

**Дискурс американских политических дебатов: гендерный фактор коммуникативного взаимодействия (на материале предвыборных дебатов США)**

**Научный руководитель – Левицкий Андрей Эдуардович**

***Свищева Арина Петровна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра лингвистики и межкультурной коммуникации, Москва, Россия  
*E-mail: arinaasvii@gmail.com*

Целью данного исследования является коммуникативно-прагматический анализ языковых средств реализации коммуникативных стратегий и сопутствующих им тактик с учетом гендерного фактора в рамках предвыборного американского дискурса. Актуальность темы обусловлена тем, что произошедшие за последнее столетие изменения в способах передачи информации, активное развитие электронной коммуникации, а также смена гендерных ролей и появление женщин-политиков в политических структурах обострили существующие проблемы языка и власти.

Основная функция политических дебатов - воздействующе-агитационная. В ходе дебатов политик стремится добиться победы над противником, что определяет сущность политического общения, его конфликтно-манипулятивный, а также аргументационно-конфронтационный характер [1].

Материалом для практического анализа послужили политические дебаты в США в следующие годы: 1984 (кандидаты на пост вице-президента: Джордж Буш-старший - Джеральдин А. Ферраро), 2016 (кандидаты на пост президента: Дональд Трамп - Хиллари Клинтон), 2020 (кандидаты на пост вице-президента: Майк Пенс - Камала Харрис). Всего было проанализировано 5 текстов предвыборных дебатов (общее число знаков - 369 213). Основная теоретико-методологическая база данного исследования включает в себя работы по изучению дискурса, в том числе, политического (В.В. Карасик, Н.Д. Арутюнова, Е.И. Шейгал, В.З. Демьянков, И.А. Стернин и др.), коммуникативных стратегий и тактик (О.С. Иссерс, О.Н. Паршина, О.Л. Михалева, М.Л. Макаров и др.), а также речевого поведения мужчин и женщин (Р. Лакофф, Д. Таннен, Н.И. Формановская, Е.И. Горошко, Е.С. Гриценко и др.).

*Объект* изучения - гендерный аспект коммуникативного воздействия в американском предвыборном дискурсе. *Предмет* изучения - языковые средства реализации коммуникативных стратегий и сопутствующих им тактик с учетом гендерного фактора в американском предвыборном дискурсе.

Главным компонентом коммуникативного воздействия в политической коммуникации является коммуникативная стратегия - комплекс речевых действий, направленный на достижение какой-либо цели. Наряду с коммуникативной стратегией важное место в теории речевого воздействия занимает тактика - одно или несколько речевых действий, направленных на реализацию стратегии [2:54]. В процессе общения коммуникативная стратегия зависит от изменяющегося контекста дискурса, а также от речевых действий оппонента. Соответственно, одним из главных признаков стратегии является динамика соотношения осуществляемого в данный момент хода с предшествующим, а также их влияние на последующие [3].

В персуазивном дискурсе женщины-политики, с одной стороны, вынуждены «подстраиваться» под агональный характер предвыборного дискурса, используя язык в качестве инструмента для ведения борьбы и завоевания власти, с другой стороны, традиционно женское речевое поведение отличается от мужского, что наблюдается в таких проявлениях, как отсутствие доминантности, лучшее умение выслушать собеседника, а также в целом речевое поведение женщин более «гуманно» [5].

В основу анализа положена классификация О.Л. Михалевой [4], как наиболее универсальная и позволяющая рассмотреть политическую коммуникацию с учётом гендерного параметра как прагматического фактора. В результате анализа предвыборных дебатов США были выделены следующие тактики, способствующие реализации стратегии на повышение значимости статуса политика: тактика презентации, тактика солидаризации, тактика отвода критики, тактика самооправдания и тактика акцентирования положительной информации. Для реализации стратегии на понижение значимости оппонента были выделены: тактика обвинения, тактика обличения, тактика оскорбления, тактика нападения, тактика дистанцирования, а также тактика акцентирования негативной информации.

Сопоставительный анализ коммуникативных стратегий и тактик, использованных женщинами-политиками и мужчинами-политиками, позволяет нам говорить о том, что агональный характер предвыборного дискурса, в значительной степени определяет выбор тактик. Рассмотрим некоторые примеры реализации вышеупомянутых стратегий и тактик. Так, вне зависимости от гендера, Д. Трамп и Х. Клинтон используют тактику самооправдания с целью опровергнуть негативные суждения, выдвинутые в свой адрес, что обусловлено состязательностью предвыборного дискурса. На обвинение Х. Клинтон по поводу одобрения Д. Трампом решения о вводе войск на территорию Ирана, Трамп отрицает данный факт, используя в качестве интенсификатора неоднократный повтор лексической единицы с отрицательной коннотацией («*Clinton: Well, I hope the fact-checkers are turning up the supported the invasion of Iraq // Trump: **Wrong** // Clinton: That is absolutely proved over and over again // Trump: **Wrong. Wrong***» [6]). Вслед за Трампом Х. Клинтон активно борется за власть и не уступает оппоненту. На обвинение Д. Трампа об оглашении планов по борьбе с ИГИЛ врагу, Х. Клинтон даёт резкий ответ, используя синтаксический повтор («*Clinton: Well, at least I have a plan to fight ISIS // Trump: No, no, you're telling the enemy everything*» в ходе анализа было выявлено, что тактика нападения реализуется мужчинами политика («*Trump: **Typical politician. All talk, no action. Sounds good, doesn't work. Never going to happen***»; «*She doesn't have the look. She doesn't have the stamina. I said she doesn't have the stamina*» [6]), в то время как женщины-политики склонны избегать прямой вербальной агрессии («*Trump: I said, there's a person with a temperament that's got a problem // Clinton: **Whew, OK***» [6]), однако это не мешает им реализовать тактику обличения (основывается на реальных фактах) и тактику обвинения (основывается на субъективном мнении) посредством глаголов, прилагательных и существительных с негативной коннотацией, а также количественных числительных («*In fact, **Donald** was one of the people who **rooted** for the housing crisis. . . // **Nine million** people—**nine million** people lost their jobs. **Five million** people lost their homes. And **\$13 trillion** in family wealth was wiped out*» [6]).

На основе результатов проведенного исследования мы можем сделать вывод о том, что выбор коммуникативных стратегий и тактик в предвыборном дискурсе США обусловлен как типом самого дискурса, так и гендером, как одним из прагматических факторов.

## Источники и литература

- 1) Зигманн Ж.В. Структура современного политического дискурса: речевые жанры и

- речевые стратегии. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - М., 2003. С. 24
- 2) Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. С. 288.
  - 3) Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. С. 280.
  - 4) Михалева О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Либроком, 2009. С. 256.
  - 5) Homberger, Dietrich. Männersprache - Frauensprache: Ein Problem der Sprachkultur? // Muttersprache, 1993. S. 89-112.
  - 6) THE COMMISSION ON PRESIDENTIAL DEBATES: <https://www.debates.org/vote-r-education/debate-transcripts/>