vrne na predviden tekst in nadaljuje z direktnim naštevanjem vsega, kar je po njegovem v državi narobe od Obamovega predsedovanja in kaj bi po njegovem bilo potrebno storiti, da se spremembe znotraj družbe in države zgodijo. Omeni težave s kriminalom, revščino, napadi na ameriško policijo, razpadanje infrastrukture in ilegalne mejne prehode imigrantov, pri tem pa uporablja številke, odstotke in ostale preverljive podatke, kar kaže na namerno uporabo logosa.

Edino odrešitev za sedanje nedopustno stanje v državi vidi v postavitvi Amerike na prvo interesno mesto ameriškega predsednika (*America First*), kar pa po njegovem mnenju do sedaj temu ni bilo tako. »*The irresponsible rhetoric of our President, who has used the pulpit of the*

*presidency to divide us by race and color, has made America a more dangerous environment for everyone than frankly I have ever seen and anybody in this room has ever watched or seen.*⁴²« Zadnji del stavka tudi dokazuje, kako Trump svoja opažanja namerno predstavi kot nekaj samoumevnega vsakomur.

Z grajanjem dotedanje ameriške politike posredno napada tudi Clintonovo, ki je bila zunanjia ministrica ZDA od leta 2009 do 2013. Trump opomni zbrane na prizore klečečih ameriških mornarjev pred iranskimi vojaki kot dokaz o ameriški ponižanosti v svetu z namenom, da pri publiki vzbudi osebno sočutje do vojakov, hkrati pa tudi jezo in ponižanje kot naroda (patos). Ljudstvu zagotovi, da se to poniževanje pod njegovim predsedovanjem ne bo več dogajalo: »*We will stop it. It won't be happening very much anymore. Believe me.*⁴³« kot bi želel poudariti, kako enostavno rešljivi bodo pod njegovim predsedstvom vsi problemi Američanov, kar je povsem očitna karakteristika demagoga. Ko opomni na nekatere bolj odmevne pretekle teroristične napade v Ameriki ter v Evropi, napelje na ostro napoved vojne proti islamskemu terorizmu: »*We are going to defeat the barbarians of ISIS. And we're going to defeat them fast.*⁴⁴« Domoljublje zopet poudari z obljubo, da tista oseba, ki prinaša nasilje, sovraštvo in zatiranje, v ZDA ni dobrodošla in pod njegovim predsedstvom tudi nikoli ne bo (etos): »*I have a message to every last person threatening the peace on our streets and the safety of our police: When I take the oath of office next year, I will restore law and order to our country. Believe me. Believe me.*⁴⁵« Skladno z *America First* sloganom kampanje nagovori državljane srednjega razreda, predvsem pa številne prebivalce nekdanjih cvetočih industrijskih mest, ki se po večletnem zapiranju tovarn in seljenju proizvodnje v tujino, soočajo z brezposelnostjo in jezo nad državo: »*I am going to bring our jobs back to Ohio and Pennsylvania and New York and Michigan and all of America – and I am not going to let companies move to other countries, firing their employees along the way, without consequences.*⁴⁶« Ker se zaveda, da je srednji družbeni razred najbolj številčen in prizadet zaradi koruptivne politike Washingtona, jih v govoru tudi povsem posredno nagovori: »*My opponent, on the other hand, has supported virtually every trade agreement that has been destroying our middle class.*⁴⁷« Tako jim tudi obljubi: »*I pledge to never sign any trade agreement that hurts our workers, or that diminishes*

*our freedom and independence. I will never, ever sign bad trade deals. America first, again!*⁴⁸«, s čimer pri delavcih vzbudi čustva zaupanja vanj.

Z opozarjanjem na napake Clintonove in namigovanjem na njeno koruptivnost ter brezbržnost do malega človeka Trump zelo učinkovito napada njen etos in utruje svojega. Publiko želi prepričati v svojo poštenost in netoleriranje dosedanje politike elit ter demagoško zapoveduje, kako bo z njegovo izvolitvijo vse drugače: »...*The politicians have talked about this for years, but I'm going to do it*⁴⁹.« (Hillary samo govori, a ničesar ne naredi – on je mož dejanj), »*My opponent will never meet with them, or share in their pain, believe me*⁵⁰.« (Hillary nima posluha za probleme in bolečino navadnih ljudi). Publiki zagotovi, da bo z njegovo izvolitvijo konec vladavine mega korporacij, elitnih medijev in mogočnih donatorjev, v rokah katerih naj bi Hillary bila zgolj lutka za doseganje ciljev v škodo ljudstva: »*Big business, elite media and major donors are lining up behind the campaign of my opponent because they know she will keep our rigged system in place. They are throwing money at her because they have total control over everything she does. She is their puppet, and they pull the strings.*⁵¹« Trump zagotovi, da bo poskrbel, da bo pokvarjena elita, katere del je tudi Clintonova, odgovarjala za svoja dejanja: »*Nobody knows the system better than me, which is why I alone can fix it.*⁵²« Skladno z njegovo samozavestno in egocentrično osebnostjo se v govoru pogosto zasledi takšno uporabo ednine v prvi osebi, s čimer se povzdigne nad množico kot njihov odrešitelj. V protiutež nasprotnikom ne pozabi omeniti svojih poslovnih kompetenc, s čimer namiguje na to, da zna zaslužiti svoj denar in zato ne potrebuje bogatih donacij velikih korporacij, hkrati pa lahko z istim znanjem pomaga tudi ZDA (etos): »*I have made billions of dollars in business making deals – now I'm going to make our country rich again.*⁵³« Takšno poveljevanje svojih zmogljivosti je zopet tipično za demagoško retoriko.

Skladno z njegovimi prednominacijskimi govorji tudi v tem govoru z diskriminаторno retoriko oznani enostavno rešitev, ki bo Ameriko zaščitila pred nevarnostjo ilegalnih priseljencev, trgovino z ljudmi in kriminalom – izgradnjo mogočnega zidu na meji z Mehiko: »*We are going to build a great border wall to stop illegal immigration, to stop the gangs and the violence, and to stop the drugs from pouring into our communities.*⁵⁴« Uporaba retorične hiperbole ali

pretiravanja je tukaj očitna. S tem ko Trump tako sovražno pokaže jezo nad nereguliranim priseljevanjem, se čustveno dotakne tudi publike, ki je vesela predsedniškega kandidata, ki končno čuti njihovo jezo in jih ne zgolj »razume« kot vsi ostali. V govoru se tako večkrat posluži sovražne retorike z uporabo številnih rasističnih, islamofobičnih in diskriminatornih izjav. Znotraj teh pozivov v mislih publike namenoma oblikuje tudi skupnost »nas« kot domoljubnega ameriškega ljudstva na eni strani in posplošeno skupnost »njih« – nevarnih ilegalnih priseljencev – na drugi: »*Lastly, and very importantly we must immediately suspend immigration from any nation that has been compromised by terrorism until such time as proven vetting mechanisms have been put in place. We don't want them in our country.*⁵⁵« Takšna sovražna oblika komuniciranja je pogosto uporabljena, ko želi govorec upravičiti svoje ideje, ki bi drugače bile obravnavane kot nesprejemljive ali celo ilegalne. Z uporabo diskriminatornega govora pa Trump poveličuje status zunanje skupine in niža zadovoljstvo notranje skupine (Američanov) z namenom, da bi pri njih vzbudil občutke jeze (patos): »*We are going to enforce all trade violations, against any country that cheats. This includes stopping China's outrageous theft of intellectual property, along with their illegal product dumping, and their devastating currency manipulation.*⁵⁶«

V skladu s poprejšnjo netradicionalno politično retoriko tudi tokrat ne pozabi omeniti, da se v ZDA dotedanja retorika politične korektnosti nasprotnikov ni obrestovala, zato se zaveže, da bo sam svojemu ljudstvu sporočal zgolj resnico in dejstva, brez političnega zavajanja: »*We cannot afford to be so politically correct anymore. 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.*⁵⁷« Okliče se za glas ljudstva, ki bo pokvarjen sistem razkril in ga tudi zlomil, ko z iztegnjenim prstom pokaže v kamero in s samozavestnim, mogočnim glasom reče »*I am your voice!*⁵⁸«, s čimer požanje huronski aplavz. S tem ponovno zariše jasno črto med sabo in političnimi nasprotniki, ki zaradi lastnih interesov in interesov mogočnih donatorjev, ki stojijo za njimi, ne morejo ali nočejo delovati v dobro ljudstva.

Pred zaključkom ponovno zasledimo tipično hvalisanje demagoga, ko samozavestno zapove, da so sanje vseh Američanov, ki bi radi živel v politično in družbeno čisti, varni ter gospodarsko mogočni skupni državi, mogoče in dosegljive, do tja pa jih lahko pripelje zgolj on

sam – Donald J. Trump: »*I am your voice*«, *I am with you – the American people!*⁵⁹« Na koncu se še poimensko zahvali celotni svoji družini (ženi, otrokom in staršema), kar kaže na izpostavljanje družine kot pomembne osebne vrednote govorca. Trump znotraj svojega govora pogosto dokazuje svojo podporo tudi ostalim vrednotam, ki so blizu ameriškemu ljudstvu, kot so naprimer religija, poštenost, dobrosrčnost in domoljublje. Za vrhunec, v zadnjem udarnem sporočilu publike, upošteva Aristotelov nasvet in se nameni povzdigniti čustven zanos publike (patos) z vzklifikom: »*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.*

⁶⁰«

Kljub vnaprej pripravljenem govoru Trump ni mogel iz svoje kože in je med samim govorom tudi tokrat spontano spreminal ter dodajal stavke, tako da se končni govor ni popolnoma sovpadal s tistim uradno objavljenim. V skladu s svojo poprejšnjo retoriko so omenjene spremembe bile namenjene predvsem povečanju učinka dramatičnosti in kot odziv na vzklike množice. S poimenskim naštevanjem mladih žrtev in opisovanjem krivic, ki se dogajajo ljudem po državi je dosegel, da se ljudje poistosvetijo z žrtvami. Kljub temu da posameznik z dotočnim dejanjem ni bil direktno afektiran, so njemu podobni akterji bili, kar pri poslušalcu povzroči, da razvije željo po spremembi. Saj, kot je zapisala Whillock (1994, 228), logičen dokaz doseže, da je naš problem videti superioreni, toda igranje na čustva (patos) bo doseglo še več – povzročilo bo, da si bo občinstvo zaželelo izboljšanje problema. Želja bo tako prerasla v vero, vera pa v dejanja, ki bodo ta problem rešila (v našem primeru Trumpova izvolitev).

Trump tudi v tem govoru uporablja osnovno in za bodočega predsednika nekonvencionalno besedišče s kratkimi stavki in z nekompleksnimi retoričnimi figurami. Tako v tem govoru večkrat zasledimo stopnjevanje, anafore in tudi ponavljanje besed, katerega namen je poudarjanje pomena povedanega in vzbujanje večjega čustvenega odziva poslušalca (patos): »*I have been honored to receive the endorsement of America's Border Patrol Agents, and will work directly with them to protect the integrity of our lawful, lawful, lawful immigration system. Lawful.*

⁶¹« Z uporabo retoričnih vprašanj: »*And by the way, Melania and Ivanka - did they do a job?*⁶²«, »*How great are our police? And how great is Cleveland?*⁶³« pa premika mejo, kjer se oder konča z namenom tesnejše povezave s publiko in njene čustvene vključitve

v sam govor. Med slovnično pravilnimi in političnem govoru primernimi besedami branih s teleprompterja pa se v teh improviziranih stavkih pogosto pojavijo tudi manj premišljene in bolj »domače« besede kot: »*We're gonna fix that.*⁶⁴«, ki Trumpa še bolj oddaljijo od klasičnih politikov in ga približajo publiki.

4.7 Analiza govora ob inavguraciji za 45. predsednika ZDA (januar 2017)

4.7.1 Žanrska opredelitev govora

Trumpov inavguracijski govor je bil podan januarja 2017 v Washingtonu. Kot je za predsedniški inavguracijski govor značilno, tudi ta vsebuje vse značilnosti slavilnega govorništva. Jedro govora je v sedanjiku, poziva k evalvaciji preteklosti in obljudblja boljšo prihodnost (prihodnost, kjer bo Amerika in njeni državljanji na prvem mestu), poveličuje skupne vrednote naroda in nove administracije, Trumpova drža pa je tokrat bolj resna – svečanemu dogodku primerna in vsekakor daleč od televizijsko-nastopaške drže v poprejšnjih govorih. Kljub bežni omembi načrtov za prihodnost pa ne moremo trditi, da spada govor v deliberativni žanr, saj se v večje podrobnosti o prihodnosti tudi tu ni spuščal.

4.7.2 Vsebinska analiza govora

Pri tem govoru je jasno vidno, da je Trump svojo retoriko omilil glede na pravila inavguracijskega govora, zato je v njem precej manj demagoške retorike kot v prejšnjih govorih. Kljub temu pa ostane zvest svojim kampanjskim osrednjim tematikam in obsodi brezbržno vladanje washingtonskega establišmenta do navadnega človeka ter napove povračilo moči v roke ljudstva. Amerika je v razsulu, samo on pa lahko situacijo v imenu ljudstva spremeni na bolje s politiko, ki bo postavila Ameriko in njene interese na prvo mesto. Čas je namreč za hitra in učinkovita dejanja, zato je potrebno vrniti delovna mesta na domača tla in popolnoma uničiti ISIS. Sebe v govoru predstavi kot heroja in zagovornika interesov malega človeka, za katere se bo boril do konca.

Svoj govor Trump prične z zahvalo vsem prisotnim nekdanjim predsednikom ZDA in ameriškim volivcem, ki jih pozove k skupnemu boju za boljšo prihodnost države, pri čemer začutimo tudi implicirano kritiko pretekle politike države. Že hip zatem se po vzoru prejšnjih predsednikov tudi sam zahvali predsedniku v odhajanju Barraku Obami in njegovi ženi Michelle za vso pomoč pri predaji predsedstva.

V jedro govora se pomakne s populistično tematiko, ki je bila tekom njegove celotne kampanje neprestano v ospredju: z obsojanjem večanja razlik med washingtonskim establishmentom in ameriškim ljudstvom se posluži jasnega demagoškega argumenta delitve na »nas« in »vas«. Populistično zapove, da je državo potrebno vrniti v roke ameriškega ljudstva in slednje postaviti na prvo mesto: »*Because today we are not merely transferring power from one administration to another, or from one party to another -- but we are transferring power from Washington, D.C. and giving it back to you, the American People.*⁶⁵« in: »*January 20th 2017, will be remembered as the day the people became the rulers of this nation again.*⁶⁶« Takoj se sam sebe predstavi kot del ljudstva in ne politične elite (etos).

Kot pravita Campbell in Jamieson (2008, 13) mora predsednik preseči strankarske delitve in omejitve ter govoriti in delati v dobro nacije, saj namreč predstavlja glas naroda. Tu se Trump drži tega pravila in se v govoru dejansko predstavi kot predsednik, ki bo združil narod ne glede na morebitne razlike. Pozove pa tudi člane obeh strank k sodelovanju v dobro naroda. V nasprotju z govorom ob sprejetju kandidature se v tem govoru posluži zaimka »jaz« z golj v enem stavku, medtem ko v celotnem govoru uporablja množino, kar še bolj poudari njegov namen poenotenja države. V tem duhu se ne samo izogne neposredni omembi drastičnih tematik in ukrepov, ki so ujezili miljone njegovih nasprotnikov po državi (izgradnja zidu na meji z Mehiko, prepoved vstopa muslimanov v ZDA, itd.), temveč nasprotno misleče pragmatično povabi k »solidarni odkriti in pošteni izmenjavi mnenj«: »*We must speak our minds openly, debate our disagreements honestly, but always pursue solidarity.*⁶⁷«

Kot potrjujeta tudi Campbell in Jamieson (2008, 31), je inavguracijski govor nekakšen skupek vseh tem, ki jih je kandidat uporabljal v svojih govorih tekom kampanje. Inavguracijski govor naj bi predstavljal politično filozofijo govorca, kar pomeni, da naj bi v njem novi predsednik predstavil svojo politično vizijo za naprej. Trump jasno oznani, da bodo od sedaj naprej Amerika in njene potrebe na prvem mestu, kar ni presenetljivo za nikogar. Ponovi obljube, dane že tekom kampanje, o umaknitvi Amerike iz politike globalizma, vendar tokrat zavzame bolj miroljubno držo: »*We will seek friendship and goodwill with the nations of the world -- but we do so with the understanding that it is the right of all nations to put their own interests first.*⁶⁸« Tudi tokrat namreč ostane zvest svoji predvolilni retoriki izolacionizma, ki mu je prinesla

zmago in ima med državljanji očitno izredno podporo: »*America will start winning again, winning like never before.*⁶⁹« ... »*We will follow two simple rules: Buy American and hire American.*⁷⁰« Sodržavljanom oblubi domoljubno politiko, s katero bodo kot narod postali nepremagljivi, s čimer jim zagotovi rešitelja – sebe (etos): »*At the bedrock of our politics will be a total allegiance to the United States of America, and through our loyalty to our country, we will rediscover our loyalty to each other.*⁷¹« ... »*When America is united, America is totally unstoppable.*⁷²«

Z opisovanjem kriminala, revščine in korupcije na ameriških ulicah se Trump približa svojemu govoru ob sprejemu predsedniške nominacije svoje stranke in hkrati tudi kritizira prejšnjo vlado nasprotnikov. Z demagoško samozavestjo zagotovi, da je »razpadanja« ZDA z njegovo izvolitvijo konec: »*This American carnage stops right here and stops right now.*⁷³« Amerika je z njegovo izvolitvijo pridobila svojega junaka, ki jih bo rešil vseh težav: »*I will fight for you with every breath in my body and I will never ever let you down.*⁷⁴« Vzporednica z govorom ob sprejemu nominacije je jasna tudi ob stavku, v katerem ponovno kritizira washingtonsko elito, ki deluje zgolj v svojo korist in ne v korist ljudstva: »*We will no longer accept politicians who are all talk and no action -- constantly complaining but never doing anything about it.*⁷⁵« Tudi v inavguracijskem govoru torej ostane zvest svoji politično atipični retoriki direktnosti, čeprav se tu vseeno poslužuje nekoliko blažjega tona.

Z nagovorom »pozabljenih mož in žena« v »*The forgotten men and women of our country will be forgotten no longer. Everyone is listening to you now.*⁷⁶« nagovori navadne ljudi, saj se lahko vsak posameznik, ki ne uživa ugodnosti elit, najde v tem pridevniku. To pa v njih vzbudi čustvo upanja in zaupanja v novega predsednika. Netradicionalno za inavguracijski govor, v katerem se govorec zunanje-političnih odnosov običajno zgolj bežno dotakne s splošnimi miroljubnimi oblubami, Trump (sicer skladno z njegovo dosedanjo retoriko) precej agresivno napove popoln izbris ISIS-a z obličja zemlje: »*We will reinforce old alliances and form new ones and unite the civilized world against radical Islamic terrorism, which we will eradicate from the face of the*

*Earth.*⁷⁷«Z uporabo preteklih dejanj, problemov in dogodkov posredno izpostavi dejstvo, da se je ameriško ljudstvo vedno uspešno borilo in premagalo vse, kar jim je na pot postavila usoda ali bog (patos), s čimer popiha na dušo ameriškemu ljudstvu in jím zagotovi, da bo tudi pod njegovim predsedstvom tako (etos). Kot tradicionalno katoliška država, sploh pa v duhu pretekle negativno nastrojene Trumpove politike zoper islam, je vrednota vere za ameriško državo v tem govoru izredno pomembna, zato ne preseneča uporaba citata iz Biblje: »*The Bible tells us, "How good and pleasant it is when God's people live together in unity."*⁷⁸«Patriotizem, vera, poštenost in družina so glavne vrednote vseh njegovih prejšnjih govorov in tudi v tem govoru predstavljajo pomembne stebre besedila. S tem obljublja nadaljevanje spoštovanja tradicionalnih ameriških vrednot s strani nove administracije, posreduje pa jih na tak način, da ljudje občutijo pripadnost in enotnost (patos).

V skladu z njegovo poprejšnjo retoriko tudi v tem govoru konkretnih načrtov za prihodnost ne poda, obljubi pa povračilo služb, izgradnjo cest, mostov, letališč in popolno eradikacijo islamskega terorizma:

*We will bring back our jobs. We will bring back our borders. We will bring back our wealth. And we will bring back our dreams. We will build new roads, and highways, and bridges, and airports, and tunnels, and railways all across our wonderful nation. We will get our people off of welfare and back to work -- rebuilding our country with American hands and American labor.*⁷⁹

Za dokončno potrditev prejema moči novega predsednika mora inavguracijski govor vsebovati tudi retorično dokazilo, da je govorec sposoben voditi državo v skladu s pravno določenimi mejami izvršilne oblasti in svojega položaja ne želi izkoristiti (Campbell in Jamieson 2008, 42). V tem delu se Trump razlikuje od večine svojih predhodnikov, ki so vsaj posredno znotraj svojega inavguracijskega govora sporočili, da nihče ni nad zakonom, tudi predsednik ne. Takšne zagotovitve pri njem ne dobimo, še najbolj se temu približa s populističnim stavkom: »*The oath of office I take today is an oath of allegiance to all Americans.*⁸⁰«, pri katerem zapazimo prikrite zaskrbljujoče znake avtoritativizma. Nehote namreč opazovalec pomisli, da je

s tem sporočil svoje namene o morebitni ignoranci konstitucionalnih omejitev njegove moči, če bo sam presodil, da bo le-to v dobro ljudstva.

Trumpov inavguracijski govor je trajal 16 minut. Vseboval je 1400 besed, ki so bile precej težke in temačno obarvane. Kljub vnaprej napisanemu in pripravljenemu govoru opazimo, da je ostal zvest svojemu stilu uporabe skromnega besedišča, ležerne in pragmatične izgovorjave, njegova oblika stavkov pa je zelo enostavna, občasno celo slovnično napačna, kar sicer ni ravno v skladu z lastnostmi slavilnega govora. Tudi glede svoje telesne govorice je Trump ostal zvest samemu sebi, saj se tudi tokrat poslužuje svojih značilnih kretenj z roko (vzdignjenemu palcu, stikanje palca in kazalca v »o«, žuganje in »mahanje« z razširjenimi prsti obeh rok). Dogodku primerno je bil tokratni Trumpov govor vnaprej pripravljen in brez zanj značilnih občasnih komentarjev izven napisanega. Izogibal se je vpeljevanju lastnih komentarjev in anekdot ter svojim zelo priljubljenim osebnim hvalospevom in žalitvam, ostal pa je zvest bistvenim tematikam kampanje in uporabi enostavnega, ljudskega besedišča. Svojo brezsramno in sovražno predvolilno retoriko je precej omilil ter dokaj dosledno sledil prvotnemu pomenu svoje vloge – simbolične vloge predsednika vseh ljudi.

4.8 Analiza Twitter sporočil

Donald Trump je tekom svoje kampanje redno uporabljal družbena omrežja in nekateri kampanjski strokovnjaki bi si upali celo trditi, da je njegova celotna kampanja temeljila zgolj na njih. Poleg spletne strani je redno posodabljal tudi svoje profile na Facebook-u, YouTube-u, Instagram-u in Twitter-ju. Objave z zadnjega so se celo »v živo« pojavljale na uradni spletni strani kampanje, poleg tega je javno znano, da Trump sam skrbi za objave na Twitterju, zato bom več pozornosti posvetila temu socialnemu omrežju (Journalism 2016).

Izmed nasprotnih kandidatov se je na svojem Twitter profilu Trump največkrat obregnil ravno ob demokratsko kandidatko Clintonovo, za katero se ni branil uporabe grdih besed. Tako na Twitterju kot tudi na Facebooku se je za novice, ki so se nanašale nanjo, redno posluževal vzdevka, ki ji ga je nadel sam – »*Crooked Hillary*«. Tega poimenovanja se je držal tako na Twitterju kot tudi v javnih soočenjih, poleg nje pa je vzdevke kot so »*Little Marco*« in »*Lying' Ted*« na Twitterju nadel tudi ostalim protikandidatom. Takšno poimenovanje z okrasnimi pridevniki ali epitoni, ki so običajno kratki in negativni, je značilno za pristransko komuniciranje. Takšno poimenovanje predstavi publiku vidik, s katerega govorec vidi »zunanjega« akterja in dopusti, da publika tudi sama povzame enak negativen občutek do njega.

Ker gre pri takšnemu izražanju za namerno izraženo škodljive besede, ga lahko uvrščamo tudi v sovražni govor (Ruscher in Wallace 2008, 3867).

Razen nasprotnice ni Trump na Twitterju poimensko poudarjal nikogar drugega, je pa zato to storil na Facebooku, kjer je poimensko večkrat omenil svojo družino (predvsem hči Ivanka in sinova Donalda Jr. in Erica, ki so imeli opaznejšo vlogo v kampanji) in pa tudi svetovno znana imena estrade, ki so mu izrazila podporo (Billy Joel, Jack Nicklaus, itd.) (Journalism 2016). Tu opazimo za Trumpa zelo pogosto poudarjanje vrednot družbe (družina, prijatelji) in pa uporabo slavnih ljudi s širokim krogom podpornikov kot vzgled.

Trump je največkrat re-tvitnil tvite javnosti, predvsem pohvale in čestitke volivcev (Journalism 2016): »@Southern_Anon63: I am a stone cold down to the bone democrat. But I will be voting @realDonaldTrump on Election Day.« (Twitter 2016)⁸¹ in »@BrianCraigShow: @realDonaldTrump you rocked & won BIG TIME!!!! Make America Great Again Mr. Trump.« (Twitter 2016)⁸², medtem ko je Clintonova večkrat re-tvitnila objave svoje kampanje na drugih družabnih omrežjih. Tudi tu se kaže Trumpova tesna povezava s publiko – volivci. Z re-tviti želi vzbuditi efekt sledenja vzgledu.

Medtem ko se objavljanja video posnetkov ni posluževal v tolikšni meri kot njegovi nasprotniki, pa je večkrat objavil fotografije anket (toda samo tistih, v katerih je zmagoval) in novic v drugih medijih (samo tistih, v katerih je bil pozitivno omenjen ali so mu na kakšen drug način izkazovale podporo).

Njegovi tviti vsebujejo zelo malo (da ne rečemo skoraj nič) navedb dejstev, primanjkuje jim tudi dejanskih opredelitev političnih stališč in problemov. McConnell (2015, 51) je v svojem delu analiziral 73 twitov Trumpa, kjer je prišel do ugotovitve, da zgorj 22% twitov sporoča sledilcem vsaj delno obliko političnega stališča ali vsebuje vsaj kakšno dokazljivo dejstvo v povezavi z volitvami ali omenja politiko nasploh. Primer takšnega tvita je: »I wish good luck to all of the Republican candidates that traveled to California to beg for money etc. from the Koch Brothers. Puppets?« (Twitter 2016)⁸³ Z njim Trump posplošuje, da so vsi republikanski protikandidati lutke v dolgovih pri bogatih donatorjih, medtem ko je večkrat poudarjal, da je svojo kampanjo finančiral popolnoma sam: »I'm self-funding and I am going to take care of the people – not the special interests and insurance companies like the other candidates.« (Twitter

2016)⁸⁴ Pri prvem tvtu v oči zopet zbode njegova retorična veščina uporabe entinemov, kjer z navedbo dejstev namigne na koruptivnost protikandidatov. Publiko prepusti, da preko domišljije sama pride do želenega zaključka, čeprav tega sam izrecno ne izusti. Namen tega je zmanjšanje etosa nasprotnikov in povečanje njegovega. V drugem tvtu pa najdemo tudi apel na patos, saj se ljudem predstavi kot njihov rešitev v nasprotju z drugimi kandidati, ki bodo zastopali zgolj intereselite.

V njegovih objavah pogosto najdemo klasične primere uporabe Aristotlovinih retoričnih sredstev prepričevanja, na primer: »*A suicide bomber has just killed U.S. troops in Afghanistan. When will our leaders get tough and smart. We are being led to slaughter!*« (Twitter 2016)⁸⁵ S tem stavkom premeteno preplete čustveno tematiko (patos) z diskreditiranjem nasprotnika (etos) in navedbo dejstev (logos). Tudi z naslednjim tvtom, ki na prvi pogled nima posebnega retoričnega smisla, uspe izzvati podoben učinek: »*It's Friday. How many bald eagles did wind turbines kill today? They are an environmental & aesthetic disaster.*« (Twitter 2016)⁸⁶ Prvi stavek je trdno, preverjeno dejstvo (logos), drugi del pri prejemniku v mislih vzbudi sliko mrtvih orlov (močan patos), na koncu pa še doda, da so vetrnice nevarne za okolje in izgledajo grdo (kako jim potem lahko zaupamo? – etos).

Z uporabo fraz, kot so »*Many people are saying...*« (Twitter 2016)⁸⁷ ali »*Believe me*« (Twitter 2016)⁸⁸, ki se jih poslužuje tako v govorih kot tudi na družbenih omrežjih, Trump namiguje, da ima direktno izkušnjo s tem, o čemer govori ali pa se veliko ljudi strinja z njim, zato posledično njegovi argumenti zvenijo bolj zaupanja vredni. Ljudje smo namreč bolj nagnjeni k zaupanju v nekaj, kar nam je skupnega. Velkokrat se v svojih tvtih poslužuje tudi priljubljene retorične tehnike demagogov – paralipse, s katero govorec nekaj izreče na način, da to zanika: »*I refuse to call Megyn Kelly a bimbo, because that would not be politically correct. Instead I will only call her a lightweight reporter!*« (Twitter 2016)⁸⁹ Trump je mojster uporabe klasične retorične prvine paralipse, ki mu omogoča, da javno objavi ali izgovori besede, ki jih kasneje zanika – na ta način mu nikoli ni potrebno prevzeti odgovornosti za svoje besede (Uberti 2016). Redno se je te tehnike posluževal na Twitterju in javnih nastopih (Duffy 2016).

Tako v javnih govorih kot tudi na spletu se pogosto poslužuje tipičnih emocionalnih argumentov: »Remember that Marco Rubio is very weak on illegal immigration. South Carolina needs strength as illegals and Syrians pour in. Don't allow it.« (Twitter 2016)⁹⁰ Tu je viden jasen napad na Rubia, s katerim je želel opozoriti na slaboten etos nasprotnika, v nadaljevanju pa namigne na to, da je on sam tisti, ki je dovolj močan, da zagotovi varnost državljanov. S pozivom v zadnjem stavku preloži odgovornost na bralca – na njem je namreč, da prepreči prihod ilegalnih priseljencev v državo tako, da glasuje za Trumpa – in se na ta način ponovno posluži retoričnega patosa.

Njegovi pozitivni tviti so tekom kampanje bili večinoma namenjeni kot čestitke sebi, prijateljem, medijem, ki so ga podprtli, ali kampanji (McConnell 2015, 53): »What a great night. Thank you South Carolina, a special place with truly amazing people! LOVE.« (Twitter 2016)⁹¹, »@KatrinaCampins Thank you so much for the wonderful statements you made about me on TV. Also, keep up the great work!« (Twitter 2016)⁹², »Wow, every poll said I won the debate last night. Great honer!« (Twitter 2016)⁹³ S tem se skuša približati publiku, zbrisati družbene meje in se prikazati kot enega izmed njih. Nenamenoma mu to uspe tudi z občasnimi pravopisnimi napakami – kot je vidno v zadnjem stavku, je Trump naredil slovnično napako (beseda *čast* je v ameriški angleščini pravilno črkovana *honor*), kar se je večkrat pripetilo med njegovimi tviti in jih je ponavadi, po javnem posmehu nasprotnikov, hitro popravil.

Toliko, kot je bilo pozitivnih sporočil, pa je bilo tudi negativnih. Ta negativnost se je največkrat odražala ravno pri osebnih napadih na posameznike (predvsem Crooked Hillary) in medije (McConnell 2015, 54): »If Hillary Clinton can't satisfy her husband what makes her think she can satisfy America?« (Trump 2016ab)⁹⁴, »@FoxNews you should be ashamed of yourself. I got you the highest debate ratings in your history & you say nothing but bad...« (Twitter 2016)⁹⁵, »Lying Ted Cruz and lightweight choker Marco Rubio teamed up last night in a last ditch effort to stop our great movement. They failed!« (Twitter 2016)⁹⁶. Kot spretni manipulator novodobnih medijev je vsakršni napad na njegovo retoriko ali politiko spremno zasukal v lastno korist. S takšnimi tviti se je predstavil kot žrtev, ki trpi za višji cilj: »If the disgusting and corrupt media covered me honestly and didn't put false meaning into the words I say, I would

be beating Hillary by 20 per cent.« (Twitter 2016)⁹⁷ S tem je podal jasno sporočilo: krivda je njihova in ne njegova, a pripravljen je prejeti vse »udarce« za dobro volivcev.

McConnell je tudi ugotovil, da je zgoj 32% analiziranih Trumpovih tvitov močnih v pomenu, kar pomeni, da temeljijo na bolj ali manj preverljivih podatkih in dejstvih, medtem ko ostala sporočila temeljijo večinoma na kandidatovih opažanjih, osebnih izkušnjah in empirično težje preverljivih dejstvih (McConnell 2015, 53). Razen redko omenjenih vrednot domoljubnosti, družine in poštenosti njegovi tviti direktno ne poveličujejo nobenih družbeno moralnih ali etičnih vrednot. Če že, se v njih običajno pojavijo obrabljene, plitkoumne fraze: »*So many ‘politically correct’ fools in our country. We have to all get back to work and stop wasting time and energy on nonsense!*« (Twitter 2016)⁹⁸ – že neštetokrat slišana politična fraza o politični korektnosti, o kakšnem konkretnem načrtu, kako to storiti, pa kot že velikokrat poprej ni ne duha ne sluha.

4.9 Povzetek ključnih ugotovitev analize retorike Donalda Trumpa

Politična kampanja Donalda Trumpa je temeljila na sloganu America First, znotraj katere je poudarjal ameriško primarnost, s čimer je napovedal usmeritev ameriške politike v protekcionizem in izolacionalizem: »*Americanism, not globalism, will be our credo.*« (Trump2016aa)⁹⁹ Druge glavne tematike, ki so se še pojavljale tekom celotne njegove kampanje, so obljubljale povračilo delovnih mest iz tujine nazaj na domača tla ter umik ZDA iz vseh mednarodnih trgovinskih sporazumov, ki škodijo ameriškemu gospodarstvu. Poleg tega se je zavezal, da bo Mehiko prisilil v izgradnjo zidu na južni meji med državama ter tako preprečil prihod ilegalnih imigrantov v državo. Poleg patriotizma je v njegovih govorih izredno pomembno vlogo imela tudi borba malega človeka proti korupciji washingtonskega establišmenta, kjer se je predstavil kot nasprotnik elit (kar je tipično za demagogata).

Kljub temu da tekom celotne kampanje kakšnih konkretnejših načrtov in rešitev za prihodnost ne poda, pa ljudstvo uspe prepričati, da so rešitve problemov ZDA precej enostavne in logične, poznane pa seveda le njemu samemu, zato je njegova izvolitev nujno potrebna za dobrobit celotne države (demagogija). Elemente demagogije vidimo tudi v konsistentnem deščenju

družbe na »nas« (domačine in delavski razred) in »njih« (tujce, imigrante in politično elito – establišment) ter uporabi prve osebe ednine (razen v zadnjem inavguracijskem govoru). Na ta način Trump čustveno izpostavi svoje nestrinjanje in jezo nad preteklo politiko ZDA in se hkrati predstavi volivcem kot predsedniški kandidat, ki ne samo razume njihove jeze (kot ostali kandidati) temveč jo z njimi tudi deli in čuti (patos). Ameriškemu ljudstvu se še bolj približa s poudarjanjem vrednot, ki so demokratični zahodni družbi blizu in na katere je tradicionalno čustveno navezano. Tako v svojih govorih posebno pozornost nameni svoji družini, religiji, domoljublju in nekoruptivnosti, s čimer uspešno dograjuje svoj etos.

Sklicujoč se na zagovarjanje politične nekorektnosti se Trump ne brani vihrove in brezsramne izbire besed. V svojih govorih se tako ne izogiba niti uporabi čistega sovražnega govora naperjenega proti imigrantom in političnim protikandidatom. Predvsem Trumpova prednominačjska retorika je namreč polna seksističnih in rasističnih izjav, s katerimi brez zavor žali priseljence (Mehičane in muslimane), svoje politične nasprotnike (Clinton), novinarje in ženske na splošno ali kogarkoli, ki si je drznil kritizirati njega ali njegovo politiko. Z zagovarjanjem politične nekorektnosti se je oddaljil od ostalih kandidatov, ki so v očeh volivcev del političnega establišmenta, in se jim predstavil kot kandidat ljudstva. Kasneje svoje nepremišljeno nastopaštvo sicer nekoliko omili, predvsem v zadnjem, inavguracijskem govoru, odkritega sovražnega govora skorajda ni več. To lahko pripisemo zgolj dejству, da je sledil pravilom in namenu inavguracijskega govora – združevanju in apelu k miru.

V svojih govorih Donald uporablja zgolj enostavno besedišče, kar vsekakor ni značilno za predsedniškega kandidata, a vsekakor je takšno besedišče lažje razumljivo za nižje razrede družbe. Njegova sintaksa, črkovanje in uporaba ločil v govorih in na spletu so slovnično nepravilni in polni napak, izredno rad se poslužuje tudi udarnih, a praznih pridevnikov in prislovov ter stopnjevanja s ponavljanjem besed. Kljub temu da v sporočilih publiki pogosto navaja lažna oz. nepreverjena dejstva, mu ljudstvo tega očitno niti ne zameri, saj namesto argumentov od njega prejme močan čustveni odziv. Kar je vsem njegovim obravnanim govorom in tudi Twitter besedilom skupno je tudi to, da vsa temeljijo na vzbujanju čustev (patos). V njegovih tvitih pogosto zasledimo pravopisne napake, hkrati pa tudi v njih uporablja isto retoriko sovražnega govora kot v javnih govorih, kar sledilcu poda občutek Trumpovega samostojnega objavljanja na socialnih omrežjih. Z uporabo enostavnega jezika tako lažje

doseže širše občinstvo, ljudje pa ga zaznajo bolj kot sebi enakega, kar ponovno kaže na uporabo demagogije.

5 ZAKLJUČEK

Donald J. Trump, človek brez kakršnih koli političnih izkušenj, človek, ki se je nekoč hvalil s prijemanjem žensk »*by the pony*¹⁰⁰« (Lusher 2016), človek, ki se ne sramuje svojih rasističnih in islamofobičnih izjav in je dejansko obljubil popolno prepoved vstopa v ZDA vsem muslimanom, je sedaj 45. predsednik Združenih držav Amerike. Fascinantno je to, da je ravno njegova retorika, ki jo je javnost označila za skrajno nepredsedniško, v največji meri pripomogla k temu, da je na koncu tudi zmagal na volitvah in postal predsednik ZDA.

Njegova politična tekma se je pravzaprav odvijala v najprimernejšem času – v času, ko so ljudje razočarani nad koruptivno politiko washingtonskega establišmenta in ne zaupajo več dotedanjim političnim voditeljem, gospodarska moč ZDA je upadla, nekoč največja industrijska mesta so brez delovnih mest, ljudje pa se počutijo vse revnejši in ranljivi. Trump je to stanje melanolijke demagoško izkoristil v svoj prid in volivcem sporočal natanko tisto, kar so si že zeleli slišati. Republikanski kandidat jim je namreč tipično demagoško obljubil patriotno *America First* politiko, ki bo ponovno zagnala stare opuščene ameriške tovarne in vrnila delovna mesta iz tujine v ZDA, omejila pritok priseljencev ter izničila vse mednarodne prostotrgovinske dogovore, ki škodijo ekonomiji države in znižujejo že tako nizek socialni status državljanov. V nasprotju s Hillary Clinton, ki bi nadaljevala z Obamovo politiko, je Trump predstavljal političnega kandidata, ki bo škodljivi globalizem pustil v preteklosti in vladal v prid ameriških ljudi. Ljudje so namreč Clintonovo videli kot pripadnico in zagovornico politike elit – nasprotnico izolacionizma in zagovornico odprte trgovinske politike, takšne politike pa si niso že zeleli več.

V nasprotju s predsedniškimi kandidati v preteklosti Trampu ni bilo potrebno prilagajati svoje retorike pravilom in cenzuri medijskih hiš. Prej se je kandidat moral brzdati pri izražanju svojega mnenja, saj so strogi uredniki pomembnejših medijev kaj hitro lahko obsodili njegovo retoriko in mu odvzeli možnost prenašanja sporočil k publiki, če se s povedanim niso strinjali. Ta filter je pri teh volitvah odpadel, saj je Trump kot svoj glavni komunikacijski kanal uporabljal kar socialna omrežja. Predvsem Twitter, preko katerega je lahko bliskovito podajal svoja politična stališča in v manj kot minuti že prejel odziv javnosti, ne da bi moral čakati na javno debato ali medijski poziv. Pri tem se je redno posluževal tudi vulgarnosti, rasizma in seksizma, kar pa si je lahko privoščil, saj so sledilci delili isto mnenje z njim in zato tudi še

naprej podpirali ter širili njegove ideje. V primeru dejanske cenzure s strani medijev je zavzel vlogo mučenika in preko svojih kanalov sporočil volivcem, da se bo boril zanje in prejemal »udarce« še naprej navkljub skorumpiranem sistemu, ki mu to želi preprečiti.

Njegova – za moderne demokratične države netipična – predsedniška retorika, se je najočitnejše kazala pri izredno pogosti uporabi sovražnega govora (osebne, rasne in etnične žaljivke ter islamofobne in seksistične opazke). Pomembno je tudi omeniti, da Trump sicer ni zmagal z večino glasov, pač pa glede na elektorske glasove. Večje zvezne države, katerih gospodarstvo temelji na proizvodnji hrane, energije in izdelanega blaga, so v veliki večini glasovale za Trumpa, saj sta jim ustrezali njegovi patriotska in anti-okoljska retorika (Gilbert in drugi 2016). Trump je očitno presodil, da navkljub naraščanju večrasnega prebivalstva v ZDA na teh volitvah še vedno prevladuje bela rasa, kar mu je omogočilo, da je lahko uporabljal rasistične in druge anti-imigrantske populistične fraze, ne da bi se to odražalo na nižjem volilnem rezultatu. Še več – višalo ga je! Njegova demagoška retorika je bila uspešna zato, ker so belci srednjega delavskega razreda občutili, da so končno dobili predsedniškega kandidata, ki čuti njihovo stisko in bo delal za njihovo dobro. Delavski razred v zgodovinsko močnih industrijskih mestih (npr. Ohio, Wisconsin, Indiana, Michigan in Iowa) je ostal brez delovnih mest zaradi avtomatizacije, cenejše delovne sile doma (imigranti) in izven države, zato pa je temeljni šovinistični slogan kampanje *America First* tudi bil tako uspešen. Ravno z drugačnostjo je Trump dosegel cilj svoje strategije – čim bolj se oddaljiti od politične elite. Novembrski glas za Trumpa je tako pomenil glas nepolitiku, ki bo zaustavil in uničil sistem, ki je malemu človeku uničil življenje.

Čeprav se ob bežnem pregledu Trumpove retorike gledalcu morda zazdi, da nima nikakršnega teoretičnega smisla ali pomena, temu ni tako. Trump se je v svojih govorih izkazal kot spremenjen uporabnik številnih klasičnih retoričnih prvin, ki izhajajo še iz časov starogrških filozofov. Najverjetnejše je umetnosti govornega prepričevanja z uporabo etosa, patosa in logosa priučil znotraj večletnih poslovnih pogajanj in kot televizijska zvezda resničnostnega šova. Tam je bil način komunikacije »cilj opravičuje sredstva« sprejemljiv in celo spodbujan, a objubljvanje neizpolnjivih stvari v vlogi predsednika naj v nobenem primeru ne bi bilo zaželeno, kvečjemu celo nevarno. Milijonar in zvezda resničnostnih šovov je z brezsramnim žaljenjem in napadanjem ljudi publiki predstavil retoriko, ki je doslej v politiki nismo bili vajeni. Njegova predsedniška kampanja je načrtno izkoristila recept popularnih resničnostnih šovov v svoj prid; glavno vodilo televizije je gledanost, in slednje dosega najvišje stopnje ravno takrat, ko so

pravila prekršena, neumnosti izrečene in nespodobno vedenje prikazano. Trump je žal dokazal, da veljajo takšna pravila danes tudi v politiki.

V svojih govorih se je redno posluževal tematik, ki pri publiku vzbujajo močna čustva; predvsem jezo, strah in maščevalno željo po pravičnosti (patos). Pri tem se je predvsem opiral na demagoško delitev na »nas« (domačine ali navadne ljudi) in »vas« (ilegalne imigrante ali pokvarjeno elito) ter na čustveno povezovanje publike proti skupnemu sovražniku. Njegove najljubše vrednote, ki zaokrožajo vse govore ter Twitter sporočila, so tipične tradicionalne vrednote demokratične zahodne družbe, na katere je tudi ameriška javnost tradicionalno navezana: ljubezen do domovine – ZDA, vera, družina in poštenost. Z zelo pogostimi vložki improvizacije znotraj govorov je povzdignil celotno energijo publike in aktiviral množico, s čimer pa je poskrbel, da se je meja med govornim odrom in publiko zabrisala.

Svoj etos je tekom kampanje utrjeval s samozavestnim nastopom, samohvalisanjem svoje podjetniške kompetentnosti ter žaljenjem drugih. Samozavestno je stal za izrečenim in ni popuščal kljub morebitnim zahtevam javnosti po opravičilu. Brezsramni Trump se je volivcem predstavil kot kandidat, ki brez dlake na jeziku pove, kar si misli, neozirajoč se na druge. To je lastnost, ki je marsikateri politik nima in ljudje so v njem videli kandidata, ki jim bo končno govoril resnico. Zgroženo je obsojal izkorisčanje ameriških državljanov s strani washingtonske elite in pri tem skozi vse govore uporabljal enostaven, ljudski jezik, zaradi česar so ga volivci sprejeli za enega izmed njih (kar je cilj demagoga). Z uporabo enostavnega besedišča ga je razumel tudi nižji družbeni sloj, ki se drugače čuti odtujenega od uradnega političnega žargona. Njegovo medijsko izpostavljeno življenje pred volitvami (pojavljanje v filmih, serijah, tv-oddajah in radijskih oddajah) ga je približalo tudi v domove ljudi, ki so politično apatični, kar mu je dalo veliko prednost pred enoličnimi, dolgočasnimi politiki. Zaradi njegove celotne družine, ki je bila tekom celotne kampanje tesno vpletena v njen potek in se je redno pojavljala ob Trumpovem boku, ga je javnost sprejela tudi kot družinskega človeka s tradicionalnimi vrednotami.

Nasprotno od patosa in etosa pa je bila uporaba logosa pri Trumpu izredno šibka oz. skoraj neopazna. Trdnih dejstev in logičnih argumentov se je posluževal le redko, jasnih načrtov za prihodnjo politiko ZDA, ki bi jih od bodočega predsednika pričakovali, pa tudi nikoli ni podal. A ker je publika dobila zadoščenje v obliki močnega čustvenega odziva, tega pomanjkanja argumentov niti ni opazila. Podajanje obljud, ki jih ni mogoče držati, enostavne razlage za kompleksne probleme, čustveno povezovanje ljudi ter eksibicionizem in šov v nastopih, vse to so tipične značilnosti demagogije.

Iz podanih ugotovitev sledi odgovor na temeljno raziskovalno vprašanje, da v Trumpovi predvolilni retoriki resnično prevladujejo demagoške tematike. Z analizo sem tudi ugotovila, da se v svojih govorih redno poslužuje uporabe seksizma, rasizma, islamofovizma, vulgarizma, osebnih žaljivk in hujskanja proti določeni skupini ljudi, kar vsekakor spada pod definicijo sovražnega govora. Posledično lahko potrdim svojo hipotezo, ki pravi, da je Donald Trump v svoji predsedniški kampanji uporabljal demagoško retoriko, v kateri je pogosto že mejil na področje sovražnega govora.

6 LITERATURA

- Akerlof, A. George in Robert J. Shiller. 2015. *Phishing for Phools - Economics of Manipulation and Deception*. New Jersey: Princeton University Press.
- Aristotel. 2004. *Rhetoric*. New York: Dover Publications, Inc.
- Asher, B. Herbert. 1992. *Presidential Elections & American Politics. Voters, Candidates and Campaigns Since 1952*. The Ohio State Univesity: Wadsworth, Inc.
- Barthes, Roland. 1990. *Retorika Starih. Elementi semiologije*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Bitzer, Lloyd F. 1998. The Rhetorical Situation. V *Contemporary Rhetorical Theory: A Reader*, ur. Ally Caudill, Michelle Condit in John Louis Lucaites, 217–225. New York: Guilford Press.
- Blumenthal, Paul. 2016. No, Donald Trump Isn't Self-Funding His Campaign. *Huffingtonpost*, 11. oktober. Dostopno prek: http://www.huffingtonpost.com/entry/donald-trump-self-fund_us_57fd4556e4b00c1fb2b023e0 (17. maj 2017).
- Bobic, Igor. 2016. Donald Trump Has A Plan To Defeat ISIS. No, He Doesn't. Wait, He Does... *Huffingtonpost*, 8. september. Dostopno prek: http://www.huffingtonpost.com/entry/donald-trump-plan-isis_us_57d0b462e4b06a74c9f28ecd (22. december 2016).
- Campbell, Karyln Kohrs in Kathleen Hall Jamieson. 2008. *Presidents Creating the Presidency*. Chicago in London: The University of Chichago Press.
- CBSnews. 2016. In Macedonia's fake news hub, this teen shows how it's done, 2. december. Dostopno prek: <http://www.cbsnews.com/news/fake-news-macedonia-teen-shows-how-its-done/> (14. december 2016).
- Charteris-Black, Jonathan. 2014. *Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor*. UK: Palgrave Macmillan.
- Corbett, P. J Edward in Robert J. Connors. 1999. *Classical Rhetoric for the Modern Student, 4th Edition*. Oxford: Oxford University Press.
- Crowley, Sharon in Debra Hawhee. 2009. *Ancient rhetoric for contemporary students, 5th ed.* USA: Pearson Education.
- Davis, Marc. 2012. Where Presidential Candidates Get Campaign Funding. *Investopedia*, 24. oktober. Dostopno prek: <http://www.investopedia.com/financial-edge/1012/where-presidential-candidates-get-campaign-funding.aspx> (20. maj 2016).

- DelReal, A. Jose. 2016. Trump's latest plan would target at least 5 million undocumented immigrants for deportation. *Washingtonpost*, 1. september. Dostopno prek: https://www.washingtonpost.com/politics/trumps-latest-plan-would-target-at-least-5-million-undocumented-immigrants-for-deportation/2016/09/01/d6f05498-7052-11e6-9705-23e51a2f424d_story.html (21. december 2016).
- Duffy, Cat. 2016. Media Take Note: Trump Is The Worst Possible Messenger On The Clintons' Marriage. *Mediamatters*, 30. september. Dostopno prek: <http://mediamatters.org/research/2016/09/30/media-take-note-trump-worst-possible-messenger-clintons-marriage/213463> (13. december 2016).
- Fairclough, Norman. 1989. *Language and Power*. New York: Longman Inc.
- Gainus, Jason in Kevin M. Wagner. 2014. *Tweeting to Power. The Social Media Revolution in American Politics*. New York: Oxford University Press.
- Gilbert, Craig, Todd Spangler in Bill Laitner. 2016. How Clinton lost 'blue wall' states of Michigan, Pennsylvania, Wisconsin. *Freep*, 9. november. Dostopno prek: <http://www.freep.com/story/news/politics/2016/11/09/how-clinton-lost-blue-wall-states-michigan-pennsylvania-wisconsin/93572020/> (2. april 2017).
- Goff, Jenna. 2016. 16 Republicans Who Have Not Endorsed Donald Trump. *Pbs.com*, 20. julij. Dostopno prek: <http://www.pbs.org/weta/washingtonweek/blog-post/16-republicans-who-have-not-endorsed-donald-trump> (19. oktober 2016).
- Gurevitch, Michael, Stephen Coleman in Jay G. Blumler. 2009. Political Communication - Old and New Media Relationships. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 625: 164–181.
- Gustainis, J. Justin. 1990. Demagoguery and Political Rhetoric: A Review of the Literature. *Rhetoric Society Quarterly* 20 (2): 155–61.
- Habermas, Jürgen. 1989. *Strukturne spremembe javnosti*. Ljubljana: ŠKUC, Filozofska fakulteta.
- Herrick, A. James. 2005. *The history and theory of rhetoric: an introduction*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Higgins, Andrew, Mike McIntire in Gabriel J.X. Dance. 2016. Inside a fake news sausage factory: This Is All About Income. *Nytimes*, 25. november. Dostopno prek: <http://www.nytimes.com/2016/11/25/world/europe/fake-news-donald-trump-hillary-clinton-georgia.html> (14. december 2016).

- Horváth, Juraj. 2009. *Critical discourse analysis of Obama's political discourse*. Dostopno prek: http://www.pulib.sk/elpub2/FF/Ferencik2/pdf_doc/6.pdf (22. marec 2017)
- Jackson, Brooks in Kathleen Hall Jamieson. 2008. *Finding Facts in a World of Disinformation*. New York: Random Housetrade Paperbacks.
- Journalism. 2016. *Presidential candidates' changing relationship with the web*. Dostopno prek: <http://www.journalism.org/2016/07/18/candidates-differ-in-their-use-of-social-media-to-connect-with-the-public/> (18. julij 2016).
- Jowett, S. Garth in Victoria O'Donnell. 2012. *Propaganda and Persusasion*. USA: SAGE Publications, Inc.
- Kennedy, A. George. 2001. *Klasična retorika ter njena krščanska in posvetna tradicija od antike do sodobnosti*. Ljubljana: ZRC SAZU.
- Kilpatrick, Mary. 2016. Everything you need to know about the Republican National Convention. *Cleveland*, 14. julij. Dostopno prek: http://www.cleveland.com/rnc-2016/index.ssf/2016/07/everything_you_need_to_know_ab.html (7. november 2016).
- Kinney, A. Terry. 2008. Hate Speech and Ethnophaulisms. V *The International Encyclopedia of Communication*, ur. Wolfgang Donsbach, 2051–2055. USA: Blackwell Publishing Ltd.
- Kuypers, A. Jim. 2009. *Rhetorical Criticism: Perspectives in Action*. UK: Lexington Books.
- Logan, Bryan. 2016. 'Crooked Hillary' no more: Trump calls Clinton a 'very strong and very smart' woman. *Businessinsider*, 11. november. Dostopno prek: <http://www.businessinsider.com/trump-60-minutes-interview-hillary-clinton-strong-smart-2016-11> (21. december 2016).
- Lusher, Adam. 2016. Donald Trump: all the sexist things he said. *Independent*, 9. oktober. Dostopno prek: <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-elections/donald-trump-sexist-quotes-comments-tweets-grab-them-by-the-pussy-when-star-you-can-do-anything-a7353006.html> (20. april 2017).
- Maisel, L. Sandy. 2007. *American Political Parties and Elections. A Very Short Introduction*. New York: Oxford University press, Inc.
- McClelland, Edward. 2016. The Rust Belt was turning red already. Donald Trump just pushed it along. *Washingtonpost*, 9. september. Dostopno prek:

<https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2016/11/09/the-rust-belt-was-turning-red-already-donald-trump-just-pushed-it-along/> (15. december 2016).

- McConnell, J. Stephen. 2015. *Twitter and the 2016 U.S. Presidential Campaign: A Rhetorical Analysis of Tweets and Media Coverage*. New York University: School of Professional Studies.
- McNair, Brian. 2009. *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- NATO. 2017. Dostopno prek: <http://www.nato.int/> (10. januar 2017).
- Notablebiographies. 2016. *Donald Trump Biography*. Dostopno prek: <http://www.notablebiographies.com/St-Tr/Trump-Donald.html> (5. junij 2016).
- Opensecrets. 2016. *2016 Presidential Race*. Dostopno prek: <http://www.opensecrets.org/> (2. april 2016).
- Patterson, E. Thomas. 2016. Pre-Primary News Coverage of the 2016 Presidential Race: Trump's Rise, Sanders' Emergence, Clinton's Struggle. *Shorenstein Center*, 13. junij. Dostopno prek: <http://shorensteincenter.org/pre-primary-news-coverage-2016-trump-clinton-sanders/> (15. maj 2017).
- Perloff, M. Richard. 2014. *The Dynamics of Political Communication. Media and Politics in a Digital Age*. New York: Routledge.
- Pollack, Harold. 2016. Trump's 'Miss Housekeeping' comment shows his contempt for the working class. *Washingtonpost*, 27. september. Dostopno prek: <https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2016/09/27/trumps-miss-housekeeping-comment-shows-his-contempt-for-the-working-class/> (10. marec 2017).
- Purcell, M. William in David Snowball. 1996. Style. V *Encyclopedia of Rhetoric and Composition*, ur. Theresa Anos, 698–702. New York in London: Routhledge.
- Rappeport, Alan. 2016. Donald Trump's Trail of Comments About Women. *Nytimes*, 25. marec. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/03/26/us/politics/donald-trump-women.html> (11. december 2016).
- Republican-convention. 2016. *41st Republican National Convention. Cleveland, Ohio*. Dostopno prek: <http://2016.republican-convention.org/> (7. november 2016).
- Roberts-Miller, Patricia. 2005. Democracy, Demagoguery, and Critical Rhetoric. *Rhetoric and Public Affairs* 8 (3): 459–76.
- Rodger, James. 2016. The 10 most shocking things Donald Trump has ever said. *Birminghammail*, 9. november. Dostopno prek: <http://www.birminghammail.co.uk/news/midlands-news/10-most-shocking-things-donald-12149334> (12. november 2016).

- Ruscher, Janet B. in Devin L. Wallace. 2008. Prejudiced and Discriminatory Communication Tulane University. V *The International Encyclopedia of Communication*, ur. Wolfgang Donsbach, 3865–3871. USA: Blackwell Publishing Ltd.
- Signer, Michael. 2009. *Demagogue. The Fight to Save Democracy From its Worst Enemies*. USA: Palgrave MacMillan.
- Sillito, David. 2016. Donald Trump: How the media created the president. *BBC*, 14. november. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-37952249> (15. december 2016).
- Smolej, Tone in Matej Hriberšek. 2006. *Retorične figure*. Ljubljana: DZS
- Soukup, Paul A. 2014. Political Communication. *Communication Research Trends* 33 (2): 3–43.
- Škerlep, Andrej. 1997. *Komunikacija v družbi – družba v komunikaciji*. Ljubljana: FDV.
- Škerlep, Andrej. 2004. Retorika, javno razpravljanje in spor o racionalnosti. *Javnost - The Public Supplement* 11: 1–17.
- Škerlep, Andrej. 2009. Retorika sprave v postkomunistični Sloveniji: analiza govora predsednika Kučana v Kočevskem rogu julija 1990. *Teorija in praksa* 46/6: 839 – 56.
- Škerlep, Andrej. 2014. Public discourse between counterfactual idealisations and practical realisation in public sphere. *Javnost - The Public* 21 (2): 23–38.
- *Thefamouspeople*. 2016. *Donald Trump Biography*. Dostopno prek: <http://www.thefamouspeople.com/profiles/donald-trump-3378.php> (5. junij 2016).
- Trump, Donald. 2015. Candidate Donald Trump talks immigration, gay marriage and ISIS. *CNN*, 28. junij. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/2015/06/28/politics/donald-trump-immigration-gay-marriage-2016/> (20. december 2016).
- --- 2015a. Here's Donald Trump's Presidential Announcement Speech. *Time*, 16. junij. Dostopno prek: <http://time.com/3923128/donald-trump-announcement-speech/> (20. december 2016).
- --- 2015b. Donald Trump Presidential Campaign Announcement Full Speech (C-SPAN). *C-SPAN*, 16. junij. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=apjNfkysjbM&t=2s> (20. december 2016).
- --- 2015c. Trump defends inflammatory comments, asks »Who is doing the raping?« *CNN*, 1. julij. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/2015/07/01/politics/donald-trump-immigrants-raping-comments/> (20. december 2016).

- --- 2015d. Carson walks back support for Trump's disputed 9/11 celebration claim. *CNN*, 23. november. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/2015/11/23/politics/donald-trump-new-jersey-cheering-september-11/> (20. december 2016).
- --- 2015e. FNN: FULL Donald Trump Rally Fort Dodge, Iowa Nov. 12. *FOX 10 Phoenix*, 12. november. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=kG6FrgMXcSs> (21. december 2016).
- --- 2015f. 'I'm really rich': Donald Trump claims \$9bn fortune during campaign launch. *Theguardian*, 16. junij. Dostopno prek: <https://www.theguardian.com/us-news/2015/jun/16/donald-trump-reveals-net-worth-presidential-campaign-launch> (22. december 2016).
- --- 2015g. Donald Trump promises to apologise... if he is ever wrong. *Telegraph*, 12. september. Dostopno prek: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/donald-trump/11860714/Donald-Trump-promises-to-apologise...-if-he-is-ever-wrong.html> (23. december 2016).
- --- 2015h. Donald Trump running for President. *Foxnews*, 17. junij. Dostopno prek: <http://www.foxnews.com/transcript/2015/06/17/donald-trump-running-for-president.html> (23. december 2016).
- --- 2015i. Trump on Fiorina: »Look at that face. Would anyone vote for that?« *Telegraph*, 10. september. Dostopno prek: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/donald-trump/11855165/Trump-on-Fiorina-Look-at-that-face.-Would-anyone-vote-for-that.html> (23. december 2016).
- --- 2015j. Will the Fantasy of Political Correctness Continue in 2016? *Huffingtonpost*, 31. december. Dostopno prek: http://www.huffingtonpost.com/michael-roth/will-the-fantasy-of-polit_b_8899280.html (23. december 2016).
- --- 2016. Full transcript: Donald Trump's jobs plan speech. *Politico*, 28. junij. Dostopno prek: <http://www.politico.com/story/2016/06/full-transcript-trump-job-plan-speech-224891> (20. december 2016).
- --- 2016a. Transcript: Donald Trump Expounds on His Foreign Policy Views. *Nytimes*, 26. marec. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/03/27/us/politics/donald-trump-transcript.html> (20. december 2016).
- --- 2016aa. Donald Trump's strategy in three words: »Americanism, not globalism«. *Washingtonpost*, 22. julij. Dostopno prek: <https://www.washingtonpost.com/news/>

the-fix/wp/2016/07/22/donald-trump-just-put-his-border-wall-around-the-entire-united-states/ (20. marec 2017).

- --- 2016ab. We knew this Trump all along. *Washingtonpost*, 8. oktober. Dostopno prek: https://www.washingtonpost.com/opinions/we-knew-this-trump-all-along/2016/10/08/ae800546-8da1-11e6-875e-2c1bfe943b66_story.html (23. december 2016).
- --- 2016ac. Donald Trump - Republican National Convention - The Next President Of The Usa? *ABC15 Arizona*, 21. julij. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=4CVTuOyZDI0> (15. december 2016).
- --- 2016b. The Rust Belt was turning red already. Donald Trump just pushed it along. *Washingtonpost*, 9. november. Dostopno prek: <https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2016/11/09/the-rust-belt-was-turning-red-already-donald-trump-just-pushes-it-along/> (20. december 2016).
- --- 2016c. Final Presidential Debate - Donald Trump vs Hillary Clinton - Third Presidential Debate. *Donald Trump Speeches & Press Conference*, 19. oktober. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=dGQGwIr47YY> (20. december 2016).
- --- 2016d. US Election 2016: Trump laments 'ripped off' America. *BBC*, 27. marec. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/election-us-2016-35906493> (20. december 2016).
- --- 2016e. »BUILD THAT WALL!« Donald Trump Chants After Major Endorsement. *FOX 10 Phoenix*, 25. maj. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=ZGSAhNZnisk> (21. december 2016).
- --- 2016f. Watch: Trump responds to new harassment allegations, attacks Clinton. *PBS NewsHour*, 13. oktober. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=I0OXiLA1r30> (21. december 2016).
- --- 2016g. Donald Trump Rally in Green Bay, Wisconsin 10/17/2016 Trump Green Bay Speech. *Donald Trump Live Press Conference & Speech 2017*, 17. oktober. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=ktGYhGYY0J4&t=7664s> (21. december 2016).
- --- 2016h. Full text: Donald Trump campaign speech in Wisconsin. *Politico*, 17. avgust. Dostopno prek: <http://www.politico.com/story/2016/08/full-text-donald-trumps-speech-on-227095> (21. december 2016).

- --- 2016i. Full transcript: Donald Trump NYC speech on stakes of the election. *Politico*, 22. junij. Dostopno prek: <http://www.politico.com/story/2016/06/transcript-trump-speech-on-the-stakes-of-the-election-224654> (20. december 2016).
- --- 2016j. Donald Trump Holds Rally in Chester Township, PA 9/22/16. *Right Side Broadcasting Network*, 22. september. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=2c4gzliwbY&t=282s> (21. december 2016).
- --- 2016k. Donald Trump and Rigging the System. *Huffingtonpost*, 28. oktober. Dostopno prek: http://www.huffingtonpost.com/entry/donald-trump-and-rigging-the-system_us_58122690e4b08301d33e0656 (21. december 2016).
- --- 2016l. Donald Trump Has a New Nickname for Hillary Clinton. *Fortune*, 18. april. Dostopno prek: <http://fortune.com/2016/04/18/trump-clinton-nickname/> (21. december 2016).
- --- 2016m »Crooked Hillary« no more: Trump calls Clinton a »very strong and very smart« woman. *Businessinsider*, 11. november. Dostopno prek: <http://www.businessinsider.com/trump-60-minutes-interview-hillary-clinton-strong-smart-2016-11> (21. december 2016).
- --- 2016n. The Second Presidential Debate: Hillary Clinton And Donald Trump (Full Debate) | NBC News. *NBC News*, 9. oktober. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=FRII2SQ0Ueg&t=411s> (21. december 2016).
- --- 2016o. Trump on »lock her up«: »Now we don't...« *CNN*, 10. december. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=Ix49LjgaTaI> (21. december 2016).
- --- 2016p. It's almost like Donald Trump's secret plan to defeat ISIS never actually existed. *Washingtonpost*, 7. september. Dostopno prek: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/09/07/donald-trump-said-he-had-a-secret-plan-to-defeat-isis-as-of-now-hes-not-planning-to-use-it/> (22. december 2016).
- --- 2016r. Donald Trump: »I'll be the greatest president for jobs that God ever created«. *Washingtontimes*, 28. september. Dostopno prek: <http://www.washingtontimes.com/news/2016/sep/28/donald-trump-will-be-greatest-president-jobs-god-ev/> (22. december 2016).
- --- 2016s. Donald Trump instantly and completely contradicts himself on his great temperament. *Washingtonpost*, 20. september. Dostopno prek: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/09/20/donald-trump-instantly-and-completely-contradicts-himself-on-his-great-temperament/> (23. december 2016).

- --- 2016t. 19 things Donald Trump knows better than anyone else, according to Donald Trump. *Washingtonpost*, 4. oktober. Dostopno prek: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/10/04/17-issues-that-donald-trump-knows-better-than-anyone-else-according-to-donald-trump/> (23. december 2016).
- --- 2016u. Transcripts. *CNN*, 27. april. Dostopno prek: <http://cnn.com/TRANSCRIPTS/1604/27/nday.06.html> (23. december 2016).
- --- 2016v. Donald Trump Believes His Decade of Bullying Rosie O'Donnell Is Justified. *Advocate*, 26. september. Dostopno prek: <http://www.advocate.com/election/2016/9/26/donald-trump-believes-his-decade-bullying-rosie-odonnell-justified> (23. december 2016).
- --- 2016z. Donald Trump's apology attempt to Fox host Megyn Kelly for bimbo insult →»You've been called a lot worse«. *Telegraph*, 18. maj. Dostopno prek: <http://www.telegraph.co.uk/news/2016/05/18/trump-says-excuse-me-for-bimbo-comments-in-interview-with-megyn/> (23. december 2016).
- --- 2017. Trump Inauguration Speech (FULL) | ABC News. *ABC News*, 20. januar. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=sRBsJNdK1t0&t=13s> (28. januar 2017).
- *Twitter*. 2016. Dostopno prek: <https://twitter.com/realdonaldtrump> (8. november 2016). Uberti, David. 2016. Why Donald Trump can kinda, sorta say anything he wants. *Columbia Journalism Review*, 10. avgust. Dostopno prek: http://www.cjr.org/criticism/_trump_second_amendment_speech.php (15. december 2016).
- *UN*. 2017. Dostopno prek: <http://www.un.org/en/index.html> (10. januar 2017).
- van Dijk A., Teun. 2002. *Ideology and discourse. A Multidisciplinary Introduction*. Dostopno prek: <http://www.discourses.org/UnpublishedArticles/Ideology%20and%20discourse.pdf> (26. september 2017).
- --- 2006. Discourse and Manipulation. *Discourse & Society* 17 (2): 359–83.
- --- 2006a. *Politics, Ideology and Discourse*. Dostopno prek: <http://www.discourses.org/OldArticles/Politics,%20Ideology%20and%20Discourse.pdf> (26. september 2017).
- Vreg, France. 2000. *Politično komuniciranje in prepričevanje*. Ljubljana: FDV.
- Whillock, Kirk Rita. 1994. The Subversion of Argument: Lessons from the Demagogic Rhetoric of David Duke. *Political Communication* 11: 217–231.

- Žagar Ž., Igor in Barbara Domanjko. 2006. *Argumentiranost kot model (uspešne) komunikacije*. Domžale: Izolit.

PRILOGE

PRILOGA A: Govor Donaldja J. Trumpa ob sprejetju nominacije republikanske stranke

(Trumpovi sprotno dodani komentarji med samim govorom so **okrepljeni**, izpuščeni deli pa **prečrtani**)

Friends, delegates and fellow Americans: I humbly and gratefully accept your nomination for the presidency of the United States.

USA! USA!

Who would have believed that when we started this journey on June 16th of last year we – and I say “we” because we are a team – would have received almost 14 million votes, the most in the history of the Republican Party, and that the Republican Party would get 60 percent more votes than it received eight years ago.

The Democrats, on the other hand, received almost 20 percent fewer votes than they got four years ago. Not so good. Not so good.

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.

Our Convention occurs at a moment of crisis for our nation. The attacks on our police, and the terrorism in our cities, threaten our very way of life. Any politician who does not grasp this danger is not fit to lead our country.

Americans watching this address tonight have seen the recent images of violence in our streets and the chaos in our communities. Many have witnessed this violence personally, some have even been its victims.

I have a message for all of you: 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.

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

It is finally time for a straightforward assessment of the state of our nation. I will present the facts plainly and honestly. We cannot afford to be so politically correct anymore. 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.**

But here, at our convention, there will be no lies. We will honor the American people with the truth, and nothing else.

These are the facts:

Decades of progress made in bringing down crime are now being reversed by this Administration's rollback of criminal enforcement. Homicides last year increased by 17% in America's fifty largest cities. That's the largest increase in 25 years. In our nation's capital, killings have risen by 50 percent. They are up nearly 60% in nearby Baltimore.

In the President's hometown of Chicago, more than 2,000 **people** have been the victims of shootings this year alone. And ~~more than 3600~~ **almost 4,000** have been killed in the Chicago area since he took office.

The number of police officers killed in the line of duty has risen by almost 50% compared to this point last year. Nearly 180,000 illegal immigrants with criminal records, ordered deported from our country, are tonight roaming free to threaten peaceful citizens.

The number of new illegal immigrant families who have crossed the border so far this year already exceeds the entire total from 2015. They are being released by the tens of thousands into our communities with no regard for the impact on public safety or resources. One such border-crosser was released and made his way to Nebraska. There, he ended the life of an innocent young girl named Sarah Root. She was 21-years-old, and was killed the day after graduating from college with a 4.0 Grade Point Average. **Number one in her class.** Her killer was then released a second time, and he is now a fugitive from the law.

I've met Sarah's beautiful family. But to this administration, their amazing daughter was just one more American life that wasn't worth protecting. **No more.** One more child to sacrifice on the altar of open borders.

What about our economy? Again, I will tell you the plain facts that have been edited out of your nightly news and your morning newspaper:

Nearly 4-in-10 African-American children are living in poverty, while 58 percent of African-American youth are **now** not employed. Two million more Latinos are in poverty today than when President Obama took his oath of office less than eight years ago. Another 14 million people have left the workforce entirely.

Household incomes are down more than \$4,000 since the year 2000. **That's 16 years ago. Our trade deficit in goods reached nearly-- think of this. Think of this! -- our trade deficit is 800 billion dollars – Think of that!-- \$800 billion last year alone. We're gonna fix that.**

The budget is no better. President Obama has doubled our national debt to more than \$19 trillion, and growing.

And yet, what do we have to show for it? Our roads and bridges are falling apart, our airports are Third World condition, and forty-three million Americans are on food stamps.

Now let us consider the state of affairs abroad. Not only have our citizens endured domestic disaster, but they have lived through one international humiliation after another. **One after another.** We all remember the images of our sailors being forced to their knees by their Iranian captors at gunpoint. This was just prior to the signing of the Iran deal, which gave back to Iran \$150 billion and gave us **absolutely** nothing – it will go down in history as one of the worst deals ever made.

Another humiliation came when president Obama drew a red line in Syria – and the whole world knew it meant **absolutely** nothing. In Libya, our consulate – the symbol of American prestige around the globe – was brought down in flames.

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. **--Let's defeat her in November.--** - I am certain it is a decision President Obama truly regrets.

Her bad instincts and her bad judgment – something pointed out by Bernie Sanders – are what caused **so many** of the disasters unfolding today. Let's review the record. In 2009, pre-Hillary, ISIS was not even on the map. Libya was ~~cooperating~~ – **stable**. Egypt was peaceful. Iraq was seeing a **big, big** reduction in violence. Iran was being choked by sanctions. Syria was **somewhat** under control.

After four years of Hillary Clinton, what do we have? ISIS has spread across the region, and the 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 now threatens the West. After fifteen 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.

This is the legacy of Hillary Clinton: death, destruction, **terrorism** and weakness.

But Hillary Clinton's legacy does not have to be America's legacy. The problems we face now – poverty and violence at home, war and destruction abroad – will last only as long as we continue relying on the same politicians who created them **in the first place**.

A change in leadership is required to get a change in outcomes. Tonight, I will share with you my plan of action for America.

The most important difference between our plan and that of our opponent, is that our plan will put America First. Americanism, not globalism, will be our credo. As long as we are led by politicians who will not put America First, then we can be assured that other nations will not treat America with respect -- **the respect that we deserve. This will all change in 2017.**

The American People will come first once again.

My plan will begin with safety at home – which means safe neighborhoods, secure borders, and protection from terrorism. There can be no prosperity without law and order. 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. A number of these reforms that I will outline tonight will be opposed by some of our nation's most powerful special interests.

That is because these interests have rigged our political and economic system for their exclusive benefit. **Believe me, it's for their benefit.** Big business, elite media and major donors are lining up behind the campaign of my opponent because they know she will keep our rigged system in place. They are throwing money at her because they have total control over everything she does. She is their puppet, and they pull the strings.

That is why Hillary Clinton's message is that things will never change. **Never, ever!** My message is that things have to change – and they have to change right now. Every day I wake up determined to deliver for the people I have met all across this nation that have been ignored, neglected and abandoned.

I have visited the laid-off factory workers, and the communities crushed by our horrible and unfair trade deals. These are the forgotten men and women of our country. **And they are forgotten, but they're not going to be forgotten long.** People who work hard but no longer have a voice.

I AM YOUR VOICE!

I have embraced crying mothers who have lost their children because our politicians put their personal agendas before the national good.

(PROTESTER INTERRUPTS)

How great are our police? And how great is Cleveland?

I have no patience for injustice, no tolerance for government incompetence --**of which there is so much--**, no sympathy for leaders who fail their citizens. When innocent people suffer, because our political system lacks the will, or the courage, or the basic decency to enforce our laws – or worse still, has sold out to some corporate lobbyist for cash – I am not able to look the other way, **and I won't look the other way.**

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 consequence – I know that corruption has reached a level like never ever before **in our country.** When the FBI Director says that the Secretary of State was “extremely careless” and “negligent,” in handling our classified secrets, I also know that these

terms are minor compared to what she actually did. They were just used to save her from facing justice for her terrible crimes.

In fact, her single greatest accomplishment may be committing such an egregious crime and getting away with it – especially when others have paid so dearly. When that same Secretary of State rakes in millions **and millions** of dollars trading access and favors to special interests and foreign powers I know the time for action has come. I have joined the political arena so that the powerful can no longer beat up on people who cannot defend themselves.

Nobody knows the system better than me, which is why I alone can fix it. I have seen firsthand how the system is rigged against our citizens, just like it was rigged against Bernie Sanders – he never had a chance. **Never had a chance.** But his supporters will join our movement, because we will fix his biggest **single issue:** trade **deals that strip our country of our jobs and strip us of our wealth as a country.**

Millions of Democrats will join our movement, because we are going to fix the system so it works ~~for all Americans~~ fairly and **justly for each and every American.**

In this cause, I am proud to have at my side the next Vice President of the United States: Governor Mike Pence of Indiana. **And a great guy.** We will bring the same economic success to America that Mike brought to Indiana. **Which is amazing.** He is a man of character and accomplishment. He is the ~~right~~ man for the job.

The first task for our new Administration will be to liberate our citizens from the crime and terrorism and lawlessness that threatens their communities. America was shocked to its core when our police officers in Dallas were brutally executed. ~~In the days after~~ Immediately after Dallas, we have seen continued threats and violence against our law enforcement officials. Law officers have been shot or killed in recent days in Georgia, Missouri, Wisconsin, Kansas, Michigan and Tennessee. On Sunday, more police were gunned down in Baton Rouge, Louisiana. Three were killed, and ~~four~~ three were very, **very** badly injured.

An attack on law enforcement is an attack on all Americans.

I have a message to every last person threatening the peace on our streets and the safety of our police: When I take the oath of office next year, I will restore law and order to our country. **Believe me. Believe me.**

I will work with, and appoint, the best **and brightest** prosecutors and law enforcement officials ~~in the country~~ to get the job **properly** done. In this race for the White House, I am the law and order candidate.

The irresponsible rhetoric of our President, who has used the pulpit of the presidency to divide us by race and color, has made America a more dangerous environment for everyone **than frankly I have ever seen and anybody in this room has ever watched or seen**. This Administration has failed America's inner cities. **Remember: it has failed America's inner cities.**

It's failed them on education. It's failed them on jobs. It's failed them on crime. It's failed them **in every way and** on every single level. When I am President, I will work to ensure that all of our kids are treated equally, and protected equally.

Every action I take, I will ask myself: does this make life better for young Americans in Baltimore, in Chicago, in Detroit, in Ferguson who have **really in every way folks, the same right as much of a right** to live out their dreams as any other child in America? **Any other child.**

To make life safe for **America all of our citizens**, we must also address the growing threats we face from outside the country: We are going to defeat the barbarians of ISIS. **And we're going to defeat them fast.**

Once again, France is the victim of brutal Islamic terrorism. Men, women and children viciously mowed down. Lives ruined. Families ripped apart. A nation in mourning. The damage and devastation that can be inflicted by Islamic radicals has been proven over and over – at the World Trade Center, at an office party in San Bernardino, at the Boston Marathon, and a military recruiting center in Chattanooga, Tennessee. **And many, many other locations.**

Only weeks ago, in Orlando, Florida, 49 wonderful Americans were savagely murdered by an Islamic terrorist. This time, the terrorist targeted our LGBTQ community. **No good. And we're going to stop it.** As your President, I will do everything in my power to protect our LGBTQ citizens from the violence and oppression of a hateful foreign ideology.

I must say as a Republican it is so nice to hear you cheering for what I just said. Thank you.

To protect us from terrorism, we need to focus on three things. We must have the best, **absolutely the best** intelligence-gathering operation in the world. We must abandon the failed policy of nation-building and regime change that Hillary Clinton pushed in Iraq, Libya, Egypt and Syria.

Instead, we must work with all of our allies who share our goal of destroying ISIS and stamping out Islamic terrorism **and doing it now, doing it quickly. We're going to win. We're going to win fast.** This includes working with our greatest ally in the region, the State of Israel.

Recently I have said that NATO was obsolete, because it did not properly cover terror, and also, that many of the member countries were not paying their fair share. As usual, the United States has been picking up the cost. Shortly thereafter, it was announced that NATO will be setting up a new program in order to combat terrorism -- a true step in the right direction.

Lastly, **and very importantly** we must immediately suspend immigration from any nation that has been compromised by terrorism until such time as proven vetting mechanisms have been put in place. **We don't want them in our country.**

My opponent has called for a radical 550% increase in Syrian -- **Think of this. Think of this. This is not believable I know, but this is what's happening** -- 550% increase in Syrian refugees on top of existing massive refugee flows coming into our country **already under the »leadership« of President Obama.** She proposes this despite the fact that there's no way to screen these refugees in order to find out who they are or where they come from.

I only want to admit individuals into our country who will support our values and love our people. Anyone who endorses violence, hatred or oppression is not welcome in our country and never will be. Decades of record immigration have produced lower wages and higher unemployment for our citizens, especially for African-American and Latino workers. We are going to have an immigration system that works, but one that works for the American people.

On Monday, we heard from three parents whose children were killed by illegal immigrants Mary Ann Mendoza, Sabine Durden, and **my friend** Jamiel Shaw.

They are just three brave representatives of many thousands **who have suffered so greatly.** Of all my travels in this country, nothing has affected me more deeply -- **nothing even close** I

have to tell you-- than the time I have spent with the mothers and fathers who have lost their children to violence spilling across our borders, **which we can solve. We have to solve it.** These families have no special interests to represent them. There are no demonstrators to protest on their behalf.

My opponent will never meet with them, or share in their pain, **believe me.** Instead, my opponent wants Sanctuary Cities. But where was sanctuary for Kate Steinle? Where was sanctuary for the children of Mary Ann and Sabine and Jamiel? Where was sanctuary for all the other -- **oh, it is so sad to even be talking about it because we can solve this problem so quickly --** Where was the sanctuary for all of the other Americans who have been so brutally murdered, and who have suffered so **so** horribly?

These wounded American families have been alone. But they are not alone any longer. Tonight, this candidate and **this a** whole nation stand in their corner to support them, to send them our love, and to pledge in their honor that we will save countless more families from suffering and the same awful fate. We are going to build a great border wall to stop illegal immigration, to stop the gangs and the violence, and to stop the drugs from pouring into our communities.

I have been honored to receive the endorsement of America's Border Patrol Agents, and will work directly with them to protect the integrity of our lawful, **lawful, lawful** immigration system. **Lawful.** 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 won't be happening very much anymore. Believe me.** Peace will be restored. By enforcing the rules for the millions who overstay their visas, our laws will finally receive the respect they deserve.

Tonight, I want every American whose demands for immigration security have been denied – and every politician who has denied them – to listen very closely to the words I am about to say. ~~On January 21st of 2017, the day after I take the oath of office,~~ **On January 20th 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.

We are going to be considerate and compassionate to everyone. But my greatest compassion will be for our own struggling citizens.

USA! USA!

My plan is the exact opposite of the radical and dangerous immigration policy of Hillary Clinton. Americans want relief from uncontrolled immigration. **Which is what we have now.** Communities want relief. Yet Hillary Clinton is proposing mass amnesty, mass immigration, and mass lawlessness. Her plan will overwhelm your schools and hospitals, further reduce your jobs and wages, and make it harder for recent immigrants to escape **the tremendous cycle of poverty that they're going through right now and make it almost impossible to join the middle class.** I have a different vision for our workers. It begins with a new, fair trade policy that protects our jobs and stands up to countries that cheat. **Of which there are many.**

It's been a signature message of my campaign from day one, and it will be a signature feature of my presidency from the moment I take the oath of office.

I have made billions of dollars in business making deals – now I'm going to make our country rich again. **Using the the greatest business people in the world, which our country has,** I am going to turn our bad trade agreements into great trade agreements. America has lost nearly-one third of its manufacturing jobs since 1997, following the enactment of disastrous trade deals supported by Bill and Hillary Clinton.

Remember, it was Bill Clinton who signed NAFTA, one of the worst economic deals ever made by our country -- **or, frankly, any other country.** Never ever again. I am going to bring our jobs back to Ohio and Pennsylvania and New York and Michigan and all of America – and I am not going to let companies move to other countries, firing their employees along the way, without consequences. **Not going to happen anymore.**

My opponent, on the other hand, has supported virtually every trade agreement that has been destroying our middle class. She supported NAFTA, and she supported China's entrance into the World Trade Organization – another one of her husband's colossal mistakes **and disasters.** She supported the job-killing trade deal with South Korea. She has supported the Trans-Pacific Partnership. The TPP will not only destroy our manufacturing, but it will make America subject to the rulings of foreign governments **and it's not going to happen.**

I pledge to never sign any trade agreement that hurts our workers, or that diminishes our freedom and independence. **I will never, ever sign bad trade deals. America first, again! America first!** Instead, I will make individual deals with individual countries. No longer will

we enter into these massive transactions, with many countries, that are thousands of pages long – and which no one from our country even reads or understands.

We are going to enforce all trade violations, ~~including through the use of taxes and tariffs~~, against any country that cheats. This includes stopping China's outrageous theft of intellectual property, along with their illegal product dumping, and their devastating currency manipulation. **They are the greatest that ever came about; they are the greatest currency manipulators ever!** Our horrible trade agreements with China and many others, will be totally renegotiated. That includes renegotiating NAFTA to get a much better deal for America – and we'll walk away if we don't get that kind of a deal.

~~We are~~ Our country is going to start building and making things again. Next comes the reform of our tax laws, regulations and energy rules. While Hillary Clinton plans a massive -- and I mean massive -- tax increase, I have proposed the largest tax reduction of any candidate who has declared for the presidential race run for president this year – Democrat or Republican.

Middle-income Americans will experience profound relief, and taxes will be simplified for everyone, and I mean everyone. America is one of the highest-taxed nations in the world. Reducing taxes will cause new companies and new jobs to come roaring back into our country. **Believe me, it'll happen, and it'll happen fast.** Then we are going to deal with the issue of regulation, one of the greatest job-killers of them all. Excessive regulation is costing our country as much as \$2 trillion a year, and we will end it very, very quickly. We are going to lift the restrictions on the production of American energy.

This will produce more than \$20 trillion in job-creating economic activity over the next four decades. My opponent, on the other hand, wants to put the great miners and steel workers of our country out of work and out of business — that will never happen with Donald J. Trump as president. **Our steelworkers and our miners are going back to work again.** 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 – We will build the roads, highways, bridges, tunnels, airports, and the railways of tomorrow. This, in turn, will create millions of more jobs. We will rescue kids from failing schools by helping their parents send them to a safe school of their choice. My opponent would rather protect ~~educational~~ bureaucrats than serve American children. **And that's what she's doing, and that's what she's done.**

We will repeal and replace disastrous Obamacare. You will be able to choose your own doctor again. And we will fix TSA at the airports **which is a total disaster!**

Thank you. Thank you.

We are going to work with all of our students who are drowning in debt to take the pressure off these young people just starting out in their adult lives. Tremendous problem.

We will completely rebuild our depleted military, and the countries that we protect, less at a massive cost to us, will be asked to pay their fair share. **We will take care of our great veterans like they have never been taken care of before. My just-released Ten Point Plan has received tremendous veteran support. We will guarantee those who serve this country will be able to visit the doctor or hospital of their choice without waiting five days in line and dying.**

My opponent dismissed the VA scandal ~~as being not widespread~~ – one more sign of how out of touch she really is. We are going to ask every Department Head in government to provide a list of wasteful spending projects that we can eliminate in my first 100 days. The politicians have talked about it **this for years, but** I'm going to do it.

We are ~~also~~ going to appoint justices to the United States Supreme Court who will uphold our laws and our Constitution. The replacement for **our beloved** Justice Scalia will be a person of similar views, principals and **judicial philosophies. Very important.** This will be one of the most important issues decided by this election. My opponent wants to essentially abolish the 2nd amendment. I, on the other hand, received the early and strong endorsement of the National Rifle Association and will protect the right of all Americans to keep their families safe.

At this moment, I would like to thank the evangelical and religious community because **I'll tell you what, the support they have given me, and I'm not sure I totally deserve it has been so amazing and has had such a big reason for me being here tonight. So true.** They have so much to contribute to our politics, yet our laws prevent you from speaking your minds from your own pulpits. An amendment, pushed by Lyndon Johnson, many years ago, threatens religious institutions with a loss of their tax-exempt status if they openly advocate their political views. **Their voice has been taken away.**

I am going to work very hard to repeal that language and protect free speech for all Americans. We can accomplish these great things, and so much more – all we need to do is start believing in ourselves and in our country again. **Start believing.** It is time to show the whole world that America is back – bigger, and better and stronger than ever before.

In this journey, I'm so lucky to have at my side my wife Melania and my wonderful children, Don, Ivanka, Eric, Tiffany, and Barron: you will always be my greatest source of pride and joy. **And by the way, Melania and Ivanka - did they do a job?**

My Dad, Fred Trump, was the smartest and hardest working man I ever knew. I wonder sometimes what he'd say if he were here to see this **and to see me** tonight. It's because of him that I learned, from my youngest age, to respect the dignity of work and the dignity of working people. He was a guy most comfortable in the company of bricklayers and carpenters, and electricians and I have a lot of that in me also. **I love those people.**

Then there's my mother, Mary. She was strong, but also warm and fair-minded. She was a truly great mother. She was also one of the most honest and charitable people I have ever known, and a great, **great** judge of character. **She could pick 'em out from anywhere.** To my sisters Mary Anne and Elizabeth, my brother Robert and my late brother Fred, I will always give you my love. You are most special to me.

I have had a truly great life in business. But now, my sole and exclusive mission is to go to work for our country – to go to work for you. It's time to deliver a victory for the American people. **We don't win anymore, but we are going to start winning again.** But to do that, we must break free from the petty politics of the past. America is a nation of believers, dreamers, and strivers that is being led by a group of censors, critics, and cynics.

Remember: All of the people telling you that you can't have the country you want, are the same people ~~telling you that I wouldn't be standing here tonight~~ **that wouldn't stand -- I mean, they said Trump doesn't have a chance of being here tonight. Not a chance! The same people. Oh, we love defeating those people, don't we? Love it, love it, love it.** No longer can we rely on those same people in politics and in the media, who will say anything to keep a rigged system in place. Instead, we must choose to Believe In America.

History is watching us now. We don't have much time. But history is watching. It's waiting to see if we will rise to the occasion, and if we will show the whole world that America is still free

and independent and strong. I'm asking for your support tonight so that I can be your champion in the White House. **And I will be your champion.**

My opponent asks her supporters to recite a three-word loyalty pledge. It reads: "I'm With Her". I choose to recite a different pledge.

My pledge reads: "I'M WITH YOU – THE AMERICAN PEOPLE."

I am your voice.

So to every parent who dreams for their child, and every child who dreams for their future, I say these words to you tonight: I'm With You, and I will fight for you, and I will win for you.

To all Americans tonight, in all our cities and **in all of our** towns, I make this promise:

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!

Thank you! God bless you, and good night! I love you!

PRILOGA B: Govor Donaldja J. Trumpa ob inavguraciji za 45. predsednika ZDA

Chief Justice Roberts, President Carter, President Clinton, President Bush, President Obama, fellow Americans, and people of the world: Thank you.

We, the citizens of America, are now joined in a great national effort to rebuild our country and to restore its promise for all of our people.

Together, we will determine the course of America and the world for years to come.

We will face challenges. We will confront hardships. But we will get the job done.

Every four years, we gather on these steps to carry out the orderly and peaceful transfer of power, and we are grateful to President Obama and First Lady Michelle Obama for their gracious aid throughout this transition. They have been magnificent.

Today's ceremony, however, has very special meaning. Because today we are not merely transferring power from one administration to another, or from one party to another -- but we are transferring power from Washington, D.C. and giving it back to you, the American People.

For too long, a small group in our nation's Capital has reaped the rewards of government while the people have borne the cost. Washington flourished -- but the people did not share in its wealth. Politicians prospered -- but the jobs left, and the factories closed.

The establishment protected itself, but not the citizens of our country. Their victories have not been your victories; their triumphs have not been your triumphs; and while they celebrated in our nation's capital, there was little to celebrate for struggling families all across our land.

That all changes -- starting right here, and right now, because this moment is your moment: it belongs to you.

It belongs to everyone gathered here today and everyone watching all across America. This is your day. This is your celebration. And this, the United States of America, is your country.

What truly matters is not which party controls our government, but whether our government is controlled by the people. January 20th 2017, will be remembered as the day the people became the rulers of this nation again. The forgotten men and women of our country will be forgotten no longer.

Everyone is listening to you now.

You came by the tens of millions to become part of a historic movement the likes of which the world has never seen before. At the center of this movement is a crucial conviction: that a nation exists to serve its citizens.

Americans want great schools for their children, safe neighborhoods for their families, and good jobs for themselves. These are the just and reasonable demands of a righteous public.

But for too many of our citizens, a different reality exists: Mothers and children trapped in poverty in our inner cities; rusted-out factories scattered like tombstones across the landscape of our nation; an education system flush with cash, but which leaves our young and beautiful students deprived of knowledge; and the crime and gangs and drugs that have stolen too many lives and robbed our country of so much unrealized potential.

This American carnage stops right here and stops right now.

We are one nation -- and their pain is our pain. Their dreams are our dreams; and their success will be our success. We share one heart, one home, and one glorious destiny.

The oath of office I take today is an oath of allegiance to all Americans.

For many decades, we've enriched foreign industry at the expense of American industry; subsidized the armies of other countries while allowing for the very sad depletion of our military; we've defended other nation's borders while refusing to defend our own; and spent trillions of dollars overseas while America's infrastructure has fallen into disrepair and decay.

We've made other countries rich while the wealth, strength, and confidence of our country has disappeared over the horizon.

One by one, the factories shuttered and left our shores, with not even a thought about the millions upon millions of American workers left behind.

The wealth of our middle class has been ripped from their homes and then redistributed across the entire world.

But that is the past. And now we are looking only to the future. We assembled here today are issuing a new decree to be heard in every city, in every foreign capital, and in every hall of power.

From this day forward, a new vision will govern our land.

From this moment on, it's going to be America First.

Every decision on trade, on taxes, on immigration, on foreign affairs, will be made to benefit American workers and American families. We must protect our borders from the ravages of other countries making our products, stealing our companies, and destroying our jobs. Protection will lead to great prosperity and strength.

I will fight for you with every breath in my body -- and I will never, ever let you down.

America will start winning again, winning like never before.

We will bring back our jobs. We will bring back our borders. We will bring back our wealth. And we will bring back our dreams.

We will build new roads, and highways, and bridges, and airports, and tunnels, and railways all across our wonderful nation.

We will get our people off of welfare and back to work -- rebuilding our country with American hands and American labor.

We will follow two simple rules: Buy American and hire American.

We will seek friendship and goodwill with the nations of the world -- but we do so with the understanding that it is the right of all nations to put their own interests first.

We do not seek to impose our way of life on anyone, but rather to let it shine as an example for everyone to follow.

We will reinforce old alliances and form new ones -- and unite the civilized world against radical Islamic terrorism, which we will eradicate completely from the face of the Earth.

At the bedrock of our politics will be a total allegiance to the United States of America, and through our loyalty to our country, we will rediscover our loyalty to each other.

When you open your heart to patriotism, there is no room for prejudice. The Bible tells us, "How good and pleasant it is when God's people live together in unity."

We must speak our minds openly, debate our disagreements honestly, but always pursue solidarity.

When America is united, America is totally unstoppable.

There should be no fear -- we are protected, and we will always be protected.

We will be protected by the great men and women of our military and law enforcement and, most importantly, we are protected by God.

Finally, we must think big and dream even bigger.

In America, we understand that a nation is only living as long as it is striving.

We will no longer accept politicians who are all talk and no action -- constantly complaining but never doing anything about it.

The time for empty talk is over. Now arrives the hour of action.

Do not let anyone tell you it cannot be done. No challenge can match the heart and fight and spirit of America.

We will not fail. Our country will thrive and prosper again.

We stand at the birth of a new millennium, ready to unlock the mysteries of space, to free the Earth from the miseries of disease, and to harness the energies, industries and technologies of tomorrow.

A new national pride will stir our souls, lift our sights, and heal our divisions.

It is time to remember that old wisdom our soldiers will never forget: that whether we are black or brown or white, we all bleed the same red blood of patriots, we all enjoy the same glorious freedoms, and we all salute the same great American Flag.

And whether a child is born in the urban sprawl of Detroit or the windswept plains of Nebraska, they look up at the same night sky, they fill their heart with the same dreams, and they are infused with the breath of life by the same almighty Creator.

So to all Americans, in every city near and far, small and large, from mountain to mountain, and from ocean to ocean, hear these words:

You will never be ignored again.

Your voice, your hopes, and your dreams will define our American destiny. And your courage and goodness and love will forever guide us along the way.

Together, We will make America strong again.

We will make wealthy again.

We will make America proud again.

We will make America safe again.

And yes, together, we will make America great again. Thank you. God bless you. And God bless America.

PRILOGAC: Prevod citatov

Prevod Nina Bizjak:

¹ »Naši politiki so agresivno izvajali politiko globalizacije – selili naše službe, naše bogastvo in naše tovarne v Mehiko in druge države po svetu.«

² »Donald J. Trump poziva k celotni in popolni zaustavitvi vstopa muslimanov v ZDA, dokler ne naši državni voditelji ugotovijo, kaj za vraga se dogaja.«

³ »Ko Mehika pošilja svoje ljudi, ne pošilja svojih najboljših. Ne pošilja vas. Pošilja ljudi, ki imajo veliko težav in te težave prinašajo s seboj. Prinašajo droge. Prinašajo kriminal. So posiljevalci. In nekateri, predvidevam, so dobri ljudje.«

⁴ »Zelo rad imam Kitajsko, zelo rad imam Kitajce. Spoštujem kitajske voditelje, ampak saj veste, Kitajska nas izkorisča že mnogo, mnogo let in ne moremo dopustiti, da se to še naprej nadaljuje.«

⁵ »Vsa naša podjetja bi morala biti kaznovana, če preselijo svoje obrate v tujino.«

⁶ »NAFTA je bil najslabši gospodarski sporazum v zgodovini, vstop Kitajske v Svetovno trgovinsko organizacijo pa je omogočil največjo krajo služb v zgodovini.«

⁷ »Ne glede na to kdo je, mi branimo vsakogar. Ko ste v dvomih, pridite v ZDA. Mi vas bomo branili. V nekaterih primerih tudi zastonj.«

⁸ »Sem velik oboževalec zvez NATO, ampak morali bodo plačati.«

⁹ »Nimamo nobene koristi od Združenih narodov. Ne spoštujejo nas, ne upoštevajo nas in še vedno znova jih nesorazmerno financiramo.«

¹⁰ »Zgradil bom mogočen zid. Nihče ne gradi zidov bolje od mene, verjemite mi. In zgradil jih bom zelo poceni. Zgradil bom mogočen, mogočen zid na naši južni meji. In Mehika bo plačala zanj. Zapomnite si moje besede.«

¹¹ »Zid je ravnokar postal 10 čevljev višji.«

¹² »Veliko ljudi prihaja k nam. In s tem ne mislim samo Mehičane. To so ljudje, ki so od vseposod, ki so morilci in posiljevalci in prihajajo v to državo.«

¹³ »Nekdo posiljuje, Don. Dejstvo je, da so ženske posiljene. No, torej kdo posiljuje?«

¹⁴ »Na drugi strani New Jerseyja, kjer je velika arabska populacija, so ljudje vzklikali.«

¹⁵ »Ničesar ni, kar politični establišment ne bo storil – nobene laži se ne bodo branili, da bi obdržali svoj prestiž in moč na vaš račun.«

¹⁶ »Čas je, da se močvirje v Washingtonu D.C. izsuši.«

¹⁷ »Čas je, da posebni interesi nehajo bogateti. Čas je, da obogati ameriško ljudstvo.«

¹⁸ »Popolnoma jo imajo v lasti in to se ne bo nikoli spremenilo.«

¹⁹ »Obstaja razlog, zakaj upravljalci skladov donirajo kampanji Hillary Clinton in ne moji. Vsi bogatijo na račun pokvarjenega sistema in tisti, ki si ne želijo sprememb, mečejo svoj denar Hillary Clinton. Moja kampanja stoji na mojem lastnem denarju in na manjših dolarskih vsotah patriotskih državljanov.«

²⁰ »Slišali ste me govoriti, da je sistem pokvarjen. Ampak sedaj tega ne govorim več, ker sem zmagal. Okej? Res je. Veste, sedaj mi je vseeno.«

²² »Lažnivi Ted, Mali Marco, Jeb »nizkoenergijski« Bush.«

²² »Pokvarjena Hillary, Brezsrčna Hillary, Nestabilna Hillary in Lažniva Hillary.«

²³ »Nisem si mislil, da bom kdaj to rekel, ampak bom vseeno rekel. In sovražim, da moram to reči. Ampak, če zmagam, bom naročil generalnemu državnemu tožilcu naj najame posebnega preiskovalca, ki bo pregledal tvoj položaj, saj toliko laži in toliko zavajanj ni bilo še nikdar. Ljudje so bili uničeni, uničena so bila njihova življenja, če so storili zgolj eno petino tega, kar si ti. To je sramota in pošteno bi te moralno biti sram.«

²⁴ »To se dobro sliši pred volitvami – a sedaj nam je vseeno, kajne?«

²⁵ »O ISIS vem več kot generali, verjemite mi. Pošteno bi jih zbombardiral. Tiste zgube bi kar zbombardiral.«

²⁶ »Problem v politiki je ta, da če vam sedaj povem svoj načrt, bodo vsi rekli: »Vav, kakšna dobra ideja.« Imeli boste 10 kandidatov, ki bodo to uporabili, a ne bodo povedali, kje so dobili idejo – od mene. Ampak ne, jaz imam najboljši načrt za zmago na ISIS.«

²⁷ »Imam enostavno sporočilo za ISIS: njihovi dnevi so jim šteti. Ne bom povedal kje in ne bom jim povedal na kakšen način. Kot narod moramo biti bolj nepredvidljivi. Popolnoma smo predvidljivi. Povemo čisto vse.«

²⁸ »Število služb bo naraščalo, kot niste videli še nikdar. Sem zelo dober za službe. V bistvu bom jaz najboljši predsednik za službe, kar jih je Bog, kdaj ustvaril. To vam lahko zagotovim.«

²⁹ »Sem zdaleč najuspešnejša oseba, ki je kdajkoli kandidirala za predsednika. Še nikoli ni bil nihče bolj uspešen od mene.«

³⁰ »Imam najboljši temperament ozioroma zagotovo enega najboljših temperamentov od vseh, ki so kdajkoli kandidirali za predsedniško pisarno. Kdajkoli.«

³¹ »Razumem davčne zakone bolje od skoraj vseh, zaradi česar sem edini, ki jih lahko resnično tudi popravim.«

³² »Mislim, da je opravičilo izvrstno dejanje, ampak za to moraš biti v zmoti. Vsekakor se bom enkrat v bližnji prihodnosti opravičil, če bom kdaj v zmoti.«

³³ »Napadel bi jih z vso silo. Našel bi primernega generala, našel bi Pattona ali MacArthurja. Napadel bi jih tako močno, da bi se glave obračale.«

³⁴ »Nihče ni večji in boljši glede vojske, kot sem jaz.«

³⁵ »Poglejte ta obraz. Bi kdo glasoval zanj? Si predstavljate takšen obraz kot obraz našega novega predsednika? Ženska je, zato ne bi smel govoriti grdih stvari, ampak resnično, ljudje, dajmo no. Resno?«

³⁶ »Ko sem prišel ven, sem tekmoval proti 17 zelo sposobnim ljudem ... in ženski.«

³⁷ »Samo Rosie O'Donnell.«

³⁸ »Izrekel sem ji veliko težkih besed in mislim, da se bodo vsi strinjali z menoj, da si jih je zaslужila. Nikomur se ne smili.«

³⁹ »Lahko si videl teči kri iz njenih oči, teči kri iz njene – karkoli že.«

⁴⁰ »Tekom svojega življenja, Megyn, ti je bilo izrečeno že veliko hujšega, kajne?«

⁴¹ »Tako sem že sit tega politično korektnega sranja.«

⁴² »Neodgovorna retorika našega predsednika, ki je predsedstvo izkoristil, da nas je razdelil glede na raso in barvo, je Ameriko naredila nevarnejšo za vse, kot to ni še nikomur kdaj prej uspelo.«

⁴³ »Mi bomo to zaustavili. Ne bo se več dogajalo. Verjemite mi.«

⁴⁴ »Premagali bomo ISIS barbare. In premagali jih bomo hitro.«

⁴⁵ »Imam sporočilo za vsakogar, ki ogroža mir na naših ulicah in varnost naše policije: po tem, ko bom naslednje leto zaprisegel profesionalno prisego, bom ponovno vzpostavil javni red in mir v državi. Verjemite mi. Verjemite mi.«

⁴⁶ »Povrnil bom naša delovna mesta v Ohio in Pensilvanijo in New York in Michigan in celotno Ameriko. In ne bom dopustil, da se podjetja selijo v tujino ter zaradi tega odpuščajo svoje delavce brez posledic.«

⁴⁷ »Moja nasprotnica pa je po drugi strani podpirala skoraj vsak trgovinski sporazum, ki uničuje naš srednji razred.«

⁴⁸ »Prisegam, da ne bom nikdar sklenil trgovinskega sporazuma, ki škoduje našim delavcem ali ki zmanjšuje našo svobodo in neodvisnost. Nikoli in nikdar ne bom podpisal slabega trgovinskega sporazuma. Amerika prva!«

⁴⁹ »Politiki govorijo o tem že leta, jaz pa bom to tudi storil.«

⁵⁰ »Moja nasprotnica se ne bi nikdar srečala z njimi ali delila z njimi njihovo bolečino, verjemite mi.«

⁵¹ »Velika podjetja, elitni mediji in mogočni donatorji, vsi podpirajo kampanjo moje nasprotnice, saj vedo, da bo dopustila naš pokvarjen sistem nedotaknjen. Darujejo ji denar, saj imajo popoln nadzor nad njenimi dejanji. Ona je njihova lutka, katere niti vlečejo oni.«

⁵² »Nihče ne pozna sistema bolje od mene, zato ga lahko samo jaz tudi popravim.«

⁵³ »Sam sem zaslužil na milijone dolarjev s poslovnimi odločitvami – sedaj bom poskrbel, da bo naša država znova obogatela.«

⁵⁴ »Zgradili bomo mogočen zid na meji za zaustavitev nezakonitega priseljevanja, za zaustavitev tolpa ter nasilja in za zaustavitev pritoka drog v našo skupnost.«

⁵⁵ »Nenazadnje, in kar je zelo pomembno, je to, da moramo takoj prekiniti priseljevanje iz katere koli države, ki je ogrožena s terorizmom, dokler ne bodo vzpostavljeni zanesljivi kontrolni mehanizmi. Nočemo jih v naši državi.

⁵⁶ »Uveljavljali bomo vse gospodarske mehanizme proti katerikoli goljufivi državi. To zajema zaustavitev nezaslišane kraje intelektualne lastnine s strani Kitajske, vključujuč njihov nezakonit dumping izdelkov, in njihove uničajoče manipulacije valut.«

⁵⁷ »Ne moremo si več privoščiti biti tako politično korektni. Če bi torej želeli slišati korporativni spin, skrbno oblikovane laži in medijske mite – demokrati bodo imeli svojo konvencijo naslednjki teden.«

⁵⁸ »Jaz sem vaš glas!«

⁵⁹ »Jaz sem vaš glas! Jaz sem z vami – ameriškim ljudstvom!«

⁶⁰ »Ponovno bomo naredili Ameriko močno. Ponovno bomo naredili Ameriko ponosno. Ponovno bomo naredili Ameriko varno. In ponovno bomo naredili Ameriko mogočno.«

⁶¹ »Agentje ameriške obmejne patrulje so me počastili z izrazom podpore. Neposredno bom sodeloval z njimi za zaščito našega zakonitega, zakonitega, zakonitega sistema priseljevanja. Zakonitega.«

⁶² »In mimogrede, Melania in Ivanka – sta opravili delo?«

⁶³ »Kako krasna je naša policija? In kako krasen je Cleveland?«

⁶⁴ »To bomo popravili.«

⁶⁵ »Ker danes ne prenašamo zgolj moči od ene administracije k drugi ali od ene stranke k drugi – ampak prenašamo moč od Washingtona D.C. in ga vračamo vam, ameriškemu ljudstvu.«

⁶⁶ »20. januar 2017 bo ostal v spominu kot dan, ko so ljudje ponovno postali voditelji tega naroda.«

⁶⁷ »Drug z drugim moramo biti odkriti, pošteno diskutirati naša nesoglasja, ampak vedno stremeti k solidarnosti.«

⁶⁸ »Prizadevali si bomo k prijateljstvu in dobrohotnosti z drugimi narodi sveta – toda to bomo storili z idejo v mislih, da je pravica vsakega naroda, da postavi svoje interese na prvo mesto.«

⁶⁹ »Amerika bo pričela ponovno zmagovati, zmagovati kot še nikoli poprej.«

⁷⁰ »Sledili bomo dvema enostavnima praviloma: kupovati ameriško in zaposlovati ameriško.«

⁷¹ »Naša politika bo temeljila na popolni predanosti Združenim državam Amerike in skozi svojo zvestobo naši državi bomo ponovno odkrili svojo zvestobo drug drugemu.«

⁷² »Ko je Amerika združena, je Amerika popolnoma neustavljiva.«

⁷³ »Ta ameriški pokol se tukaj in v tem trenutku konča.«

⁷⁴ »Za vas se bom boril do svojega zadnjega diha in nikoli vas ne bom pustil na cedilu.«

⁷⁵ »Nič več se ne bomo zadovoljili s politiki, ki samo besedičijo in nič ne storijo – se neprestano pritožujejo, a glede tega ničesar ne storijo.«

⁷⁶ »Pozabljeni možje in žene naše države ne bodo več pozabljeni. Sedaj vas vsi poslušajo.«

⁷⁷ »Ponovno bomo okrepili stara zavezništva in oblikovali nova ter združili civiliziran svet v boju proti radikalnemu islamiščnemu terorizmu, ki ga bomo izbrisali z obličja zemlje.«

⁷⁸ »V Bibliji piše: kako dobro in prijetno je, ko Božji ljudje prebivajo skupaj.«

⁷⁹ »Nazaj bomo pripeljali naše službe. Nazaj bomo pripeljali naše meje. Nazaj bomo pripeljali naše bogastvo. In nazaj bomo pripeljali naše sanje. Zgradili bomo nove ceste, in avtoceste, in mostove, in letališča, in tunele, in železnice po vsej naši prelepi državi. Svoje ljudi bomo spravili s socialne podpore in jim omogočili delo – obnovili bomo našo državo z ameriškimi rokami in ameriško delovno silo.«

⁸⁰ »Profesionalna prisega, ki jo zaprisegam danes, je zaprisega vdanosti vsem Američanom.«

⁸¹ »V dno duše sem demokrat. Toda na dan volitev bom glasoval za @realDonaldTrump.«

⁸² »@realDonaldTrump POPOLNOMA si raztural in zmagal!!! Naredite Ameriko ponovno mogočno g. Trump! «

⁸³ »Veliko sreče želim vsem republikanskim kandidatom, ki so odšli v Kalifornijo prosti Koch Brothers za denar, itd. Lutke?«

⁸⁴ »Samofinanciram svojo kampanjo in poskrbel bom za ljudi – ne pa za posebne interese in zavarovalnice kot drugi kandidatje.«

⁸⁵ »Samomorilski napadalec je pravkar ubil ameriške vojake v Afganistanu. Kdaj bodo naši voditelji postali neizprosni in pametni? Vodijo nas v pokol!«

⁸⁶ »Petek je. Koliko beloglavih orlov je umrlo pod vetrnimi turbinami danes? Te so okoljska in estetična katastrofa.«

⁸⁷ »Veliko ljudi trdi ...«

⁸⁸ »Verjemite mi.«

⁸⁹ »Ne bom imenoval Megyn Kelly neumnica, ker bi to bilo politično nekorektno. Namesto tega ji bom raje rekel nepomembna poročevalka.«

⁹⁰ »Zapomnite si, da je Marco Rubio zelo šibek glede ilegalnega priseljevanja. Južna Karolina potrebuje moč, saj ilegalci in Sirci kar derejo k nam. Ne dovolite tega.«

⁹¹ »Vav, kakšna čudovita noč. Hvala, Južna Karolina, zelo poseben kraj z resnično čudovitim ljudmi! LJUBEZEN.«

⁹² »@KatrinaCampins Hvala za čudovite izjave o meni, ki si jih izrekla na TV. Nadaljuj z odličnim delom!«

⁹³ »Vav, vse ankete pravijo, da sem zmagal v debati včeraj zvečer. Velika čast!«

⁹⁴ »Če Hillary Clinton ne more zadovoljiti svojega moža, zakaj meni, da lahko zadovolji Ameriko?«

⁹⁵ »@FoxNews sram bi vas moralo biti. Priskrbel sem vam najvišjo gledanost v vaši zgodovini & vi nimate za reči nič, kot samo grde stvari. «

⁹⁶ »Lažnivi Ted Cruz in nepomembni Marco Rubio sta včeraj zvečer združila moči v svojem zadnjem poskusu, da bi ustavila naše mogočno gibanje. Ni jima uspelo!«

⁹⁷ »Če bi ogabni in pokvarjeni mediji o meni poročali odkrito in ne bi pripisovali napačnih pomenov mojim besedam, bi vodil Hillary za 20 odstotkov.«

⁹⁸ »Toliko »politično korektnih« bedakov je v naši državi. Pričeti moramo z delom in prenehati tratiči čas in energijo za neumnosti.«

⁹⁹ »Amerikanizem, ne globalizem, bo naš moto.«

¹⁰⁰ »...za m***o.«