

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-12-1.14>

Бабенкова Елена Александровна, Аграшева Ольга Евгеньевна

ГЕНДЕРНЫЙ ФАКТОР В РЕЧЕВОМ ПОРТРЕТЕ СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИКА

В статье предпринимается попытка рассмотреть роль гендерного фактора в конструировании речевого портрета современного политика. Материалом для анализа послужили тексты выступлений кандидатов на последних выборах президента США Хилари Клинтон и Дональда Трампа. В работе подчеркивается важность не только выявления разницы в использовании представителями разных полов языковых средств, но и учета условий и контекстуальных параметров их употребления. Правильная расстановка гендерных акцентов в значительной мере способствует решению главных прагматических задач политической коммуникации.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2018/12-1/14.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2018. № 12(90). Ч. 1. С. 70-74. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2018/12-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

9. **Занадворова А. В.** Отражение социальной дифференциации языка в языковой жизни малых социальных групп (на примере семьи) // Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация / отв. ред. Л. П. Крысин. М.: Языки славянской культуры, 2003. С. 277-340.
10. **Иссерс О. С.** Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд-е 4-е, стереотип. М.: КомКнига, 2006. 288 с.
11. **Кериг П. К.** Семейный контекст: удовлетворенность супружеством, родительский стиль и речевое поведение с детьми [Электронный ресурс]. URL: <http://www.voppsy.ru/issues/1990/901/901158.htm> (дата обращения: 01.08.2018).
12. **Коммуникативное поведение** [Электронный ресурс] / ред. Е. Б. Чернышова, И. А. Стернин. Воронеж: Истоки, 2004. Вып. 21. Коммуникативное поведение дошкольника. 210 с. URL: http://sternia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Grupповое_kommunikativnoe_povedenie/Kommunikativnoe_povedenie_doshkolnika.pdf (дата обращения: 20.08.2018).
13. **Кронгауз М.** Разговор с детьми и о детях [Электронный ресурс]. URL: <https://postnauka.ru/video/82973> (дата обращения: 26.08.2018).
14. **Сковородников А. П.** О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии // Риторика ↔ Лингвистика: сб. статей. Смоленск: СГПУ, 2004. Вып. 5. С. 5-11.
15. **Харченко В. К.** Словарь детской речи. Белгород: БГПИ, 1994. 256 с.
16. **Цейтлин С. Н.** Язык и ребенок. Лингвистика детской речи: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Владос, 2000. 240 с.
17. **Юсуфов М. М.** Концептуализация понятия «социальный институт» в современной социологии // Историческая и социально-образовательная мысль. 2011. № 4. С. 162-166.

COMMUNICATION WITH CHILDREN: STRATEGIES AND TACTICS OF SPEECH BEHAVIOUR

Anokhina Viktoriya Sergeevna, Ph. D. in Philology
Kravchenko Oksana Viktorovna, Ph. D. in Philology
Rostov State University of Economics
anokhinav@mail.ru; aspiranttspi@yandex.ru

The article is devoted to studying the features of speech communication with children in the family. By the material of family speech recordings made by the authors, the speech behaviour of the participants of dialogues “children ↔ parents” is analysed from the position of strategic orientation and tactical implementation of speech communicative interaction. The authors consider the features of parents’ and children’s communicative activity, determine the structure and frequency of the used speech tactics, reveal the conditionality of their choice, first of all, by the age characteristics of children, and confirm the provision on harmonious strategic orientation of family communication.

Key words and phrases: family as small social group; language life of family; family communication; family role and speech; speech behaviour; strategies and tactics of speech behaviour; speech act theory.

УДК 81’271’272:811.111

Дата поступления рукописи: 01.10.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-12-1.14>

В статье предпринимается попытка рассмотреть роль гендерного фактора в конструировании речевого портрета современного политика. Материалом для анализа послужили тексты выступлений кандидатов на последних выборах президента США Хилари Клинтон и Дональда Трампа. В работе подчеркивается важность не только выявления разницы в использовании представителями разных полов языковых средств, но и учета условий и контекстуальных параметров их употребления. Правильная расстановка гендерных акцентов в значительной мере способствует решению главных прагматических задач политической коммуникации.

Ключевые слова и фразы: гендерный фактор; гендерные стереотипы; политический дискурс; политическая коммуникация; речевой портрет.

Бабенкова Елена Александровна, к. филол. н., доцент

Аграшева Ольга Евгеньевна

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва,

г. Саранск

sar2001@yandex.ru; olyagrash@mail.ru

ГЕНДЕРНЫЙ ФАКТОР В РЕЧЕВОМ ПОРТРЕТЕ СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИКА

Антропоцентризм как подход к изучению языковых явлений в современной лингвистической науке остается доминирующей характеристикой дискурсивных исследований на протяжении многих десятилетий. Меняются условия и качественные параметры функционирования дискурсов, происходит экспансионизм области лингвистических изысканий, результирующий в фиксации новых дискурсов, а также формировании особых междискурсивных пространств, репрезентирующих различные виды дискурсов в качестве единой исследовательской базы. Вместе с этим индивидуум как языковая личность неизменно остается в центре внимания любого коммуникативно-ориентированного анализа, своеобразной «точкой отсчета для исследования языковых явлений» [2, с. 6], что позволяет констатировать актуальность настоящей статьи.

В ходе изучения политической коммуникации, подразумевающей широкий спектр общественных отношений и субъектов политической деятельности, в фокусе внимания исследователя неизменно остается политик как продуцент речи, инициатор коммуникации. Это не умаляет роли адресата высказываний в силу целого ряда обстоятельств. Любая коммуникация подразумевает две стороны, вовлеченные в процесс ее реализации, ибо отсутствие реципиента речи лишает смысла сам процесс. В политической коммуникации роль электората как ее реципиента не может быть переоценена, так как именно электорат и служит основным конструирующим фактором в формировании политического имиджа политика, его речевого портрета. Принципы построения последнего не должны идти вразрез с мнением, вкусами и ожиданиями его избирателей, в противном случае политик рискует не решить прагматическую задачу всего высказывания и не сможет оказать влияния на политическое настроение аудитории.

Развитие общественных отношений, изменение системы координат средств массовой информации и целый ряд других экстралингвистических фактов формируют представление о современном политике. Представители политического истеблишмента США всегда занимали одно из центральных мест на мировой политической арене. Поэтому появление нового претендента на ключевую роль в управлении крупнейшей мировой державой непременно вызывает огромный интерес во всем мире. В случае с последним президентом Соединенных Штатов внимание к его кандидатуре вызвано в том числе и неординарностью его личности, определенной степенью эпатажности и непохожести на остальных представителей американской политической элиты. Интерес к политическому соперничеству Д. Трампа и Х. Клинтон в определенной степени подогревался и гендерной составляющей их противостояния. Научная новизна данной статьи состоит в изучении роли гендера как одного из конструирующих факторов современной политической коммуникации на уровне борьбы за пост президента страны, что не выступало ранее в качестве предмета системных лингвистических исследований. Целью статьи является попытка выявить присутствие гендерного фактора в речевом портрете современного политика. Для достижения поставленной цели необходимо решение ряда таких задач, как описание особенностей мужского и женского речевого поведения в рамках политического коммуникативного пространства, а также определение роли гендера в решении прагматических установок политической коммуникации.

Гендерные стереотипы важны в социально-политических отношениях, поскольку помогают в осуществлении иерархизации социальных субъектов и явлений. Гендерные маркеры способны охарактеризовать социальные классы, протесты, забастовки, революции, войны, а всё это находится в неразрывной связи с политикой. Поэтому гендерные стереотипы – это часть политической культуры, они существуют как в отношении электората, так и в отношении представителей власти. Укрепление женских позиций в политической сфере – это своеобразный символ времени. Присутствие женщин в борьбе за власть – признак современного, прогрессивного, гуманного общества. С появлением женщин в политике расширился круг проблем, решение которых требует государственного вмешательства. Гендерный фактор, безусловно, релевантен в политическом дискурсе, он помогает политикам в осуществлении их главной задачи – воздействию на электорат. Подробное изучение специфики проявления гендерной идентичности в дискурсивных практиках позволяет выявить те особенности, которые приводят к положительным или отрицательным результатам в работе политиков-мужчин и политиков-женщин, помогает увидеть ошибки, акцентировать внимание на сильных и слабых сторонах, т.е. более полно воспринять картину происходящего для изменения ситуации в лучшую сторону.

Хиллари Клинтон – не первая в истории страны женщина, претендующая на высшую политическую позицию. В 1872 году Виктория Вудхалл, кандидат от маргинальной Партии равных прав, заявила о намерении баллотироваться на пост президента США, но большого успеха она не добилась, поскольку была арестована за несколько суток до голосования. С тех пор присутствие женщин как в президентской гонке, так и на других уровнях борьбы за власть стало постоянным, но в целом безрезультатным. Вместе с тем ощутимые перемены наблюдаются с 1980-х годов, когда воплощаются в реальность мысли о более тщательной, адресной работе с электоратом – разработке целенаправленных программ отдельно для мужчин и для женщин [3]. Следует констатировать, что открытого позиционирования и четкого разделения по гендерному признаку не существует, однако посыл на определённую половую аудиторию закладывается уже непосредственно в целях обращений. Этот момент берёт на вооружение Хиллари Клинтон, которая, меняя во многом свою концепцию, в 2016 году активно позиционирует себя в первую очередь как кандидата-женщину, которая заботится о жизни женщин, тем самым рассчитывая получить их голоса. Смену поведения Клинтон не заметить невозможно, на ней сделан слишком большой акцент, что порой сужает суть гендерного фактора до обыкновенной биологической составляющей. Естественно, представляются программы, связанные с материнством, женским здоровьем, развитием детей и т.п., но о них говорится в общих чертах, как о планах. Основной акцент сделан на личность кандидата, которая даёт надежды и обещания, презентует свою персону, в то время как электорат ждёт конкретных предложений. Конструирование имиджа подобным образом привело к тому, что в большинстве своём Хиллари Клинтон поддержали лишь представительницы «серебряного возраста» и латиноамериканки, увидевшие врага в лице Дональда Трампа, щедрого на антииммигрантские и сексистские высказывания.

Рассматривая речевой портрет Хиллари Клинтон, невозможно не заметить, что она во многом старается следовать стереотипным ожиданиям восприятия женщины-политика. Способ осуществления задуманного довольно противоречив: в своих речах она порой утрирует использование женской позиции, часто говорит о приоритете семейных ценностей, но в то же время остаётся жёсткой, целеустремлённой, активно борется за права женщин. На уровне лексики Хиллари Клинтон особенно сильна, поскольку предпочитает задействовать яркую, эмоционально нагруженную часть своего лексикона: *a single mom juggling a job* (мать-

одиночка, успевающая совмещать воспитание ребёнка с работой) (здесь и далее перевод авторов статьи. – Е. Б., О. А.); *vast, diverse, creative, unruly, energize campaign* (огромная, разносторонняя, творческая, буйная, энергичная кампания). В своей первой речи в качестве кандидата на пост президента страны Х. Клинтон сразу же несколько раз сделала акцент на местоимении *we*: “Don’t believe anyone who says: ‘I alone can fix it’. Americans don’t say: ‘I alone can fix it’, we say «We’ll fix it together»” [12]. / «Не верьте никому, кто говорит: “Я сам единолично с этим справлюсь”. Американцы не говорят: “Я сам с этим справлюсь”, мы говорим: “Мы справимся со всем вместе”». Частое употребление личного местоимения *we* говорит о том, что она прибегает к такой речевой тактике политического дискурса, как отождествление. В данном случае это отождествление себя со всем народом своей страны.

Та же тактика прослеживается и в ситуациях, когда Хиллари Клинтон делает особый акцент на апеллировании ко всем и каждому, кто её слушает, начиная свою речь обращением: “Thank you. Thank you all very-very much”. / «Спасибо. Большое вам всем спасибо». В этой короткой и, казалось бы, чисто формальной фразе она всегда по-особенному выделяет слово *all*. Интонационное и логическое выделение местоимения *all* в вышеуказанном примере относится к явлению супrasegmentного порядка. Речь Хиллари Клинтон имеет ряд особенностей и на этом уровне, что помогает оживить коммуникацию, придать ей динамику, облегчить восприятие и выделить наиболее важные моменты в большом потоке информации. Так, например, в её высказываниях почти всегда присутствует эмфатическое ударение для выделения ключевых по смыслу слов. Хиллари Клинтон использует паузы разной длины, особенно хорошо это заметно в заранее подготовленных, отработанных выступлениях.

Для выступлений Д. Трампа характерны чёткое формулирование целей и идей, конкретика и фигурирование того самого властно-мужского, предпринимательски-делового *я*, которое явно противостоит вышеизложенной концепции Х. Клинтон. Для Дональда Трампа в целом характерно частое употребление личного местоимения *I*: “I’m really proud of my success” [1]. / «Я по-настоящему горжусь своим успехом»; “...to negotiate things, I do it really well” [5]. / «...говоря по сути, я действительно хорошо в этом разбираюсь»; “I can be more presidential than anybody” [8]. / «Я могу быть президентом в большей степени, нежели все остальные».

В его речи довольно часты лексические повторы, и когда речь идёт о серьёзных событиях, о дискредитации действий оппонентов, встречаются интонационно-логические, психологические и ситуативные недлинные по продолжительности паузы в силу быстрого темпа речи. Как у повторов, так и пауз цель одна – акцентуация внимания на тех фактах, которые представляются оратору особенно важными. Большое количество лексических повторов в речи Дональда Трампа имеют форму удвоения одного и того же слова, например: *very-very, many-many, bad-bad, thousands and thousands etc.* (очень-очень, много-много, плохо-плохо, тысячи и тысячи и т.д.). Говоря о паузации, стоит отметить, что сделать неожиданную паузу политик помогает парцелляция: “What she doesn’t say is that President Obama has deported millions and millions of people. Just the way it is; We are in very serious trouble. Because we have a country with tremendous numbers of nuclear warheads. Eighteen hundred, by the way” [18]. / «Она не говорит о том, что президент Обама депортировал миллионы людей. А оно на самом деле так. У нас очень серьёзные проблемы. Потому что мы страна, у которой невообразимое множество ядерных боеголовок. Их, между прочим, восемнадцать сотен»; “It was more than a mistake. It was done purposely” [6]. / «Это было больше, чем ошибка. Это было сделано специально».

Д. Трампу как представителю мужского мира присущи свои лексические и стилистические особенности. Так, например, он старается подкреплять свои высказывания конкретными данными, выраженными количественными числительными: “We spent two trillion dollars in Iraq. Two trillion” [10]. / «Мы потратили на Ирак 2 триллиона долларов»; “...but the buildings are worth three point nine billion dollars”. / «...но эти постройки стоят 3,9 миллиарда долларов»; “We owe twenty trillion dollars, and we are a mess. We haven’t even started. And we’ve spent 6 trillion dollars in the Middle East according to a report that I just saw” [11]. / «Мы задолжаем 20 триллионов долларов, у нас большие неприятности. И мы ещё не начали их выплачивать. К тому же, мы потратили 6 триллионов долларов на Ближнем Востоке, согласно тому докладу, который я только что видел».

В последнем из приведённых примеров можно заметить, что Д. Трамп вновь, хоть и косвенно, подчёркивает свою значимость и авторитетность, ведь он не называет конкретное издание или пресс-службу, предоставившую данные, к которым апеллирует политик. Вместо этого он произносит фразу *a report I just saw* (доклад, который я только что видел), где использование неопределённого артикля говорит о том, что это было одно из обычных текущих сообщений, но, поскольку Д. Трамп сам с ним ознакомился, то в данной ситуации он лично выступает неким гарантом правдивости озвученной информации. Этот приём присутствует в его выступлениях постоянно – аргументируя свою точку зрения, Д. Трамп ссылается на собственный жизненный опыт, на жизненный опыт своих родных и близких, что выступает основным критерием истинности того, о чём идёт речь. В какой-то мере этот приём можно назвать удачным, поскольку создаётся эффект, что Д. Трамп действительно понимает сущность проблемы, ведь он «лично» с ней знаком. Он оперирует не теоретическими категориями, не сухими данными о том, что происходит «где-то и с кем-то». Последняя модель, скорее, свойственна его главному оппоненту – Х. Клинтон, которая придерживается точности, предпочитает ссылаться лишь на официальную информацию, которую можно подтвердить или которая уже известна широкой публике.

Вместе с тем в его речи присутствуют так называемые «слова-паразиты» (абсолютное большинство из них – прилагательные) и «выражения-паразиты», которые, по сути своей, таковыми не являются, но их частое использование в публичных выступлениях привело к тому, что на них стали обращать внимание, их стали высмеивать, они стали ключевыми в любой пародии на Д. Трампа, например: *disaster, beautiful, wonderful, huge, tremendous, big, great, terrible, horrible* (бедствие, прекрасный, изумительный, огромный,

громадный, большой, великий, ужасный, страшный); *what are we doing* (что же мы делаем); *big league* (знаменитый) и т.д. Всеми этому Трамп находит своё оригинальное объяснение: “I know words. I have the best words” [16]. / «Я знаю слова. И у меня они самые лучшие». Также Трамп использует несуществующие слова и произносит их с такой уверенностью, будто это – действительно слова, официально зафиксированные нормами литературного языка, например, *bigly*, *braggadocious*. Дональд Трамп также меняет правильное произношение: [bigli] вместо [big li:g], [pigli] вместо [bigli], [judʒ] вместо [hju:dʒ]. В его выступлениях можно встретить ономатопеическую лексику: “I just left Indonesia – bomb, bomb, bomb, bomb. We have to find out what’s going on” [17]. / «Я только что из Индонезии – бум, бум, бум, бум. Надо бы разобраться, что происходит»; “Total control – bing-bing, bong-bong, bing-bing-bing” [4]. / «Полный контроль – бин-бин, бон-бон, бин-бин-бин». Прибавляя ко всему вышеперечисленному разговорный стиль речи, постоянное прерывание мыслей, неожиданный, резкий переход с одной темы на другую, несоблюдение грамматических правил, получаем ответ на вопрос, почему зачастую Дональда Трампа не воспринимали как серьёзного конкурента. Но в процессе гонки была проведена огромная работа – Трамп стал осмотрительнее, осторожнее, вдумчивее и при этом не потерял свой особенный неподражаемый антураж.

Речевой стиль Дональда Трампа можно считать поистине уникальным, поскольку здесь присутствует невероятное сочетание как разнообразных отклонений от того, что считается Standard English, так и интересных риторических приёмов. В текстах его выступлений можно найти анадиплосис, или удвоение, стык, подхват: “And I will tell with all of that being said you cannot negotiate this way with terrorists. If you do, you are going to have many-many more James Foleys. James Foley was a great young man” [15]. / «И вот что я вам скажу, после всего уже сказанного – нельзя подобным образом вести переговоры с террористами. Если так работать, надо быть готовыми, что появятся ещё намного-намного больше таких Джеймсов Фоли. Джеймс Фоли был великим молодым человеком»; “When I heard that – I saw the migration. The migration was strange to me...” [9]. / «Когда я это услышал это, я увидел миграцию. Миграция для меня представляется странной...». Для Дональда Трампа характерно использование в речи риторических вопросов: “We lose seventy five billion dollars a year. Are we crazy? Is it crazy?” [13]. / «Мы ежегодно теряем семьдесят пять миллиардов долларов. Мы безумцы? Это сумасшествие?»; “To any in Congress who do not believe we should enforce our laws, I would ask you this one question: What would you say to the American family that loses their jobs, their income or their loved one because America refused to uphold its laws and defend its borders?” [14]. / «Всем тем представителям Конгресса, которые не считают, что нам нужно обеспечивать соблюдение законов, я бы хотел задать один единственный вопрос: что вы скажете простой американской семье, члены которой теряют работу, свой доход или своих близких только потому, что Америка отказывается защищать свои законы и свои границы?»; “Last quarter, it was just announced our gross domestic product, right? But not for us. It was below zero. Whoever heard of this?” [7]. / «В прошлом квартале был объявлен размер нашего ВВП, верно? Это не наш уровень. Показатель был ниже нуля. Кто-нибудь об этом слышал?».

Анализ речевых портретов Хиллари Клинтон и Дональда Трампа позволяет сделать вывод, что проявление гендерного фактора заключается не столько в том, что кандидат-женщина и кандидат-мужчина используют разные части речи, ораторские приёмы, средства выразительности, а в том, каковы условия и цели их употребления, каков общий фон – как ситуативный, так и языковой. Важно понимать, что одни и те же средства могут быть использованы как в фемининной, так и в маскулинной моделях. И тому есть объективная причина – эти средства по природе своей обладают универсальностью и многофункциональностью.

Важно также заключить, что гендерный фактор играет весьма значимую роль в управлении общественным сознанием. Некорректное манипулирование им может привести к непредсказуемой реакции социума, поэтому работа с данным явлением должна проводиться особенно продуманно и осторожно. Неотвратимые изменения, происходящие в результате стабильного развития общественной жизни, влияют на оценку социальных ролей мужчины и женщины, что, безусловно, находит непосредственное отражение в речевом поведении. Изучение данного феномена важно как для людей, имеющих стремление заниматься политикой, так и для тех, кому интересно ораторское искусство, поскольку, как правило, гендер как фактор, способный стать весьма значимым в реализации задач дискурса, остается недооцененным. В действительности он является важным компонентом успеха. Оставаясь незаметным для неспециалистов, он представляется неким секретным средством достижения желаемой цели.

Список источников

1. **Дональд Трамп: трудности перевода** [Электронный ресурс] // Euronews. URL: <http://ru.euronews.com/2017/01/26/translating-trump-how-the-president-s-language-may-pose-policy-problems#> (дата обращения: 13.02.2017).
2. **Чудинов А. П.** Политическая лингвистика: учебное пособие. М.: Флинта; Наука, 2008. 256 с.
3. **Шведова Н. А.** О президентской кампании 2016 года в США: гендерное измерение [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rusus.ru/print.php?id=523> (дата обращения: 28.12.2017).
4. **Anderson Cooper 360 degrees** [Электронный ресурс]. URL: <http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/1508/11/acd.01.html> (дата обращения: 02.12.2017).
5. **Brian W.** Trump repeatedly talks about himself at marathon news conference [Электронный ресурс]. URL: <http://www.msnbc.com/brian-williams/watch/trump-repeatedly-talks-about-himself-at-marathon-news-conference-879330883909> (дата обращения: 15.08.2017).
6. **Carroll L.** Trump says Russia has added nuclear warheads, while US hasn't [Электронный ресурс]. URL: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/2016/oct/20/donald-trump/trump-says-russia-has-upped-its-nuclear-warheads-w/> (дата обращения: 22.10.2017).

7. **Donald Trump announces a presidential bid** [Электронный ресурс]. URL: https://www.washingtonpost.com/news/post-politics/wp/2015/06/16/full-text-donald-trump-announces-a-presidential-bid/?utm_term=.9390c08b6b83 (дата обращения: 20.11.2016).
8. **Donald Trump: I can be more presidential than anybody** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/donald-trump/12188408/Trump-I-can-be-more-Presidential-than-anybody.html> (дата обращения: 20.11.2016).
9. **Donald Trump on “FOX News Sunday” with Chris Wallace** [Электронный ресурс]. URL: http://www.realclearpolitics.com/video/2015/10/18/full_replay_and_transcript_donald_trump_with_fncs_chris_wallace.html (дата обращения: 20.11.2016).
10. **Donald Trump’s Presidential Announcement Speech** [Электронный ресурс]. URL: <http://time.com/3923128/donald-trump-announcement-speech/> (дата обращения: 13.02.2017).
11. **Grow G., Jones-Cruise Ch.** Clinton and Trump Meet for First Presidential Debate [Электронный ресурс]. URL: <https://learningenglish.voanews.com/a/clinton-and-trump-meet-for-first-presidential-debate/3526939.html> (дата обращения: 28.12.2017).
12. **Hillary Clinton accepts the Democratic nomination for president** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2016/jul/28/hillary-clinton-nomination-convention-speech-transcript> (дата обращения: 13.02.2017).
13. **Paul “The Rhetoric Man” vs. Donald “There’ll Be Hell Toupee” Trump** [Электронный ресурс]. URL: <https://jfrizzle02.wordpress.com/2016/04/11/paul-the-rhetoric-man-vs-donald-there-ll-be-hell-toupee-trump> (дата обращения: 11.07.2017).
14. **Remarks by President Trump in Joint Address to Congress** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2017/02/28/remarks-president-trump-joint-address-congress> (дата обращения: 01.08.2017).
15. **Saxena E.** National Security Highlights from the 7th GOP Presidential Debate [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lawfareblog.com/national-security-highlights-7th-gop-presidential-debate> (дата обращения: 06.07.2017).
16. **Trump: ‘I know words. I have the best words’ – Obama is stupid** [Электронный ресурс]. URL: <http://dailycaller.com/2015/12/30/trump-i-know-words-i-have-the-best-words-obama-is-stupid-video> (дата обращения: 07.08.2017).
17. **Viebeck E.** Know your Trump meme: “Bomb, bomb, bomb, bomb” [Электронный ресурс]. URL: https://www.washingtonpost.com/news/powerpost/wp/2016/01/15/know-your-trump-meme-bomb-bomb-bomb-bomb/?utm_term=.988cf7c68b9a (дата обращения: 05.07.2017).
18. **Zapotosky M., Helderman R.** Trump says Clinton’s email set was ‘more than a mistake. That was done purposely’. The FBI would probably disagree [Электронный ресурс]. URL: https://www.washingtonpost.com/politics/2016/live-updates/general-election/real-time-fact-checking-and-analysis-of-the-first-presidential-debate/trump-says-clintons-email-set-was-more-than-a-mistake-that-was-done-purposely-the-fbi-would-probably-disagree/?utm_term=.f76cd36290df (дата обращения: 22.10.2017).

GENDER FACTOR IN MODERN POLITICIAN’S SPEECH PORTRAIT

Babenkova Elena Aleksandrovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor

Agrasheva Ol'ga Evgen'evna

N. P. Ogarev Mordovia State University, Saransk

sar2001@yandex.ru; olyagrash@mail.ru

The article considers the role of the gender factor when constructing a modern politician’s speech portrait. The study is based on analysing the speeches of the USA Presidential Candidates Hillary Clinton and Donald Trump. The paper suggests that it would be relevant not only to identify gender differences in using linguistic means but to consider the conditions and contextual parameters of their usage. Accurate distribution of gender accents greatly contributes to solving the basic pragmatic tasks of political communication.

Key words and phrases: gender factor; gender stereotypes; political discourse; political communication; speech portrait.

УДК 81-26'06.053.56

Дата поступления рукописи: 21.09.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-12-1.15>

Статья посвящена влиянию стресса на процесс синхронного перевода. В ней раскрыты основные параметры проведенного автором психолингвистического исследования, целью которого было установить степень изменения языкового сознания синхронного переводчика вследствие увеличения стрессогенной нагрузки. В работе автор приводит полученные им результаты эксперимента, делает выводы и предположение о том, что в процессе синхронного перевода происходит изменение состояния языкового сознания индивида. Данный факт необходимо учитывать при подготовке будущих специалистов в области синхронного перевода, а также практикующим переводчикам при выполнении своих профессиональных обязанностей.

Ключевые слова и фразы: стресс; синхронный перевод; измененное состояние языкового сознания; когнитивные модули; когнитивная нагрузка.

Балаганов Дмитрий Владимирович, к. филол. н.

Военный университет Министерства обороны Российской Федерации, г. Москва

dmityrus@yandex.ru

ВЛИЯНИЕ СТРЕССА НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПЕРЕВОДЧИКА-СИНХРОНИСТА

Многие зарубежные ученые [6; 9] считают, что поскольку в ходе синхронного перевода операции восприятия, понимания, перекодировки и воспроизведения варианта перевода осуществляются практически