

Кауфова Инесса Беталовна

### **ЛИНГВО-КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ПРЕДВЫБОРНЫХ РЕЧАХ ХИЛЛАРИ КЛИНТОН**

Статья посвящена актуальной теме англоязычного политического дискурса. Предметом анализа выступают предвыборные речи кандидата в президенты США от Демократической партии Хиллари Клинтон. Целью данной статьи является исследование использования лингво-коммуникативных стратегий положительной самопрезентации и дискредитации оппонента в политических речах Х. Клинтон. В ней также рассмотрены тактики, реализуемые в рамках выделенных стратегий, и языковые средства, с помощью которых происходит их актуализация в речи.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2016/9-2/28.html](http://www.gramota.net/materials/2/2016/9-2/28.html)

Источник

#### **Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2016. № 9(63): в 3-х ч. Ч. 2. С. 100-103. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2016/9-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2016/9-2/)

#### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

39. Салимгареева Ю. Настоящие мужчины // Вечерняя Уфа. 2000. № 198.
40. Салихова Г. Святочные детки, или дом, где полвека не гаснет свет // Вечерняя Уфа. 2008. № 4.
41. Салихова Г. Соглашайся, родная, на рай в шалаше // Вечерняя Уфа. 2001. № 237.
42. Сафина З. Не обед, а медсовет // Республика Башкортостан. 2016. № 37.
43. Сказко А. С. Трансформация концепта «семья» в культуре России: автореф. дисс. ... к. филос. н. Ставрополь, 2005. 23 с.
44. Терпак М. А. Английский лингвокультурный концепт «семья» и способы отражения его коннотативного содержания в языке: дисс. ... к. филос. н. Самара, 2006. 204 с.
45. Тинеева В. Ответим, как совесть подсказет // Республика Башкортостан. 2002. № 194.
46. Тулгаева Т. Выпить-закусить попка тоже не дурак // Советская Башкирия. 2000. № 4.
47. У Синьей. Лингвокультурологические и лингвометодические аспекты концепта «семья» в русской и китайской культурах: дисс. ... к. пед. н. СПб., 2009. 192 с.
48. Узиков Ю. «Муж великого разума» // Республика Башкортостан. 2002. № 200.
49. Феокистова Г. Петушиное счастье // Республика Башкортостан. 2005. № 5.
50. Хазипова Ф. Прохода Сойер красил заборы в Америке. Его тезка Том отбеливал ткани в Уфе // Советская Башкирия. 2000. № 66.
51. Цыганова Л. Чужой беды рукой не развести // Советская Башкирия. 2000. № 199.
52. Чанышев Р. С именем вождя и Аллаха десятилетние «лаптежники» тянули хлебный обоз вручную // Советская Башкирия. 2000. № 72.
53. Шангареева Д. Александр и Александра // Вечерняя Уфа. 2001. № 201.
54. Шематонина И. История одной судьбы, сложившейся как песня // Вечерняя Уфа. 2007. № 191.
55. Шематонина И. С Костаревыми не соскучишься // Вечерняя Уфа. 2008. № 6.
56. Шубина А. С. Образ семьи в картине мира детей, оставшихся без попечения родителей: дисс. ... к. псих. н. Волгоград, 2009. 303 с.
57. Янбаева А. Трава, притоптанная грубым сапогом // Советская Башкирия. 2000. № 204.

**SPECIFICS OF THE LINGUISTIC IMAGE OF FAMILY  
IN THE REGIONAL PRINTED MEDIA OF THE BEGINNING OF THE XXI CENTURY  
(BY THE MATERIAL OF THE NEWSPAPERS “EVENING UFA” AND “REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN”)**

**Kamaletdinova Gul'nara Khaidarovna**  
Bashkir State University  
kamaletdinovagulnara@mail.ru

The article examines the specifics of linguistic representation of a family image in the regional periodicals of the beginning of the XXI century. The research material involves two newspapers: “Evening Ufa” and “Republic of Bashkortostan”. Analyzing the compatibility of the lexeme “family” with other linguistic units the author identifies the basic components constituting this image. The paper focuses on studying the linguo-culturological component as a key factor and core element which forms the linguistic image of family at the same time representing the specifics of native speakers’ mentality.

*Key words and phrases:* family; linguistic image; regional printed media; linguo-culturological aspects; Turkisms.

УДК 811.11-112

*Статья посвящена актуальной теме англоязычного политического дискурса. Предметом анализа выступают предвыборные речи кандидата в президенты США от Демократической партии Хиллари Клинтон. Целью данной статьи является исследование использования лингво-коммуникативных стратегий положительной самопрезентации и дискредитации оппонента в политических речах Х. Клинтон. В ней также рассмотрены тактики, реализуемые в рамках выделенных стратегий, и языковые средства, с помощью которых происходит их актуализация в речи.*

*Ключевые слова и фразы:* политический дискурс; предвыборные речи; предвыборные дебаты; лингво-коммуникативные стратегии; лингво-коммуникативные тактики.

**Кауфова Инесса Беталовна**, к. филос. н.  
Пятигорский государственный университет  
ikaufova@yandex.ru

**ЛИНГВО-КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ  
В ПРЕДВЫБОРНЫХ РЕЧАХ ХИЛЛАРИ КЛИНТОН**

На протяжении последних десятилетий появляются все новые исследования в сфере политической лингвистики, в которых ученые обращаются к разнообразным аспектам изучения политического языка (см., напр., [2-7; 9; 15]). В силу того, что мир политики вызывает огромный интерес у представителей таких несмежных областей науки, как политологов, социологов, психологов, а также лингвистов, язык политической коммуникации подвергается изучению с разных точек зрения, при этом, любые исследования в данной

области оказываются неизменно актуальными. Актуальность подобных исследований обусловлена также тем, что на политической арене появляются все новые талантливые политики и искусные ораторы, речи которых обладают как общими, так и специфическими, присущими данному оратору чертами публичной речи.

Целью данного исследования является предвыборное выступление как особый тип политического дискурса, как сложное дискурсивное образование, обладающее институциональными, ритуальными и риторическими признаками, как продукт речи, обусловленный ситуацией общения и институциональным статусом коммуниканта, основной интенцией которого является оказание воздействия на электорат. Материалом исследования явился предвыборный дискурс Хиллари Клинтон, одного из главных претендентов на пост президента Соединенных Штатов Америки в период предвыборной кампании 2016 года. Цель политика проявляется в преднамеренном воздействии на избирателей посредством целого арсенала лингвистических, риторических и коммуникативных средств.

Исследователи политического дискурса, а именно предвыборных речей, выделяют несколько стратегий, подразделяя их на «макростратегии» и «авторские стратегии», которые представляют собой деятельность, направленную на создание картины мира, выгодной использующему ее политику, с помощью речемыслительных операций [8, с. 140-141]. К ним, среди прочих, относятся (но не ограничиваются ими) такие стратегии, как самопрезентация, дискредитирование оппонента, рациональное убеждение избирателей, эмоциональное убеждение избирателей, самозащита, уклонение от ответа [1, с. 98]. Макростратегией является, в абсолютном большинстве случаев, стратегия самопрезентации. При этом Т. ван Дейк наряду со стратегией позитивной самопрезентации отмечает негативную презентацию оппонента, называя две стратегии комплементарными по отношению друг к другу [12].

Более детальное подразделение происходит на уровне тактик, с помощью которых реализуются названные выше стратегии. Так, различные авторы в своих исследованиях выделяют следующие тактики: а) тактика акцентирования положительной информации о себе (или тактика самовосхваления); б) тактика акцентирования отрицательной информации о противнике [9, с. 176], являющаяся частью стратегии дискредитации оппонента; в) тактика обещания; г) тактика демонстрации профессионального успеха [1, с. 99-100]; д) тактика отождествления; е) тактика указания на перспективу; ж) тактика признания существования проблемы [11, с. 97] и др.

Рассмотрим использование обозначенных стратегий и тактик на примере некоторых предвыборных речей Хиллари Клинтон.

I. Тактика акцентирования положительной информации о себе (тактика самовосхваления) в рамках стратегии положительной самопрезентации:

(1) *As your Senator, I fought against racial profiling and the disparity in sentencing between crack and powder cocaine* [13]. / Будучи вашим Сенатором, я вела борьбу против расовой дискриминации и несообразности при назначении наказаний за торговлю разными видами кокаина (здесь и далее перевод выполнен И. Б. Кауфовой).

(2) *Unlike him [Donald Trump], I have some experience with the tough calls and the hard work of statecraft. I wrestled with the Chinese over a climate deal in Copenhagen, brokered a ceasefire between Israel and Hamas, negotiated the reduction of nuclear weapons with Russia, twisted arms to bring the world together in global sanctions against Iran, and stood up for the rights of women, religious minorities and LGBT people around the world. And I have, I have sat in the Situation Room and advised the President on some of the toughest choices he faced* [15]. / В отличие от него [Дональда Трампа] я имею некоторый опыт борьбы с трудностями и тяжелой работой управления государством. Я боролась с Китайским правительством на Конференции по изменению климата в Копенгагене, являлась посредником между Израилем и ХАМАСом по вопросу прекращения огня, договорилась об уменьшении количества ядерных боеприпасов с правительством России, боролась за мировое единство в вопросах глобальных санкций против Ирана и защищала права женщин, религиозных меньшинств и ЛГБТ сообщества во всем мире. И да, я действительно, действительно сидела в Зале оперативных совещаний и являлась советником Президента в самых трудных решениях, с которыми ему приходилось сталкиваться.

Здесь, наряду с неперменным маркером данной тактики – местоимением я (I), – интересным представляется выбор лексем, например: **tough** (сложный) – **toughest** (самый сложный), **fight** (бороться), **wrestle** (вести борьбу) и др. Семантика представленных лексем, использованных, в некоторых случаях, и в превосходной степени, позволяет оратору создать образ политика, обладающего набором определенных положительных качеств, опытом и силой вести борьбу – то есть, создать образ сильного потенциального правителя.

Последний пример также представляет собой сочетание с еще одной тактикой – тактикой демонстрации профессионального успеха. Х. Клинтон демонстрирует свои профессиональные достижения в области международной и внутренней политики и подчеркивает свои профессиональные управленческие и дипломатические способности.

II. Тактика акцентирования отрицательной информации о противнике как часть стратегии дискредитирования оппонента:

(3) *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* [Ibidem]. / Идеи Дональда Трампа не просто отличны, они опасно бестолковы. Они даже не являются идеями как таковыми, а представляют собой лишь странные напыщенные тирады, личные распри и откровенную ложь.

(4) *And to top it off, he believes America is weak. An embarrassment. 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. Those are the words my friends of someone who doesn't understand America or the world* [Ibidem]. / И, ко всему вышесказанному, он верит в то, что Америка слаба. Что она – посмешище. Он назвал наши вооруженные силы

катастрофой. Он сказал, что мы – цитата – «страна третьего мира». И он говорил вещи, подобные этим, на протяжении не одного десятилетия. Это, мои друзья, слова того, кто не понимает ни Америку, ни весь мир.

Данная тактика, часто используемая Х. Клинтон в своих речах по направлению к своему главному противнику в предвыборной гонке, направлена на создание крайне негативного образа с прямым указанием на несостоятельность оппонента как политика высшего статуса. Таким образом, оратор изобличает противника и создает более привлекательный собственный имидж в глазах слушателей, который достигается генерализацией (пример *a*) и экземплификацией (пример *b*).

III. Тактика обещания является одним из наиболее часто используемых инструментов в политических речах во время предвыборной кампании.

(5) *In my first 100 days as president, I will work with both parties to pass a comprehensive plan to create the next generation of good-paying jobs* [Ibidem]. / Во время первых 100 дней в должности президента я буду работать с обеими партиями для принятия детального всеобъемлющего плана, с помощью которого мы создадим новое поколение хорошо оплачиваемых работ.

(6) *And I will repeat today what I have said throughout this campaign. I will not raise taxes on the middle class. I will give you tax relief to help ease these burdens* [Ibidem]. / И сегодня я повторю то, что говорила во время всей своей кампании. Я не буду поднимать налоги для среднего класса. Я выделю для вас льготы по уплате налогов, чтобы помочь вам облегчить эту ношу.

Для реализации представленной тактики оратором используются глаголы в форме будущего времени и, зачастую, условные предложения. Более того, как видно из последнего примера, нередко использование повтора, в частности, анафорического повтора формы: *I + will (not) + verb*.

IV. Тактика отождествления также является одной из наиболее часто встречающихся в предвыборных речах исследуемого нами политика:

(7) *We need to write a new chapter in the American dream, and it can't be Chapter 11. So, please, join me in this campaign. I'm offering a very different vision about how we're stronger together when we grow together. We're stronger when our economy works for everyone, not just those at the top. I am convinced that if we work hard, if we go into November with the confidence and optimism that should be the American birthright, we will not only win an election, we will chart the course to the future that we want and deserve* [14]. / Мы должны написать новую главу в американской мечте, и она не может стать Главой 11. Поэтому, прошу, присоединитесь ко мне в этой кампании. Я предлагаю совершенно иное видение того, насколько сильнее мы вместе, когда растем вместе. Мы сильнее, когда наша экономика работает одинаково для всех, а не только для верхушки. Я убеждена, что если мы будем упорно работать, если мы встретим ноябрь с уверенностью и оптимизмом, которые должны принадлежать Америке по праву рождения, мы не только выиграем эти выборы, но мы наметим курс в будущее, которое мы хотим и заслуживаем.

Таким образом, оратор отождествляет себя со своим народом и всей страной, показывая единство целей, установок и мотивов будущего президента и всего населения. Представленный фрагмент также является примером сочетания данной тактики с тактикой указания на перспективу, подчеркивая значимость выбора нового президента для всей Америки.

V. Тактика признания существования проблемы:

(8) *We need to look to a secure retirement for everyone and to provide families relief from crushing costs in health care, housing, prescription drugs. You know, I looked at the numbers. In some states, two parents earning the minimum wage have to spend up to 35 percent of their income on childcare. For a single parent, it could be 70 percent. So I have set a goal. Families should not have to pay more than 10 percent of your income for childcare* [Ibidem]. / Нам необходимо позаботиться о спокойной старости для всех и дать семьям вздохнуть, будучи свободными от давящих своими размерами цен на здравоохранение, жилье, рецептурные препараты. Знаете, я видела эти цифры. В некоторых штатах двум родителям, зарабатывающим минимальную зарплату, приходится отдавать 35 процентов дохода на уход за детьми. Для одинокого родителя эта сумма может составлять 70 процентов. Поэтому я поставила себе цель. Семьи не должны платить больше 10 процентов своего заработка на уход за детьми.

Признавая существование проблемы, оратор делает ее своим инструментом в достижении победы на выборах, демонстрируя готовность положить силы на ее решение и укрепляя, тем самым, свой политический авторитет в глазах избирателей.

Таким образом, мы пришли к выводам, что в предвыборных речах Хиллари Клинтон используется целый ряд тактик в рамках стратегий положительной самопрезентации и негативной презентации, то есть дискредитирования оппонента. Каждая из тактик служит целью поддержать оратора в стремлении убедить своих избирателей в том, что он является лучшим кандидатом на пост в президенты, нежели противник, и вербализуется путем особенных лексических и лингвостилистических приемов.

#### Список литературы

1. Атьман О. В. Вербализация стратегии самопрезентации в президентских предвыборных теледебатах как агональном жанре политического дискурса США // Политическая лингвистика: научный журнал. Екатеринбург, 2011. Вып. 1 (35). С. 96-103.
2. Кауфова И. Б. Анализ просодических характеристик синтагм с незавершенностью в политическом дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. № 2 (44). Ч. 2. С. 96-101.
3. Кауфова И. Б. Просодическая экспликация незавершенности в политическом дискурсе (экспериментально-фонетическое исследование на материале английского и русского языков): дисс. ... к. филол. н. Пятигорск, 2015. 252 с.

4. **Кауфова И. Б.** Просодические характеристики синтагм с незавершенностью в политическом дискурсе // Университетские чтения – 2015. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Пятигорск: ПГЛУ, 2015. Ч. II. С. 99-105.
5. **Кауфова И. Б.** Экстралингвистические факторы в реализации семантики незавершенности // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2014. № 4. С. 61-66.
6. **Кауфова Л. А.** Лингвистические особенности британского политического дискурса // Университетские чтения – 2015. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Пятигорск: ПГЛУ, 2015. Ч. II. С. 106-110.
7. **Кауфова Л. А.** Особенности когнитивного подхода к анализу британского политического дискурса // Университетские чтения – 2016. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Пятигорск: ПГЛУ, 2016. С. 104-110.
8. **Ноблок Н. Л.** Авторские стратегии в англоязычном политическом дискурсе (на материале теледебатов Дж. Буша – Дж. Керри): дисс. ... к. филол. н. Тамбов, 2007. 177 с.
9. **Нугаева Л. Р.** Стратегия самопрезентации в политическом дискурсе: гендерный аспект // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова, 2010. Т. 16. № 3. С. 175-178.
10. **Шейгал Е. И.** Структура и границы политического дискурса // Филология – Philologica. Краснодар: Изд-во Кубанского гос. ун-та, 1998. Вып. 14. С. 22-29.
11. **Эйсфельд Е. А.** Речевые стратегии и тактики в ежегодных выступлениях Ангелы Меркель // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2015. № 2. С. 95-102.
12. **Dijk T. A. van.** Principles of Critical Discourse Analysis // Discourse & Society. 1993. N. 4(2). P. 249-283.
13. **Hillary Clinton Delivers Remarks at National Action Network** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hillaryclinton.com/briefing/updates/2016/04/13/hillary-clinton-delivers-remarks-at-national-action-network/> (дата обращения: 21.07.2016).
14. **Hillary Clinton's Speech Attacking Donald Trump's Economic Policies** [Электронный ресурс]. URL: <http://time.com/4378959/hillary-clinton-raleigh-speech-economy/> (дата обращения: 21.07.2016).
15. **Hillary Clinton's Speech on Donald Trump and National Security** [Электронный ресурс]. URL: <http://time.com/4355797/hillary-clinton-donald-trump-foreign-policy-speech-transcript/> (дата обращения: 21.07.2016).

#### LINGUISTIC AND COMMUNICATION STRATEGIES IN HILLARY CLINTON'S ELECTION SPEECHES

**Kaufova Inessa Betalovna**, Ph. D. in Philology  
*Pyatigorsk State University*  
*ikaufova@yandex.ru*

The article is devoted to the relevant topic of English political discourse. The subject of the analysis is election speeches of the candidate for the President of the USA from the Democratic Party Hillary Clinton. The purpose of this article is to study the use of linguistic and communicative strategies of positive self-presentation and discredit of the opponent in Hillary Clinton's political speeches. The author also considers the tactics realized within the framework of singled out strategies and the linguistic means by which their actualization in speech takes place.

*Key words and phrases:* political discourse; election speeches; election debates; linguistic and communication strategies; linguistic and communicative tactics.

УДК 811.11-112

*Статья посвящена актуальной в условиях современного информационного общества теме когнитивного анализа англоязычного политического дискурса. Предметом анализа выступает речь премьер-министра Великобритании Дэвида Кэмерона о намерении подать в отставку в октябре 2016 года в связи с референдумом 23 июня 2016 года, по результатам которого большинство участников проголосовали за выход Великобритании из Евросоюза. Автор ставит целью создать речевой портрет Дэвида Кэмерона, выделить свойственные ему речевые тактики, с помощью которых оратор достигает поставленные прагматические цели, рассмотреть лексические средства реализации выбранных тактик. Основу исследования образует когнитивно-дискурсивный подход к анализу эксплицитных и имплицитных интенций отдельно взятого политического деятеля. Результаты работы заключаются в том, что автор демонстрирует реализацию унифицированной системы когнитивно-дискурсивного анализа в лингвистике на уровне текста и контекста. Результаты исследования могут быть применены в области политической лингвистики, когнитивной лингвистики и риторики.*

*Ключевые слова и фразы:* политический дискурс; когнитивный анализ; языковая личность; языковые тактики; прагматическая цель.

**Кауфова Лола Аслановна**, к. филол. н., доцент  
*Пятигорский государственный университет*  
*lkaufova@yandex.ru*

#### КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ БРИТАНСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ

В последние годы исследование специфики политического дискурса приобрело высокую актуальность, в силу того, что именно данный вид дискурса оказывает огромное влияние на общественное сознание.