

УДК 80.74:324

DOI 10.23951/1609-624X-2017-6-39-43

## ОСНОВНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ В ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЯХ ЖЕНЩИН-ПОЛИТИКОВ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДВЫБОРНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ ХИЛЛАРИ КЛИНТОН)

О. С. Сахарова, И. А. Федорова

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород

Уточняется понятие «политический дискурс». Рассматривается дискурс предвыборного выступления как один из жанров политической коммуникации. Проведен анализ основных дискурсивных коммуникативных тактик, применяемых в политическом тексте предвыборного выступления кандидата в президенты Соединенных Штатов Америки Хиллари Клинтон с целью описания языковой личности политика. Определяется зависимость выбора типа коммуникативной тактики как ключевой способ эффективного воздействия на аудиторию и создания успешного коммуникативного имиджа политика.

**Ключевые слова:** политическая коммуникация, политический дискурс, предвыборное выступление, коммуникативные тактики, речевой портрет политика.

В последнее десятилетие наблюдается пристальный интерес к политической коммуникации. Известно, что политическая коммуникация ориентирована на продвижение определенных планов и идей, на эмоциональное воздействие публики, а также на побуждение к политическим действиям. Неотъемлемой частью политической коммуникации является политический дискурс, который отражает интенцию борьбы за власть. «Политическая коммуникация имеет свой собственный, особый язык – так называемый язык власти, или политический дискурс» [1, с. 54].

Как отмечает А. П. Чудинов, «языковая картина политического мира представляет собой сложное объединение ментальных единиц (концептов, фреймов, стереотипов, сценариев, концептуальных векторов, полей), относящихся к политической сфере коммуникации и политическому дискурсу» [2, с. 194].

Среди лингвистов до сих пор нет единого мнения относительно понятия «политический дискурс», так как этот термин тесно связан с такими научными областями, как лингвистика, психология и политология.

Согласно определению А. Н. Баранова, под политическим дискурсом понимается «совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом» [3, с. 6]. Такая трактовка определения «политический дискурс» представляет собой широкий подход к его содержанию и предстает как многоплановое явление.

Более узкого определения термина «политический дискурс» придерживается Т. А. ван Дейк, который считает, что «политический дискурс – это класс жанров, ограниченный социальной сферой, а именно политикой. Правительственные обсужде-

ния, парламентские дебаты, партийные программы, речи политиков – это те жанры, которые принадлежат сфере политики» [4, с. 122].

Предвыборный дискурс выделяется как один из жанров политической коммуникации, который обладает общественно-политической значимостью и соотносится с большой социальной группой людей, занимающихся политической деятельностью.

Выступление политика, будь то мужчина или женщина, это весьма сложный процесс, который требует серьезной и тщательной подготовки. По мнению М. М. Бахтина, «выступающий должен учитывать знания, взгляды, убеждения адресата, его предубеждения, симпатии и антипатии. Речевое воздействие в политическом дискурсе обычно дополняется такими способами воздействия на публику, как мимика лица, жестикация и т. д.» [5, с. 445].

Предвыборные выступления играют важную роль в политической жизни страны, так как большинство людей осознает тот факт, что от выбора президента будет зависеть успех и процветание их страны в ее различных сферах. Посредством выступлений вживую или с телеэкрана политик привлекает внимание публики, удерживает контакт с народом, добивается расположения аудитории и заручается поддержкой своих граждан. Следовательно, политик должен продумать каждое свое слово, каждую идею и план ее реализации.

Следует отметить тот факт, что у каждого политического деятеля, баллотирующегося на пост президента, имеется своя предвыборная кампания. Предвыборная кампания – это непростой этап для любого кандидата, так как, вступая в предвыборную гонку, кандидат не только обращается к гражданам своей страны, но и к мировому сообществу в целом.

Во время таких выступлений в общественном сознании формируется образ или так называемый

имидж политика. На создание положительного и успешного имиджа политика подчас уходят долгие годы труда не одного человека, а всей команды его единомышленников. Она помогает подобрать выигрышную линию речевого поведения политика, привлекает внимание к таким личностным качествам кандидата, которые соответствуют ожиданиям электората, и советует ему скрыть те недостатки, которые могут быть восприняты аудиторией негативно.

На протяжении долгого времени политика была только мужской монополией, где не было места женщинам. Считалось, что у мужчин более масштабное мышление, они лучшие стратеги и им свойственен язык логики и аргументов. Но наша жизнь не стоит на месте, и сейчас политика перестала быть сугубо мужским занятием. Мы все чаще можем наблюдать женские лица на политической арене, занимающие высокие государственные должности. Женщине-политику необходимо, с одной стороны, «соответствовать представлениям о сильном лидере (быть по-мужски уверенной и твердой), а с другой – избежать упреков в неженственности» [6, с. 211].

Женщина-лидер должна обладать целым арсеналом всевозможных личностных качеств не только, чтобы противостоять жесткой конкуренции на этом сложнейшем политическом поприще, но и чтобы вести за собой большинство людей и, в общем, всю систему.

Политику важно не только произвести положительное впечатление на публику, но и убедить ее принять ту или иную позицию, так сказать, преднамеренно воздействовать на аудиторию с помощью широкого спектра различных языковых средств.

Одним из инструментов манипулирования сознанием собеседника является тактическое планирование речевых действий, ведь от того, насколько продумана тактика выступления, зависит успех или провал выборов. «Коммуникативная тактика – это совокупность тактических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия. Тактика реализует коммуникативное намерение, что является тактическим ходом, практическим средством движения к соответствующей коммуникативной цели» [7, с. 19].

Исследование позволило провести анализ основных коммуникативных тактик предвыборного выступления Хиллари Клинтон. Материалом для исследования послужил текст официального выступления кандидата в президенты США Хиллари Клинтон, а именно предвыборное обращение к жителям города Сан-Диего штата Калифорния.

Для достижения желаемого результата изначально политик должен расположить к себе публи-

ку и привлечь ее внимание. Хиллари делает это, используя контактоустанавливающую тактику. Данная тактика раскрывается при помощи повторов слов благодарности:

*«Thank you, thank you so much. Thank you all very much. Thank you San Diego for that warm, warm welcome... and we are grateful to each and every one of you»* [8].

Слова благодарности политик выражает как городу Сан-Диего, так и людям, работающим на благо Америки, и их семьям, которые заинтересованы в будущем страны.

Следующим этапом выступления Хиллари является ее показ единения со страной и народом. Оно достигается при помощи неоднократного употребления политиком местоимения *we*:

*«On Monday, we observed Memorial Day – a day that means a great deal to San Diego ... and their families. We honor the sacrifice of those who died for our country. We're choosing our next commander-in-chief ... We cannot put the security of our children and grandchildren in Donald Trump's hands»* [8].

В данных примерах видно, что политик чтит и помнит памятные дни Америки, а конкретно День поминовения. Этот день является важным для страны, так как американцы чтят память военных, погибших во всех войнах и вооруженных конфликтах, в которых Соединенные Штаты Америки когда-либо принимали участие. Хиллари Клинтон делает акцент на выборы нового главнокомандующего страной, которому можно доверить решение серьезных вопросов о войне и мире, жизни и смерти. Говоря от лица всего народа, она считает, что Дональду Трампу невозможно доверить безопасность нации.

Для достижения необходимого результата на политической арене политик должен уметь самопрезентовать себя. Самопрезентация происходит от английского слова «self-presentation», т. е. представление себя другим. В английском энциклопедическом словаре оно дословно характеризуется как «управление впечатлением о себе у других людей с помощью бесчисленных стратегий поведения, заключающихся в предъявлении своего внешнего образа другим людям» [9].

Тактика самопрезентации используется всеми политиками без исключения и является универсальной в области политического дискурса. Эта тактика реализуется с помощью самовосхваления, демонстрации профессионализма, успеха и т. д.

В своем выступлении Хиллари Клинтон не забывает упомянуть о своей политической компетентности в системе государственного управления, и делает это она, перечисляя занимаемые ею должности (секретарь штата, сенатор и первая

леди), а также акцентируя внимание на своем предыдущем профессиональном опыте. Политик старается убедить публику в своей осведомленности в области международной политики и способности ее развития:

*«As Secretary of State, Senator and First Lady, I had the honor of representing America abroad... When I was Secretary of State, we worked closely with our allies Japan and South Korea...»* [8].

Одна из наиболее действующих тактик, используемая большинством политиков, – это тактика обещания. Она активно применяется ими для достижения поставленных целей. Основная преследуемая цель Хиллари – быть избранной на пост президента:

*«As a candidate for President, I've offered clear strategies for how to defeat ISIS, strengthen our alliances..., and I'm going to keep America's security at the heart of my campaign»* [8].

Из приведенного выше примера видно, что политик обещает уничтожить главную угрозу всего мира – ИГИЛ (Исламское государство Ирака и Леванта), она также уверяет свою аудиторию в том, что она сделает все, чтобы защитить своих граждан и страну в целом.

Помимо обещаний, женщина-политик строит планы на будущее и озвучивает свои предполагаемые действия по решению проблем в области образования, экономики и социальной жизни:

*«We need to make investments in our infrastructure, education and innovation... We need to reduce income inequality, because... so many people are struggling to provide the basics for their families. And we need to break down the barriers that hold Americans back, including barriers of bigotry and discrimination... We need to stick with our allies... and to be firm but wise with our rivals»* [8].

Хиллари Клинтон отмечает тот факт, что необходимо вложить определенные средства в развитие инфраструктуры, образования и внедрить инновации для создания сильной экономики страны. По мнению политика, в это непростое время, когда многие семьи борются за свое существование, имеет смысл уравнивать доходы населения, так как с их неравенством, страна не может иметь эффективное правление. Еще одной из озвученных ею проблем являются барьеры, которые тянут американцев назад и не дают продвигаться вперед. К таким барьерам можно отнести нетерпимость и дискриминацию. Говоря о проблемах страны и способах их решения, Хиллари делает акцент на то, что необходимо действовать совместно с союзниками и быть стойкими и мудрыми с врагами.

В свою очередь Хиллари не упускает возможность воспользоваться тактикой обвинения. Она

негативно представляет своего оппонента Дональда Трампа, уличает его в некомпетентности, предъявляет ему многочисленные обвинения:

*«Donald Trump's ideas aren't just different – they are dangerously incoherent. They're not even really ideas – just a series of bizarre rants, personal feuds, and outright lies... He believes America is weak. He called our military a disaster. He said we are – and I quote – a “third-world country.” And he's been saying things like that for decades»* [8].

Хиллари Клинтон раскритиковала предвыборную программу Дональда Трампа, назвав его идеи и планы по управлению страной нереальными, опасными и непоследовательными. С ее точки зрения, эти идеи – всего лишь ряд причудливых демагогий, череда откровенной лжи и личностной вражды. Она поражена тем фактом, что Трамп считает Америку слабой державой и «страной третьего мира».

Остановимся на последнем способе манипулирования мнением участников дискурса, который можно назвать «игра в цифры». «Во-первых, это средство, направленное на то, чтобы придать словам кандидата в президенты впечатление объективности и точности. Во-вторых, числа, как и факты – это аргументы, против которых невозможно возражать» [10].

*«Compare that with what Trump wants to do. His economic plans would add more than \$30 trillion – that's trillion with a “t” – \$30 trillion to our national debt over the next 20 years»* [8].

Озвучивая сумму в размере тридцати триллионов долларов, Хиллари осуждает экономические планы своего соперника, апеллируя тем, что эта цифра будет являться долгом страны на ближайшие двадцать лет.

Анализ предвыборного выступления Хиллари Клинтон позволяет констатировать, что она считается одним из лучших ораторов в Америке, чья уникальная риторика строится на виртуозном использовании различных языковых средств, при помощи которых политик не только располагает аудиторию к себе, но и влияет на эмоции слушателей.

Таким образом, проведенное исследование показало, что одним из слагаемых успеха на политическом поприще Хиллари Клинтон является использование конкретных коммуникативных тактик, влияющих на создание успешного имиджа политика. Выбор этих тактик зависит не только от конкретной ситуации, но и от типа личности политического деятеля. Хиллари Клинтон можно охарактеризовать как личность амбициозную, тщеславную и хорошо осознающую свою компетентность. Она четко понимает, чего хочет, и знает, как этого добиться.

### Список литературы

1. Кузьмина С. В. Политический дискурс как неотъемлемая часть политической коммуникации // Известия Саратовского ун-та. 2011. Вып. 2 (124), С. 54–56.
2. Чудинов А. П. Политическая лингвистика (общие проблемы, метафора): учеб. пособие. Екатеринбург: Уральский гуманитарный ин-т, 2003. 194 с.
3. Баранов А. Н. Очерк когнитивной теории метафоры // Русская политическая метафора (материалы к словарю). М.: 1991. 64 с.
4. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
5. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986. 445 с.
6. Янковская И. В. Отличительные черты женского политического дискурса // Вестник МГЛУ. 2011. Вып. 21 (627). С. 211–219.
7. Ключев Е. В. Речевая коммуникация: учеб. пособие. М.: Рипол Классик, 2002. 320 с.
8. Hillary Clinton's Speech on Donald Trump and national Security. <http://time.com/4355797/hillary-clinton-donald-trump-foreign-policy-speech-transcript/> (20.12.2016).
9. Encyclopedia.com URL: <http://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazines/self-presentation> (22.12.2016).
10. Амаатов А. М. Политический дискурс и апология непопулярного решения // Политическая лингвистика. 2011. № 2. 17 с. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-diskurs-i-apologiya-neropulyarnogo-resheniya> (24.12.2016).

**Сахарова Ольга Сергеевна**, ассистент, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (ул. Студенческая, 14, Белгород, Россия, 308000). E-mail: [olg-sakharova@yandex.ru](mailto:olg-sakharova@yandex.ru)

**Федорова Ирина Александровна**, старший преподаватель, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (ул. Студенческая, 14, Белгород, Россия, 308000). E-mail: [ifedorova@bsu.edu.ru](mailto:ifedorova@bsu.edu.ru)

*Материал поступил в редакцию 03.02.2017.*

DOI 10.23951/1609-624X-2017-6-39-43

### BASIC COMMUNICATION TACTICS IN THE PUBLIC SPEECH OF A FEMALE POLITICAN (BY THE EXAMPLE OF HILLARY CLINTON'S CAMPAIGN SPEECH)

*O. S. Sakharova, I. A. Fedorova*

*Belgorod National Research University, Belgorod, Russian Federation*

The article aims to clarify the concept of “political discourse”, its definition, structure and its place among other discourse types.

Political discourse in this article is considered as a complex of all speech acts used in the political debates, and it can also be interpreted as a complex of rules of social relations which have their own traditions, and have been tested by many years of experience. The article describes politician's verbal impact on the public from a gender perspective, and characterizes typical traits of a female politician. Verbal impact can include different methods and tactics used by the orators to influence and persuade the audience. However, these influence tactics differ from individual to individual in their effectiveness, as well as across gender.

The article presents different types of the communication tactics (contact-establishing tactics, self-presentation tactics, communication tactics, accusation tactics and «play in figures» tactics) by the example of Hilary Clinton's campaign speech – the Democratic Party's nominee for President of the Unites States of America in the 2016 election.

With the help of these tactics Hilary Clinton has a possibility not only to establish contact with the audience, but also she can influence people's emotions, feelings, and can induce public to act.

**Key words:** *political communication, election speech, political discourse, communicative tactics, politician's speech portrait.*

### References

1. Kuz'mina S. V. Politicheskiy diskurs kak neot'emlemaya chast' politicheskoy kommunikatsii [Political discourse as an integral part of political communication]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta – Izvestiya of Saratov University*, 2011, vol. 11, no. 2 (124), pp. 54–56 (in Russian).
2. Chudinov A. P. *Politicheskaya lingvistika (obshchiye problemy, metafora): ucheb. posobiye* [Political Linguistics (general problems, metaphor): study guide]. Yekaterinburg, Ural humanities institute Publ., 2003. 194 p. (in Russian).
3. Baranov A. N. Oчерк когнитивной теории метафоры [Sketches on cognitive theory of metaphor]. *Russkaya politicheskaya metaphora (materialy k slovaryu)* [Russian political metaphor (the materials to the dictionary)]. Moscow, 1991. 64 p. (in Russian).

4. Dijk T. A. van. *Yazyk. Poznaniye. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Blagoveshchensk, BGK im. Baudouin de Courtenay, 2000. 308 p. (in Russian).
5. Bakhtin M. M. *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of verbal creativity]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1986. 445 p. (in Russian).
6. Yankovskaya I. V. Otlichitel'nye cherty zhenskogo politicheskogo diskursa [Distinctive features of feminine political discourse]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta – Vestnik of Moscow State Linguistic University*, 2011, no. 21 (627), pp. 211–219 (in Russian).
7. Klyuyev E. V. *Rechevaya kommunikatsiya: uchebnoye posobiye* [Speech communication: textbook]. Moscow, Ripol Klassik Publ., 2002. 320 p. (in Russian).
8. Hillary Clinton's *Speech on Donald Trump and national Security*. URL: <http://time.com/4355797/hillary-clinton-donald-trump-foreign-policy-speech-transcript/> (accessed 20 December 2016).
9. *Encyclopedia.com*. URL: <http://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazines/self-presentation> (accessed 22 December 2016).
10. Amatov A. M. Politicheskii diskurs i apologiya nepopulyarnogo resheniya [Political discourse and apologia of unpopular policies]. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*, 2011, no. 2, 17 p. (in Russian). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/politicheskii-diskurs-i-apologiya-nepopulyarnogo-resheniya> (accessed 24 December 2016).

**Sakharova O. S.**, Belgorod National Research University (ul. Studencheskaya, 14, Belgorod, Russian Federation, 308000).  
E-mail: [olg-sakharova@yandex.ru](mailto:olg-sakharova@yandex.ru),

**Fedorova I. A.**, Belgorod National Research University (ul. Studencheskaya, 14, Belgorod, Russian Federation, 308000).  
E-mail: [ifedorova@bsu.edu.ru](mailto:ifedorova@bsu.edu.ru)